

Representações da corporeidade e do gênero masculino na revista Men's Health

Representations of corporation and male gender in the magazine Men's Health

*Josimar Faria Duarte**

RESUMO: O artigo em tela tem por finalidade problematizar algumas representações corporais masculinas significadas mediante a repetição e ritualização do discurso “o prazer de ser homem”, emitido pela revista Men's Health. Busca-se, assim, detectar, definir e analisar uma maneira de estilização do corpo em que a hipertrofia muscular configura-se enquanto espaço simbólico de identidade masculina, o que produz sentidos, significados e efeitos de dominação, que se somam a outras formas tradicionais de submeter às pessoas à patologização social.

PALAVRAS-CHAVE: Masculinidade. Corpos musculosos. Mídia impressa. Representações.

ABSTRACT: The screen work aims to discuss some bodily representations male meant by repetition and ritualized speech "the pleasure of being a man" issued by Men's Health magazine. The aim is to thus detect, analyze and define a way of body styling in which muscle hypertrophy is configured as a symbolic space male identity, which produces senses meanings and dominance effects, which are added to other traditional forms to refer people to social pathological.

KEYWORDS: Masculinity. Muscular bodies. Print media. Representations.

Introdução

Na atualidade, uma infinidade de discursos enfocam os corpos masculinos como objetos de admirações e desejos, motivando ao público a dedicarem-se aos cuidados com a aparência corpórea, visando adequá-las aos padrões de beleza das academias de ginásticas e das pistas esportivas. De fato, o rápido avanço das tecnologias de comunicações tem contribuído para as transformações dos modos como a sociedade concebe e aceita os corpos masculinos. Até o século XIX, por exemplo, as visões se voltavam para um corpo escondido em vestimentas que modelavam a silhueta, como as ombreiras, que deviam volume e destacam o tórax largo. Já em 1901, o inglês Eugene Sandow revolucionou a ideia de corpo ao ser retrato usando apenas uma

* Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). josimarfaria@yahoo.com.br.

tanga de pele de leopardo, cinto e bota preta, expondo e exibindo um corpo “perfeito” e musculoso, resultado de sessões diárias de levantamento de peso.

Anos mais tarde, em fins dos anos de 1930, o levantamento de peso popularizou-se no Canadá com os irmãos Joe Wrider e Bem. Usando duas barras de ferro-velho e eixos de carros os irmãos começaram a treinar no quintal de casa para construir formas corporais avantajadas, que colocassem medo nos brigões do bairro onde moravam: Montreal. A popularidade do corpo grande dos canadenses possibilitou-os a publicarem o manual de 20 páginas intitulado “*Your Physique*”, no qual eles apresentavam dicas para o desenvolvimento muscular. Esse manual popularizou se na época até 1968, quando o mesmo foi transformado em “*Muscle Builder*”, que se manteve até 1982, época em que foi lançado o manual “*Mucle e Fitnessse*” (*Super-Treino*, 2010. n° 47, p. 38-40).

Na década de 1980, os homens foram incentivados pelas produções cinematográficas a despirem-se, a evidenciarem a região abdominal, peitoral e braçal, como símbolos de beleza e erotismo. Nos filmes de ação, por exemplo, o culturista Arnold Schwarzenegger aparecia seminú, exibindo formas corporais avantajadas. Já na atualidade, cada vez mais, esse corpo “menos banha, mais alegria” (*Men’s Health*. 2013. n° 83, p. 28); é explorado pela publicidade e pelos meios de comunicações. Em propagandas, revistas, programas de TV e páginas eletrônicas eles são expostos para seduzir, persuadir, “condicionar” e atenuar à decisão do público na busca de um corpo “malhado como um lutador” (*Men’s Health*. 2013. n° 82, p.1.).

Para se “chegar” a esse corpo “*lean muscle diet*” (*Men’s Health* (EUA), 2010, p. 1) o mercado oferece produtos e serviços, tais como aparelhos de ginásticas, suplementos alimentares, *shakes*, massagens modeladoras, pacotes em academias e em clínicas cirúrgicas (silicone ou lipoaspiração). Uma realidade social construída a partir de um intenso diálogo entre o mercado e os indivíduos que tentam legitimar como sendo seus próprios pontos de vistas e posições políticas o “*four weeksto a leaner stronger, more muscular you!*” (*Men’s Health* (EUA), 2010, p. 75). Por isso, em nosso cotidiano são cada vez mais corriqueiros relatos de homens preocupados em terem músculos excessivos, e para isso dedicado horas em academias

de musculação, onde levantam cargas elevadas em aparelhos para conseguirem a “definição muscular ideal” e “TRINCAR de vez” (*Super-Treino*, 2010. nº 47, p. 1). Muitos também adquirem remédios, suplementos alimentares ou fórmulas naturais que prometem trazer o corpo “sarado”, dedicam-se, assim, a “dieta para gigantes” (*Super-Treino*, 2010. nº 47, p. 1).

Sem dúvida, as mídias têm contribuído na concretude de um imaginário no qual o embelezamento do corpo masculino é feito pela musculação. Em revistas, por exemplo, são ordinárias mensagens nas quais se lê: “Corpo definido a jato!” ; (*Men’s Health* 2011, nº 67, p. 1); “Abdome sarado em 5 passos” (*Men’s Health*, 2011, nº 66, p. 1); “Sarado à base de esporte” (*Men’s Health*, 2012, nº 70, p. 1); “Ganhe um corpo 10% + forte” (*Men’s Health*, 2012, nº 74, p. 1); “Forte sem sair de casa” (*Men’s Health*, 2012, nº 72, p. 1); “Magro, ágil e forte” (*Men’s Health*, 2009, nº 41, p. 1); “Vire um paredão” (*Men’s Health*, 2012, nº 75, p. 1). Também há vários programas de televisão que exibem truques para se entrar em “forma”, ao tempo em que revistas populares apresentam modelos que se dedicam ao *fisiculturismo*.

Esse panorama demonstra uma sociedade em que os desvios corporais de peso, sejam eles a obesidade ou anorexia, são considerados doenças a serem tratadas pelo Estado, indústrias, famílias e por profissionais da área da saúde (SANT’ANA, 1995). Além disso, esses “corpos” encontram sentidos em sociedades tidas como mais liberais e democráticas, onde as pessoas julgam que eles estão livres de preconceitos morais, religiosos e políticos. Dentro dessa visão, eles são os mais valiosos patrimônios humanos, que devem ser cuidados por cada pessoa como símbolos de vitória da cultura sobre a natureza (CAILLOIS, 1990) e como vestígios das identidades de grupos estabelecidas no mundo cibernético (SANTAELLA, 2003).

Entretanto, os sociólogos nos questionam se os corpos estão realmente livres. Como falar em liberdade dos mesmos se há constantes preocupações em modelá-los conforme os parâmetros sociais? Como pensar em liberdade desses em meio às várias técnicas e tecnologias para condicionar, modificar e construir as formas corporais? (LE BRETON, 2007).

A partir dessas questões e fundamentados na produção acadêmica que tem incorporada em suas análises o gênero enquanto “[...] elemento constitutivo de relações fundadas sobre

diferenças percebidas entre os sexos” (SCOTT, 1995, p. 72), o trabalho em tela tem por objetivo analisar as representações do gênero e dos corpos masculinos expressas nos discursos da revista brasileira *Men's Health*, uma publicação mensal da Editora Abril, destinada a orientar o público heterossexual sobre os cuidados com a saúde do corpo e “sintetiza o estilo de vida do cara mais afinado com a modernidade e sugerir caminhos para você ter sucesso, energia e criatividade” (*Men's Health*, 2009, n° 37, p. 8).

Fontes de estudo

O universo empírico de pesquisa foi constituído por 12 exemplares dessa revista brasileira *Men's Health*. Trata-se de uma publicação masculina mensal sustentada e comercializada pela Editora Abril, idealizada pelo jornalista Mark Bricklin, nos Estados Unidos em 1987, enquanto produto de mercado que se distanciava da, até então, mais famosa revista voltada para o público, a *Playboy*, centrada em ensaios fotográficos de mulheres nuas, com intuito de seduzir os leitores. Já na *Men's Health* o corpo masculino é o elemento mais importante dos conteúdos abordados nas reportagens. Logo nas capas há fotografias de modelos seminus, denominados de *o cara da capa*, que na maioria das vezes são anônimos e retratados em poses sensuais, exibindo a região abdominal, peitoral e braçal. Em geral, estes são dispostos no centro de um painel branco, que trazem o nome da revista em tons de vermelho, preto, prata, amarelo, azul, laranja ou verde (*Men's Health*, 2013, n° 84, p. 13).

Na época em que essa revista começou a circular os interesses do Estado, Indústrias e dos profissionais da saúde estadunidenses estavam voltados, de forma direta ou indireta, para combater aos desvios corporais de peso, tais como a obesidade ou anorexia, além de conter o consumo de bebidas alcoólicas, drogas e outros estimulantes. Nos meios de comunicação eletrônica, por exemplo, era diariamente apresentadas campanhas de combate ao tabagismo, ao sedentarismo e adoção das atividades desportivas (SANT'ANA, 1995.). A imagem do culturista Arnold Schwarzenegger também aparecia com frequência nas produções cinematográficas de Hollywood, exibindo um corpo forte e musculoso como símbolo beleza, sucesso e felicidade,

um ideal que foi seguido por homens de diferentes *status* sociais (*Super-Treino*, 2010. n° 47, p. 39).

Nesse cenário sociológico a revista *Men's Health* firmou-se no mercado estadunidense enquanto veículo de informação sobre qualidade de vida; conquistando um público masculino preocupado com o “condicionamento físico sem neura, nutrição sem cartilha radical, moda sem vitimar o usuário, que falasse de carreira pra ganhar grana” (*Men's Health*. 2008. n° 25, p. 10). Atualmente a revista ampliou sua circulação espacial como a publicação de edições próprias em 38 países: África do Sul; Alemanha; Austrália; Bulgária; Cazaquistão; Croácia; China; Coreia do Sul; Espanha; Estados Unidos; Filipinas; França; Grécia; Holanda; Índia; Indonésia; Itália; Malásia; Polônia; Reino Unido; Roménia; Rússia; Servia e Montenegro; Singapura; Tailândia; Turquia; Ucrânia; Portugal; Argentina; Aruba; Chile, Colômbia; Costa Rica, Curaçao; Equador; El Salvador; Guatemala; Honduras; México; Nicarágua; Panamá; Peru; República Dominicana; Venezuela e Brasil, sendo considerada “a revista masculina mais lida no mundo” (APCT/Bareme.).

No Brasil, a publicação nacional foi lançada em maio de 2006, numa época em que os interesses convergentes entre as principais instituições sociais estavam voltados para a popularização dos esportes, por causa da copa do mundo. “Para muita gente na época, revista masculina com homem na capa era um tiro no pé”, relata Airton Seligman, diretor da redação, “para evitar a rejeição do leitor mais conservador, deixei o cara da capa com camiseta [...] só no quarto número o cara MH, com calção de banho, na praia e com uma garota nos ombros, apareceu sem camisa” (*Men's Health*, 2013, n° 86, p. 14).

Hoje a revista está com 83 edições publicadas – entre maio de 2006 e março de 2013 –, sendo um magazine com mensagens sobre saúde, *fitness*, sexo, relacionamento, nutrição, carreira e moda, com tiragens mensais de aproximadamente 159.290 exemplares e uma circulação líquida de aproximadamente 99.220 exemplares (*IVC, Brasil*). As informações veiculadas por meio desse são construídas por uma equipe editorial composta pelo diretor da redação Airton Seligman, os editores Cesar Candido dos Santos e Theresa Dino, os designers

gráficos Gluliane Tirabosso e Guilherme Carvalhos, os repórteres Luca Cantro e Majorie Zoppei e por colaboradores que variam entre as edições.

As edições da revista, por sua vez, são organizadas em aproximadamente 150 seções, entre fixas e diversificadas, e ocupam entre menos de meia página até cinco. Tais seções são organizadas em grupos classificados entre; a) capa, onde estão retratados modelos masculinos, eventualmente são estes artistas famosos ou casais; b) sexo, com dicas para que os homens heterossexuais tenham vidas sexuais ativas; c) cabeça de homem, com dicas que visam melhorar o cotidiano masculino, abordando as relações entre os homens e o ambiente físico, tecnológico, econômico e político; d) *fitness*, com reportagens que trazem receituários para que o público alcançasse uma “boa forma” e uma “saúde perfeita”, associadas a um corpo “bonito”, “sarado” e “musculoso”; e) saúde, com reportagens sobre o bem estar masculino, com conteúdo sobre medicina, cuidado com os corpos e atividades desportivas, que visavam a “qualidade de vida”; f) nutrição, com reportagens sobre alimentos, com cardápios e dicas de alimentação tidas como saudáveis; g) guia de estilo, com dicas de moda, serviços e produtos para cuidar das imagens físicas.

A revista também disponibiliza espaços para que os leitores expressem suas opiniões. Um desses é a seção *mixer*, na qual é publicado relatos de leitores que se consideram felizes por conquistar corpos parecidos com os dos modelos que estampam as capas. Nestes relatos eles enfatizam a perda de peso e/ou ganho de massa. Nessas reportagens há fotos de leitores de antes e depois, as idades, *status* sociais, alturas e a quantidade de ganho ou perda peso alcançado, sempre ressaltando o ganho de massa magra, assim, como, relatos das tentativas anteriores até chegar a atual para conquista corpos, tido como ideais.

Assim sendo, devemos considerar que mais do que gênero da mídia impressa, as edições da revista *Men's Health* constituem-se enquanto registro das relações de forças que se estabelecem em nossa época. Elas são carregadas de narrativas e imagens que nos permitem evidenciar as práticas sócias e as representações culturais masculinas referentes à “boa forma”, corpo magro, alto e musculoso, sem gordura e *fibro edema gelóide*, ou seja, um comportamento

que se processo na sociedade contemporânea construído com base no corpo *alter ego*, “subtraído do homem que encarna à maneira de um objeto, esvaziado de seu caráter simbólico, o corpo também é esvaziado de qualquer valor” (LE BRETON, 2008, p. 15). Assim sendo, nas edições dessa revista estão registradas as representações do gênero masculino que tentam dar conta das novidades que surgiram no atual século, marcado pelas aceleradas mudanças ocorridas pela popularização das tecnologias de comunicação eletrônicas virtuais (SANTAELLA, 2003), responsável por dissipar uma identidade do corpo masculino baseada na força do pênis, rijo e potente (FLOCKER, 2004).

Desse modo, as edições dessa revista são importantes fontes de pesquisas sociológicas, passíveis de seriação e quantificação que nos permitindo evidenciar “[...] como o gênero opera, como essa operação marca as narrativas, bem como o que nelas se expressa” (KOFES; PISCITELLI, 1997, p. 352).

Neste sentido, procuramos por meio das edições dessa revista indícios que circunscreve a capilaridade do poder “[...] fundamentalmente social das distinções baseadas no sexo” (SCOTT, 1995, p. 72), vinculado às identidades dos sujeitos nas interações culturais, visando relações de solidariedade ou de dominação e exclusão (BOURDIEU, 2007).

Assim sendo, focalizamos nesse material empírico as manifestações de sistemas simbólicos que visam impor e legitimar as diferenças sociais entre os sexos, construídas sobre papéis sexuais que podem “[...] apenas servir para naturalizá-los, enrijecendo-os” (PEDRO, J. M. 1994, p. 42).

Gênero e poder

Após a leitura de nosso material empírico fizemos a seleção e transcrição de narrativas e imagens que circularam como maior frequência por meio desse periódico. Desse procedimento chegamos ao número de três imagens de capas nas quais foram estampadas um casal heterossexual que nos permite discutir como as composições dessas representações são carregadas de discursos que visam estruturar as típicas relações de gênero, ou seja, aquelas

construídas como base nos desejos sexuais entre seres de características físicas distintas, um comportamento tido como adequado à natureza.

Nessa perspectiva, há nas edições da revista uma identificação dos modelos que pondera a partir dos aspetos biológicos, desconsiderando nas identidades de gêneros os fatores psicológicos e/ou sociológicos. A vinculação entre as estruturas biológicas dos corpos e os padrões, modelos e referências das diferenças de gêneros poderem ser mapeadas na revista a partir da fotografia de capa publicada em fevereiro de 2013 (Figura 1).



Figura 1. Capa da Men's Health fevereiro de 2013. Fonte: *Men's Health* (2013, nº 82, p. 1).

A busca de aproximação do comportamento dos gêneros adequado à natureza dos corpos fica explícita na fotografia usada na capa da edição 82. Nela, temos duas figuras adultas, sendo, uma, a de um homem posicionado na frente de uma mulher, ambos de pé, em posições ligeiramente frontais, dispostos como se evadissem para a esquerda do plano. Ambos olham diretamente para os observadores da cena, e esboçam gestos de intensas satisfações e atrações.

A figura feminina em tela está no segundo plano da cena, com os braços flexionados para cima, com as mãos apoiadas no tórax do modelo. O rosto é redondo e anguloso, com maçã de rosto saliente e tingido, a testa é lisa e o queixo pequeno, com “covinha”. O sorriso é discreto

e os lábios carnudos e tingidos em tom de vermelho. As sobrancelhas são finas, ligeiramente posicionadas para cima, a partir de uma leve flexão dos músculos da fronte. Os olhos são claros, azuis, e estão abertos, realçando a expressão de sedução do semblante. O nariz é pequeno, com narinas afiladas. A pele é clara, lisa, tonificada e ligeiramente bronzeada, sem sinais expressivos de idades. Os cabelos são longos e lisos, em tom de loiro claro.

A figura do modelo, por sua vez, está no primeiro plano da cena. Trata-se de um homem de pele clara, tonificada e lisa, ligeiramente bronzeada, sem sinais de expressão de idade. Os cabelos são curtos, lisos, loiros escuros e com corte *vintage*, um visual “arrumadinho” pelo uso de pomada ou gel para destacar o topete. O rosto é oval e alongado, testa alta e queixo pequeno, com sobrancelhas bem acentuadas e feitas. O nariz é longo, com narinas afiladas. Os olhos são azuis e estão abertos. Os lábios são carnudos. Os dentes são brancos e alinhados. Já a barba, bem acentuada, realça a seriedade do semblante.

Percebe-se, também, que os personagens foram fotografados *seminus*, para evidenciar formas corporais construídas por intermédios de exercícios de musculação e alimentação “regulada”. Para isso, a modelo usou apenas a parte inferior de um biquíni, em tecido de tom escuro, deixando revelar um corpo magro, firme e sem gordura, com tórax estreito, *bíceps* e *tríceps* discretos, e o quadril acentuado. O modelo, por sua vez, foi fotografado usando apenas uma calça *jeans*, em tom escuro, com um cinto em couro, em tom de marrom, dispensando o uso de camisa, adereços de braços, cabelos, pernas ou orelhas. Este retrato corporal deixa ver o peitoral desenhado, os *bíceps* e *tríceps* inflados, *trapézio* largo e o *abdome* com os seis músculos marcados. Ao fundo das figuras não há elementos que complete a cena, deixando apenas os modelos em evidência.

Esta fotografia aponta para dicotomia homem e mulher, numa relação em que há naturalmente entre esses a sedução e a atração. Isso se baseia na composição corporal dos indivíduos, em que as mulheres têm corpos magros, com seios e quadris fartos, narizes pequenos, lábios carnudos, cabelos longos e rostos tingidos por cosméticos, oposto a esses traços, os homens são retratados com corpos musculosos e fortes, cabelos curtos, narizes

grandes, rostos longos e afilados, com barbas e sem sinais de maquiagens. Esse tipo de representação é reflexo de uma sociedade culturalmente carregada de crenças numa essência inata do indivíduo, ou seja, que existe uma especificidade biológica capaz de unir todos os representantes de um mesmo sexo dentro de uma identidade masculina ou feminina.

Esses discursos reduzem as identidades de gênero aos aspectos biológicos, como se a sensação de ser homem ou mulher fossem determinadas pela bagagem *biol.* Tudo se resume, portanto, ao indivíduo nascer com um pênis ou uma vagina e a predisposição genética para ser heterossexual, homossexual ou bissexual. Assim, a sensação de ser homem ou mulher é determinada pela atividade biológica do ser humano, que desde a gestação recebe na região cerebral denominada de hipotálamo uma conformação masculina ou feminina por causa da quantidade de hormônio secretado do ovário ou testículo do embrião, que posteriormente regula o comportamento de gênero. Nessa abordagem, até os dois anos de idade os indivíduos entendem-se enquanto meninos ou meninas, e na puberdade a orientação sexual passa a ser definida pelos seres desejastes de um subconjunto modelar do sexo (HERCULANO HOUZEL, 2005.).

Existe também outra abordagem sobre a identidade de gênero que valoriza os aspectos sociais expressos por meio da cultura. Nesta visão, os indivíduos após nascer são identificados pela genitália externa. Posteriormente recebem uma certidão que os definem enquanto masculinos ou femininos. A partir daí os meninos e meninas são tratados pelos familiares e conhecidos enquanto machos ou fêmeas. A eles são ensinados os códigos sociais de como se comportaram enquanto homens ou mulheres, os significados dos corpos; como trata-los e se expressarem socialmente, ou seja, aprendem a partir da cultura as formas de se comportarem. Dessa forma, as identidades de gênero são construídas pelos códigos sociais, num processo em que os meninos aprendem a serem machos, masculinos, homens; e, as meninas fêmeas, femininas, mulheres (BEAUVOIR, 1960).

Esse tipo de identificação social aceita somente dois modelos de comportamento de gênero: masculino ou feminino. Por meio desses os indivíduos se expressão enquanto filhos,

irmãos, namorados, amigos, profissionais, etc. Nessa visão, um indivíduo independente de seu corpo revelar seus sentimentos de gênero ele será classificado e tratado socialmente pelas características físicas. Um travesti, por exemplo, independente de seus sentimentos de identificações enquanto homem ou mulher constará em seus documentos masculino ou feminino, sua orientação sexual (heterossexual, homossexual ou bissexual) só será revelada e desempenhada de forma privada. Desse modo, o gênero não é tratado enquanto consonância da sexualidade, mas, enquanto categoria construída historicamente pela cultura (BUTLER, 2008).

No que tange a orientação sexual acredita-se que existe um comportamento de ordem psicológica. Teóricos inspirados em Freud defendem que a mesma independe da identidade de gênero, mas, resulta de uma relação triangular com o pai e com a mãe, denominado de “Complexo de Édipo”. Segundo essa teoria, as crianças em torno dos seis anos de idade apetezem de uma rivalidade com a figura do mesmo sexo, com isso, há um processo de ordem inconsciente e contínuo que define no cérebro da criança a orientação sexual, que vem à tona na adolescência. Nessa fase da vida os indivíduos passam por vivências que definirão a orientação heterossexual, homossexual ou bissexual (MASTER; JOHNSON, 1981).

Apesar de a orientação sexual ser expressão do psiquismo dos indivíduos, as desconfiças sobre essa ordem psicológica são tratadas em coletividade enquanto classificação de lugares. Na adolescência, por exemplo, alguns homens são classificados como homossexuais afeminados ou femininos levando em consideração apenas os corpos e os comportamentos sociais, desconsiderando nesse processo as vivências e as implicâncias dos desejos psíquicos. Segundo estudos realizados por Richard Green (1998) essas classificações são equivocadas, pois em sua investigação realizada com adolescentes afeminados constatou-se que 1/3 revelaram-se na idade adulta enquanto heterossexual.

Dessa forma, apesar das identidades de gêneros serem baseadas nos aspectos físicos dos órgãos genitais e referirem-se aos modos como os indivíduos são inseridos na sociedade, e a sexualidade aos modos como os seres vivenciam seus desejos sexuais, ambas se conectam na

produção de discursos normativos do feminino e masculino, pois baseando-se na superfície dos corpos são construídos discursos que universalizam as identidades, sem considerar a “diferença dentro da diferença” (SAMARA, et al, 1997). O gênero enquanto saber teórico não deve, portanto, ser tratado meramente “[...] como a inscrição cultural de significado num sexo previamente dado”. Mas, como “[...] aparato mesmo de produção mediante o qual os próprios sexos são estabelecidos” (BUTLER, 2008, p. 25).

Segundo Joan Scott, o gênero (1995) enquanto um conhecimento se debruça sobre os discursos que arquiteta as identidades do feminino e do masculino. Estas são apresentadas como essência inata determinada pela natureza, como se fossem homogêneas e os indivíduos não tivessem história. Daí a necessidade de entendermos o gênero enquanto forma de significar as relações de poder entre os sexos. Para isso, as informações devem ser pensadas de forma relacional, em que um conhecimento sobre os homens não pode ser escrito sem levar em conta a mulher, articulando suas contradições e suas identidades.

Desse modo, as reportagens da revista valorizam os homens que domina, controla e tem o poder sobre a mulher por meio da sedução e atração. Nesse jogo o corpo musculoso é tratado como sendo o maior responsável no sucesso o com as mulheres, pois ele é “à prova de reprovação”. Assim sendo, as formas corporais musculosas são valoradas como importantes para que os homens sejam bem sucedidos amorosamente, profissionalmente e financeiramente, submetendo ao *status* de fracassados homens com formas corporais tidas como “gordas”, “magras de mais” e “travestidas”. Por isso, muitos homens sofrem por não se assemelharem “[...] o corpo que elas curtem [...]” apresentado nas edições como ideal de felicidade (*Men’s Health* 2012, nº 72 p. 1).

Corpo masculino

Inicialmente, pensamos a revista *Men’s Health* apenas como fonte de um estudo sobre beleza masculina midiática. Acreditávamos que a mesma podia subsidiar o pensamento em voga a respeito do consumo da beleza, na qual a indústria cultural propõe a esse público o

consumo de produtos estéticos, para se sentirem melhores aos olhos dos outros (GARCIA, W. 2004). Porém, conforme as mesmas foram lidas, relidas e confrontadas com os referenciais teóricos sobre gênero, observamos que havia nessas mensagens uma educação do comportamento masculino na qual, por meio da produção de uma moral de culto aos corpos musculosos, os homens eram incentivados a negar imagens físicas que demonstrassem fragilidade e/ou passividade. Logo, as estampas de homens musculosos nas edições não eram representadas apenas como o resultado estético das academias e das pistas esportivas, mas pintavam os valores e o modo de pensar social sobre o comportamento de gênero masculino, nos quais os braços e ombros musculosos eram vistos como símbolos de autonomia, respeito e sociabilidade de uma masculinidade.

Masculinidade é um conceito carregado de estereótipos e pontos que proporcionam diversas discussões. Segundo Miguel do Vale Almeida (1995), tal conceito não se limita à condição cultural de ser homem, que facilmente se confunde com a qualidade de ser sexualmente ativo, mas, sim, uma metáfora de poder e da capacidade de ação. Logo, esta é construída no tempo e no espaço, variando de acordo com as culturas, lugares e as características individuais dos homens. Assim, elas não são singulares ou hegemônica, dada pelo biológico, e sim plural e multifacetada, diretamente ligadas às sociedades. Por isso, cada coletividade constrói características dos comportamentos do gênero masculino, definindo atributos hegemônicos e subordinados das condições desses, que são alteradas ao longo do ciclo da vida ou pelas diferentes situações cotidianas. Desse modo, não existe um modelo único de masculinidade; ela deve ser entendida e analisada em pluralidade.

Partindo da noção de masculinidades, na qual, em um mesmo tempo e espaço, convive-se com várias formas de caracterizar os comportamentos dos homens, mapeamos, a partir das fotografias impressas pela revista *Men's Health*, uma forma de manifestação da mesma. A partir dessas fotografias, procuramos detectar, definir e analisar como a composição da aparência masculina demarca a condição de ser, fazendo com que corpos esculpidos por várias sessões

diárias de musculação, embora não aparentem ser pesados, possam ser entendidos como uma forma de classificar o poder e a ação dos homens heterossexuais.

Publicada em outubro de 2011, a fotografia do leitor Bruno Bueno, traz à tona muitos dos elementos que nos ajuda a entender as representações masculinas publicadas pela revista *Men's Health* como “organização da aparência” (KOSSOY, 2005) masculina. Veja-se, portanto, atentamente a estampa da revista (Figura 5).



Figura 5. O cara da capa. Fonte: *Men's Health* (2011, nº 66, p.60-61).

Nesta fotografia temos uma imagem masculina valorada como positiva. Segundo os produtores da revista, esse leitor carioca de 21 anos “é o cara”, “[...] com um perfil que resume o ideal de bem estar da MH [...]”. Isso porque o mesmo é excessivamente preocupado com a aparência corporal, dedicando grande parte de sua rotina aos cuidados pessoais a partir de práticas de atividades físicas, como artes marciais, remo, natação, *squash*, musculação, *surfe*, corrida e dança de salão, atividades constantemente associadas ao emblema de bem-estar, por isso, ele afirma que: “um dia a dia com exercício e equilíbrio ajuda a ter mais disposição em tudo, do estudo ao sexo” (*Men's Health*, 2011, nº 66, p. 60).

Esta estampa está revestida de valores sociais que normatizam os afetos. Resumem o que a coletividade espera que um homem adulto seja, independente daquilo que cada indivíduo é realmente. Ela diz aos leitores que um corpo definido por várias sessões diárias de atividades

aeróbica e anaeróbica, conjugadas com regulações da alimentação são sinônimos de beleza, saúde e sucesso.

Ao nos depararmos com essa fotográfica corporal masculina podemos constatar que a equipe editorial da revista *Men's Health* associa a sensação de ser homem à composição da aparência física. De modo geral, essa visão corrobora os argumentos de Judith Butler (2008, p.164), que afirma que as identidades de gêneros são construídas por meio das composições das superfícies dos corpos. Para ela as identidades de gênero são manifestadas socialmente por “Atos, gestos e atuações, entendidos em termos gerais, são *performativos*, no sentido de que a essência ou identidade que por outro lado pretendem expressar são *fabricações* manufaturadas e sustentadas por signos corpóreos e outros meios discursivos.” (BUTLER, 2008, p. 164).

Assim, as imagens corporais possibilitam que se façam inferências sobre o comportamento de gênero (masculino e feminino), que não está obrigatoriamente ligado à orientação sexual (hetero, homo ou bissexual). Por isso, homens, de diferentes idades e posições sociais, defrontam-se com exigências relativas à composição de sua aparência. Eles são cobrados por amigos e familiares para terem corpos que demonstrem virilidade.

Os dados coletados nas edições da revista também nos permitem evidenciar que muitos leitores sofrem por receberem insultos às formas corporais. O técnico de informática, Heron Loureiro da Silva, 30 anos, 1,83 m e 87 kg, por exemplo, afirmou que “tinha vergonha de sair na rua e tomava remédio para pressão alta, ansiedade e depressão”. Sua esposa “não estava feliz em me ver daquele jeito, sem confiança nenhuma. Então resolvi fazer algo por nós”. Entrou na academia de musculação e com nove meses perdeu 42 kg. “Foi uma questão de disciplina e força de vontade. Eu sabia que todo sacrifício de levantar mais cedo seria revertido em benefícios para meu corpo e minha saúde” (*Men's Health*, 2011, nº 65, p. 28).

O relato desse leitor somado a muitos outros nos conduz aos aspectos estruturais do corpo masculino representado nas edições da revista. Mas, para compreender como esses depoimentos se inscrevem “[...] à luz de um contexto que as torne possíveis e, logo, normais”

(LEVI, 2002, p. 176) nada melhor que voltarmos à atenção para os detalhes visuais propostos pela revista que condiz com a intenção do corpo manifestado (Figura 6).



Figura 6. Capa da Men's Health em junho de 2012. Fonte: *Men's Health* (nº 74, junho de 2012, p. 1)

A fotografia da capa da revista *Men's Health*, da edição de número de 74, publicada em junho de 2012, faz parte de um conjunto maior de documentos que nos permite evidenciar o tipo de retrato corporal é representado nas edições da revista. Nela, temos uma imagem masculina adulta, posicionado em um painel branco, com o nome da revista em tom de vermelho bordo. O modelo está em pé, disposto frontal, na esquerda do plano, olhando diretamente para o observador, e esboça gestos de intensa satisfação, com um sorriso largo.

A figura em tela tem a pele clara, tonificada e lisa, ligeiramente bronzeada, sem sinais expressivos de idade. Os cabelos são lisos, castanhos e com corte *vintage*, um visual “arrumadinho” pelo uso de pomada ou gel para destacar o topete. O rosto é oval e alongado, testa alta e queixo pequeno, com sobrancelhas bem acentuadas e feitas. O nariz é longo, com narinas afiladas. Os olhos são castanhos e estão abertos. Os lábios são finos. Os dentes são brancos e alinhados. Já a barba realça a seriedade do semblante.

Percebe-se, também, que a representação masculina foi retratada seminua, para evidenciar formas corporais construídas por intermédios de exercícios de musculação e alimentação “regulada”. Para isso, o modelo foi fotografado usando apenas uma calça *jeans*, em tom escuro, dispensando o uso de camisa, adereços de braços, cabelos, pernas ou orelhas. Este retrato corporal deixa ver o peitoral desenhado, os *bíceps* e *tríceps* inflados, *trapézio* largo e o *abdome* com os seis músculos marcados.

A composição dessa estampa segue o princípio das capas das demais edições, nas quais os modelos possuem formas corporais, tonalidade de pele, faces, orelhas, bocas e nariz parecidos, enfim, em uma identidade masculina pela anatomia. Essa anatomia apresenta proporção e regularidade entre o tórax, cintura e braços musculosos, tidos como perfeição da figura masculina, e convidam aos leitores a construírem formas corporais parecidas.

Assim sendo, a equipe editorial recorre a esse tipo de estampa para construir uma identidade para o gênero masculino, baseada no corpo “[...] ‘magro, bonito, bronzeado!’” (FOUCAULT, 1982, p. 83). Estes são emblemas de felicidade e sucesso, construídos pela mídia e incorporados ao cotidiano como referências das imagens corpóreas, estilos de vida e identidades masculinas. Eles, também, são os instrumentos de trabalhos de modelos, que cuidam de suas formas físicas para obter seus sustentos materiais. Desse modo, essas estampas estão atreladas aos ganhos de capitais. Conseqüentemente, ao serem exibidas nas capas das revistas tornam-se os fetiches de muitos receptores, que as interpretam como a possibilidade de arrumar empregos melhores, salários maiores, famas e sucessos, como se percebe no texto escrito pelos redatores Bruno Acioli, Dan Jones e Michael Easter:

Tenha um corpo de sucesso. Turbine seu *shape* com sacadas das estrelas da TV, do cinema e da música para manter a forma física. Celebidades devem ter cuidado contínuo com o físico. Afinal, esses caras usam o corpo como ferramenta de trabalho e precisam estar com o *shape* trincado para aparecer bem nas telas, em fotos, suportar o ritmo puxando de gravações ou ficar horas cantando e dançando em cima do palco. Também por tudo isso, a rotina de exercícios deles não pode ser maçante – ou falta energia na hora de pegar pesado no batente. Notou algo em comum entre eles e você, que passa pelo

menos oito horas no escritório e ainda tem pique para malhar? (*Men's Health*, 2011, nº 80, p. 74).

Essa representação fornece, portanto, elementos visuais sobre a naturalização e regulação da mídia sobre esse tipo de masculinidade, valorizando os magros, musculosos, heterossexuais e sexualmente ativos, excluindo homens com formas corporais tidas como gordas, frágeis, femininas, travestidas e passivas. Logo, as imagens produzidas pela revista *Men's Health* são revestidas de valores baseado na superfície dos corpos. A carta do editor da edição de número 78 detalhou esse tipo de masculinidade:

A aparência dos vencedores. Nunca tivemos tantas soluções para melhorar o visual. E nunca você teve tantos motivos para aproveitá-las [...] Aqui está mais uma providencial Especial de Cuidados Pessoais, serviço masculino no qual a MEN'S HEALTH foi pioneira no Brasil [...] Subir na vida está mais difícil. Sim, as mulheres vêm disputando os melhores postos de trabalho e tomando posições de chefia que tradicionalmente eram masculinas. Isto é ótimo para o mundo. Mas ruim para seu salário. No atual caos do mercado de trabalho, elas têm vantagens competitivas naturais: têm mais poder de comunicação e se adaptam mais facilmente do que nós. A questão: vai chegar molambento naquela entrevista de emprego? Acha que só boas ideias sustentam uma promoção? Um tapa na fachada aumenta suas chances (*Men's Health*, 2011, nº 78, p. 8).

Nesta escrita podemos constatar que a beleza é entendida como conquista do indivíduo por meio de cuidados diários, mudanças de estilo e comportamento. Isso ecoa no cotidiano na ideia de que a mesma não é determinada pelo biológico, mas resultado de pequenas intervenções estéticas, tais como uso de cosméticos, mudança de alimentação, práticas de atividades físicas ou mesmo procedimentos cirúrgicos que prometem eliminar qualquer sinal de imperfeição humana. Mas, “só a barriga de tanquinho não basta. Uma imagem positiva se constrói com a aparência jovem e saudável, da cabeça aos pés. Por isso, o cuidado com a pele é fundamental. Conheça os 5 passos para uma pele sarada” (*Men's Health*, 2011, nº 84, p. 80).

Com esse argumento a revista procura estimular aos leitores a alcançarem padrões de comportamento voltados para um estilo de vida, no qual a vaidade e estar em moda são itens fundamentais na constituição de uma identidade.

No entanto, as preocupações desse público com a autoimagem não são tratadas meramente como a personalidade de homens que se cuidam pelos prazeres de assemelhar-se aos padrões de beleza, mas, como as demandas do mercado de trabalho, ocorridas após a entrada das mulheres como concorrentes nos postos antes ocupados somente por homens. Nestas tensões de gênero, as mulheres seriam favorecidas por causa dos cuidados físicos, exigindo dos homens que passassem a cuidar das imagens, para competir de forma igual no mercado de trabalho. Isso pode ser percebido no seguinte trecho:

Tenha a fachada que impressiona o chefe e garanta seu emprego. O mercado é competitivo. E você precisa mais do que um bom currículo e uma carta de indicação para ganhar um trabalho ou permanecer na vaga [...] Se os empregadores ficarem em dúvida entre dois candidatos com experiências parecidas, eles vão escolher o que tiver a melhor aparência, sem dúvida (*Men's Health* 2012, nº 76, p. 124).

Ao mesmo tempo, a revista entende que só é feio quem quer, pois existem recursos para os indivíduos moldarem-se aos padrões sociais, tais como pintar os cabelos, praticar musculação, usar cremes e mudar a alimentação. Os que fogem aos cuidados com o corpo são, assim, tratados como relaxados, pois todos arrumar tempo para os autocuidados e ter “músculos grandes em 15 minutos”. Assim sendo, qualquer homem pode ser o “cara da capa”, desde que disponha de esforços para acabar com qualquer sinal de “imperfeição” que se disponha. Para isso, é preciso autocontrole para buscar constantemente o aperfeiçoamento físico, construindo um corpo firme, forte, tônico e musculoso. Aconselham Ryan Thompson e Danilo Saraiva em artigo publicado na edição de número 41:

Olá, meu nome é EGOÍSMO e estou aqui para ajudar a mim mesmo. Você quer ganhar mais dinheiro e mais mulheres do que sempre sonhou? Fácil.

Pense primeiro em você. Um pouco de egoísmo vai torna-lo um cara melhor [...] Agora que você já sabe como ganhar mais dinheiro e conquistar mulheres, está na hora de diminuir a pança frequentando a academia. Aqui começa o caminho das pedras: resistir em dar mole para aquela gostosa que malha no mesmo horário pode ajudar você construir um corpo melhor (*Men's Health*, 2009, nº 41, p. 69-71).

Nesta lógica, combater a gordura e flacidez é um investimento do indivíduo, uma questão de disciplina e autocuidado. Não aceitar esse modelo é quase uma morte simbólica, porque, mesmo que se tenha sucesso profissional e familiar, os que não têm formas corporais semelhantes aos modelos são visto como infratores dessa ética. A pergunta do leitor Diogo, por exemplo, foi ironizado pela colunista Carol Toledo por acreditar que “gordurinhas” abdominais são atraentes:

Querida vizinha, as mulheres gostam ou não de barriguinha de chope? E de tatuagem? Se liga, Diogo! *Quem em sã consciência curte uma pança?* Nós podemos, com o tempo, criar um vínculo com seus pneus e, eventualmente, até fazer um carinho neles, mas gostar com força não acontece jamais! Quanto às tatuagens, depende da garota. Algumas curtem um dragão nas costas do parceiro, outras tem verdadeiro asco (*Men's Health* 2012, nº 24, p. 21).

Assim sendo, as formas corporais assumem importante lugar na afirmação dos personagens dos indivíduos. Elas servem como modelo heteronormativo a ser copiado, modificando a vida, as mentalidades e as atitudes de muitos homens. Deve-se considerar também que esse corpo é apresentado como garantia de sucesso social, financeiro e sexual. Por isso, muitos estão dispostos a qualquer sacrifício para assemelhar-se aos modelos das capas.

De fato, estes discursos são aceitos por vários leitores, que os interpretam e os transformam nas realidades em que vivem, construindo representações que colocam os corpos musculosos como componente fundamental de suas identidades. Por isso, apesar de nossa análise nesse capítulo se centrar nas representações construídas pela equipe editorial, não devemos desconsiderar como os leitores recebem e aceitam esses discursos como horizontes de

seus projetos de vida. Podemos mapear esses leitores a partir das narrativas publicadas na seção *Mixer*.

Entre os leitores que narram suas trajetórias em busca de corpos parecidos com os dos modelos da capa da revista está Antônio Sinderlê, de 1,70 m de altura. Ele narrou que aos 29 anos estava pesando 105 kg; isso fez com que ele vivesse o momento mais angustiante de sua vida: “em casa, com a esposa, eu também ficava sem graça com aquela minha barriga caída”, diz o leitor. Isto era resultado da vida de indisciplina que ele levava, pois, “no tempo livre, eu jogava *videogame* sentado no sofá”, “no almoço, lotava o prato sem critério. No jantar *x-tudo*” (*Men’s Health*, 2012, nº 71, p. 31).

O homem “gordo” é visto pela revista como alguém descomprometido, alguém que não está preocupado com a saúde, pois a revista entende que ser gordo é uma questão de escolha, já que, através do controle e autocontrole, todos podem ser o modelo masculino da capa. Nesta lógica, o homem é responsável por conquistar um corpo magro e forte. Basta que os indivíduos criem estratégias para internalizar um padrão de corpo, como fez o leitor Antônio Sinderlê, que enfatizou, em sua narrativa, os muitos esforços em termos de atividades físicas e adequações alimentares para se enquadrar à aparência da revista. Isso é identificado na fala do leitor: “quando o *personal* me apresentou a *Men’s Health*, eu disse que sairia nela um dia: não podia deixar a peteca cair” (*Men’s Health*, 2012, nº 71, p. 31).

Já o advogado paulista Francisco Verrone, 28 anos, 1,73 m, 64kg, relatou que o peso de 90 kg o incomodava, fazia o sentir-se “doente”, pois “subir alguns lances de escada já me deixava ofegante”. Por isso, “resolvi consultar um médico”, que atestou que a imagem refletia os altos níveis de colesterol e triglicérides. Temendo, portanto, pela saúde física o mesmo decidiu emagrecer. Para isso, ele procurou uma nutricionista, que o ajudou “[...] a ter uma alimentação mais regrada, sem passar vontade”, a partir de concelhos para “[...] evitar fritura e limitar a quantidade de doces e bebidas alcoólicas”. Ele também passou a praticar exercícios aeróbicos: “no início, corria dois minutos e caminhava quatro, até completar 20 minutos”; “aos poucos aumentei o tempo que corria até 5 km sem andar”. O resultado foi que ele perdeu 26 quilos em

um ano, numa conquista na qual “só vontade não basta para ter qualidade de vida. É preciso dedicação e esforços”. Além disso, o leitor enfatizou a importância dos personagens que dividia os cenários cotidianos nessa mudança de aparência física: “a mudança de hábitos de minha namorada contribuiu bastante para eu alcançar meu objetivo” (*Men’s Health*, 2013, nº 82, p. 19).

Podemos perceber que, no estatuto de masculinidade da *Men’s Health*, os indivíduos são medidos por um corpo, que tem de ser “magro, ágil e musculoso” (*Men’s Health*, 2009, nº 41, p. 1). Estas são as condições para que os leitores sejam reconhecidos como iguais aos modelos da revista, como se o que mais interessasse nos homens fosse o tamanho dos músculos, e, é claro, quanto maior, melhor. Essa “cultura do corpo é uma das formas essenciais de compromisso estabelecido pela ética puritana com as necessidades de uma sociedade de consumo de massa” (SANT’ANA, 1995, p. 102).

Isso, também, fica evidente na narrativa de Guilherme Casais de Oliveira, mineiro de Belo Horizonte, 30 anos, 1,76 m de altura, 78 kg. Ele fez “[...] faculdade de educação física, mas só cuidava do corpo dos outros, não importante com o meu”. Mesmo consciente dos alimentos “adequados” para manter a “saúde”, sua alimentação diária era composta por doces em abundâncias, frituras e massas, “saía do trabalho com tanta fome que uma lata de leite condensado era pouco”. O resultado foi que o *personal trainer* se sentia acima do peso e doente, “ficava resfriado à toa”. Por isso ele procurou mudar seu cotidiano: “a determinação para mudar teve que vir de mim, não servia os outros falarem”. Consciente que sua imagem era socialmente vista como descuido e doença, Oliveira procurou mudar sua alimentação, “agora, como *fast food* com menor frequência” e passou a cuidar da alimentação dos pais, “[...] sempre apresento a eles as opções mais saudáveis na cozinha”. Além da alimentação para “restabelecer” a saúde, perder peso e aumentar a massa muscular, o leitor passou a se dedicar a uma série de exercícios físicos, “fazia *spinning* diariamente e mudava o treino toda semana para manter a queima calórica alta”. Com isso, entre janeiro e outubro de 2010, ele passou de 98 kg para 78 kg (*Men’s Health*, 2012, p. 34).

Renan Silva, paulista, 28 anos, 1.80 m de altura, 74kg, por sua vez, narrou que quando chegou aos 120 kg levou “[...] um susto quando subi na balança. Foi então que resolvi mudar”. Ele decidiu que “[...] em dezembro iria me ver magro pela primeira vez”. Para isso, ele mudou a alimentação, optando por alimentos integrais, passou a comer a cada três horas e evitar os *fast food*. Sua estratégia foi preparar “[...] em casa meus lanches e refeições e levo na mochila”. Além de regular a alimentação, ele passou a fazer atividades físicas na esteira, “minha meta era completar 5 km sem caminhar, não importava o tempo”, “meu objetivo agora é correr uma meia-maratona (21 km) até meio do ano que vem”. Somava-se a essa rotina as práticas de musculação e “[...] treinos funcionais para fortalecer o abdome e evitar a flacidez” (*Men’s Health*, 2012, nº 78, p. 30).

Já o leitor Renato, de 37 anos, 1,81 m de altura, 85 kg, expõe como o nascimento da filha Ágata o levou a uma percepção negativa do corpo. Com isso, ele afastou-se do meio social, vivia em uma tristeza profunda, não conseguia nem trabalhar, porque não se encaixava no padrão físico masculino aceito. Até que tomou consciência e procurou suplantar sua imagem de 110 quilos:

Eu precisava ganhar dinheiro, e ficar outro dia em casa saíria caro. Tinha que cuidar de mim e de minha imagem [...] minha esposa e a *Men’s Health* foram essenciais: me incentivaram muito [...] fazia esteira e/ou elíptico – totalizando uma hora de aeróbica – e musculação na sequência, isso quatro vezes por semana [...] com a mudança no corpo, consegui voltar a trabalhar de cabeça erguida (*Men’s Health*, 2012, nº 69, p. 22).

Outro leitor que narrou sua história na revista foi Daniel Takara Gomes, de 30 anos, 1,80 m de altura, 84 kg. Ele aponta os dilemas de alteração da sua imagem por causa de alguns eventos externos. O leitor diz: “Sempre fui magro, fiz esporte, competi em natação.” Mas após se formar em estatística e entrar no mercado de trabalho, “[...] faltou tempo para exercitar”. Com isso, ele se tornou motivo de piada dos amigos, que ironizavam sua aparência e o posicionavam como inferior. Para retornar a uma imagem anterior, ele fez o seguinte trajeto:

Incrementei minhas séries com dicas, por exemplo, da reportagem A nova cara da flexão (*Men's Health* abril 2007) [...] três refeições maiores e três lanches – com bolacha integral, fruta, sementes oleaginosas [...] antes da comida eu comia muito chocolate diariamente. Mudei para só um tablete ao dia e do tipo amargo (rico em antioxidante). Junto, tomo suco para saciar a vontade [...] não corte nada da alimentação (*Men's Health*, 2011, nº 65, p. 40).

Como esse leitor, muitos outros começaram seus depoimentos relembando momentos passados, quando tinham imagens socialmente aceitas, mas determinados fatos em suas vidas alteraram esse físico, desencadeando problemas em seus relacionamentos com os corpos, criando neles sentimentos de rejeições, por serem motivos de piadas de amigos e familiares. Por isso, eles travaram uma batalha para reconquistar o físico de antes. Nessa dinâmica, a revista demarca dois espaços: os que são detentores de um corpo magro, definidos e musculosos como aceitos, ao ponto de os indivíduos que não apresentam essa imagem ser submetidos a olhar de fracassados.

Podemos mapear essa questão na narrativa do funcionário público de 26 anos, 1,74 m, 77 kg, Afonso Júnior. Ele relatou que praticava esporte, principalmente o *jiu-jítsu*, mas “ia para encontrar amigos e me divertir. Se tinha preguiça faltava”. Ele também não regulava a alimentação, “comia sem pensar. Refri, açúcar, fritura”. O resultado não foi outro, ele chegou a pesar 97 kg. Com isso, sua imagem não era aceita no cotidiano, pois “sempre fui magro, aí o pessoal me via e não me reconhecia”. Por ter sua imagem “reprovada” socialmente, o leitor mudou sua rotina, passou a praticar “[...] musculação três vezes por semana, em dois grupos musculares por dia. Nos outros dois caprichava no treino aeróbico”. Ele também mudou a alimentação, “tirei o açúcar e a gordura do cardápio”, passou a fazer cinco refeições diárias. O resultado desses muitos esforços foi que ele perdeu 20 kg, agora “quem me viu gordo é que se choca [...]”. Por isso, ele enfatizou: “o segredo é saber que não tem segredo” (*Men's Health*, 2012, nº 73, p. 44).

Assim sendo, de acordo com os valores e signos disseminados pela revista *Men's Health*, os indivíduos percebem que, em nossa cultura, há um controle das imagens. Os que não se

adequam aos padrões são colocados de lado; por isso, eles aceitam os valores estéticos e se submetem aos mesmos, pois querem, nas relações com os outros, ser percebidos como bons, como iguais. De fato, a revista estabelece uma imagem de masculino a ser seguido (figura 6), mas o árbitro desta moral é o próprio leitor, que pode reprimir, apagar estes modelos, transformá-los em inimigos a serem combatidos. Mas por que as atitudes dos seres humanos são de se inclinarem diante dessas imagens corporais?

Podemos compreender as atitudes desses homens quando analisamos suas falas dentro de um plano cultural. A imagem é, em certo sentido, um meio de impor o controle sobre eles, de silenciá-los, porque elas estão associadas a valores de vida, de felicidade e de saúde. Por meio delas podemos perceber a capilaridade do poder nas várias dimensões da vida social. Um poder que é simbólico, que “[...] é um poder de consagração ou de revelação, um poder de consagrar ou de revelar coisas que já existem” (BOURDIEU, 1990, p. 167). Assim, a aparência revela o grau de sucesso de seu “proprietário”; por isso, a melhor forma de ser aceito socialmente é manter-se dentro dos conformes os *ideais* de nossa época, já que aquele que não se enquadra aos esquemas corporais muitas vezes se sente rejeitados dos grupos sociais.

Tendo em vista que a revista apresenta imagens que aparentemente podem ser alcançadas, muitos são os homens que se tornam “obcecados” pela forma física. Eles aceitam ser medidos, de quanto sobra e de quanto falta de componente estético. O que eles querem é ser socialmente aceitos dentro do grupo *Men’s Health*.

São homens como Rogério Bruglia, de 30 anos, 1,77 m de altura, 76 kg, que passou a adolescência toda sem se preocupar com a aparência: “Eu vivia em simbiose com *videogame*.” Ele era magrelo e não se importava, mas chegou o momento em que sua imagem foi reprovada socialmente. Ele narra: “Meu corpo franzino me deixava sem moral com as garotas [...] quando uma garota tocou meu ombro ela disse ‘nossa, parece esqueleto!’”. Sofrendo por não ter sua imagem aceita, a solução do leitor foi de silenciar, para não ser tachado de figura anormal, e tornar-se obcecado por alcançar o corpo do tipo *Men’s Health*:

Vi um monte de gente forte e eu, magrelo, desanimei [...] Aí, passei a me informar sobre resultados do treino e conhecimento bancou a persistência [...] lia muito a revista inglesa. Com o lançamento da brasileira, em 2006, peguei firme [...] ia malhar seis ou sete dias por semana [...] prezo pelo equilíbrio [...] no supermercado comecei a olhar a tabela nutricional dos produtos. Aquelas com muita gordura, e/ou muito sódio, deixava lá [...] equilíbrio é fundamental à saúde física, mental e à beleza [...] me sinto saudável e bonito (*Men's Health*, nº 70, p. 22).

Pode-se observar que a beleza do corpo é associada, pelo leitor, à saúde, e que este está aberto à conquista. Por isso, negar os modelos *Men's Health*, tão atraentes, é quase uma insuficiência moral e é visto como uma falta de disciplina, já que os argumentos da revista afirmam que ser bonito não é só uma vaidade, é também uma questão de saúde.

Como se percebe, a revista *Men's Health* tem certa reprovação aos homens “magros”. Ela os critica por não aceitarem os conselhos que são oferecidos para terem músculos excessivos. Foi o que narrou Bruno Ryu Fujimoto, de 20 anos, 1,70 m, 63 kg. Segundo o leitor, ele era visto como doente, até pelos seus familiares, que lhe falavam: “meu filho, como esse braço está magrinho! Você deve estar com anemia.” Por ser tratado como doente, ele tomou a atitude de mudar sua imagem:

Pensei: se eu, um ectomorfo (pessoa que pena para ganhar peso muscular), enfrentar o desafio no inverno, nada mais impedirá essa transformação [...] passei a fazer seis refeições diárias, cheias de carboidratos, proteínas e fibras [...] tudo melhorou: a postura, o pique e a autoconfiança (*Men's Health* 2009, nº 37, p. 30).

Já Francisco Rafael Almeida, de 28 anos, 1,80 m, 76 kg, também se sentia magro. Ele narra que entrou na academia, mas ia uma vez só por semana. Com isso, chegou, aos 22 anos, a ficar desgostoso com a imagem franzina. Ele relata: “Comprei a segunda edição e já virei assinante. A revista me ajudou a melhorar a vida.” Graças à revista, ele ganhou 10 kg de massa; por isso, relata que “entrar em forma é reconhecer o valor da própria vida”.

Ganhei músculos e perdi as piadas sobre minhas costelas aparecendo [...] eu transformei num hábito sem férias; se não dá para ir à academia, adapto os exercícios [...] com a M. H. aprendi a variar exercícios, o que estimula [...] sabia que me empanturrar de pizza sempre não fazia bem [...] a M. H. me ensinou a montar o prato na hora certa [...] agora, por exemplo, consumo carboidrato antes e durante o treino. No final, só proteína [...] lendo a M. H. vi jeito de surpreender a mulher e manter o casamento muito bem [...] é ok sair da dieta de vez em quando (*Men's Health*, 2011, nº 68, p. 40).

Já o gerente de compras Rafael Augusto Pereira, 29 anos, 1,81 m, 85 kg, contou que tinha uma *performance* franzina, com 61 kg. Isso porque ele “fazia só duas refeições ao dia”. Mas, ele não ligava para a aparência do corpo, até que nasceu a filha clara. Nesta ocasião ele observou que sua “[...] esposa sempre se cuidou. Mas no pós-parto, pegou mais firme”, “ela ficou um mulherão! Eu então com 27 anos, não podia seguir magrelo”. Por isso, ele procurou mudar sua imagem, construindo um corpo musculoso. Nessa tarefa, inicialmente ele tentou comer mais, porém “[...] dava ânsia”, pensando que era uma doença foi “[...] ao médico e não tinha nada era frescura. Aí me forcei a mudar”. Para isso, ele passou a fazer sete refeições diárias, incorporando suplementos de carboidratos e proteínas, “a alimentação diária passou de 900 a 4 400 kcal”. Também passou a praticar musculação. No início, “na academia, dava vergonha de carregar pouco peso”, mas, mesmo assim, ele malhava de segunda a sexta, “se não dava para ir à academia, me inspirava na MH e me exercitava em casa, na praia, etc”. Com isso, ele conquistou 24 kg de músculo, sentindo-se realizado: “fiquei mais estiloso, até a relação com a mulher melhorou!” (*Men's Health*, 2012, nº 72, p. 34).

Podemos observar, portanto, que dedicar-se à busca por um corpo parecido com as estampas da revista é uma tarefa árdua, uma educação dos homens, que são aconselhados a apagarem corpos “magros” ou “gordos” e se devotarem aos modelos da capa. Eles só transformam suas anatomias porque não são socialmente aceitos. Logo, os corpos dos homens não lhes pertencem; são de domínio social, que tratam as representações como formas de ação de uns sobre os outros

Fontes

Men's Health. 2009. n° 36, Editora Abril, abril.

Men's Health. 2009. n° 37, Editora Abril, maio.

Men's Health. 2009. n° 41, Editora Abril, setembro.

Men's Health. 2011. n° 65, Editora Abril, setembro.

Men's Health. 2011. n° 66, Editora Abril, outubro.

Men's Health. 2011. n° 67, Editora Abril, novembro.

Men's Health. 2011. n° 68, Editora Abril, dezembro.

Men's Health. 2012. n° 69, Editora Abril, janeiro.

Men's Health. 2012. n° 70, Editora Abril, fevereiro.

Men's Health. 2012. n° 71, Editora Abril, março.

Men's Health. 2012. n° 72, Editora Abril, abril.

Men's Health. 2012. n° 73, Editora Abril, maio.

Men's Health. 2012. n° 74, Editora Abril, junho.

Men's Health. 2012. n° 75, Editora Abril, julho.

Men's Health. 2012. n° 76, Editora Abril, agosto.

Men's Health. 2012. n° 77, Editora Abril, setembro.

Men's Health. 2012. n° 78, Editora Abril, outubro.

Men's Health. 2012. n° 79, Editora Abril, novembro.

Men's Health. 2012. n° 80, Editora Abril, dezembro.

Men's Health. 2013. nº 81, Editora Abril, janeiro.

Men's Health. 2013. nº 82, Editora Abril, fevereiro.

Referências

ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. **A dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes. **Masculino/Feminino: tensão insolúvel**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

ALMEIDA, Miguel Vale de. **Senhores de si: uma interpretação antropológica da masculinidade**. Lisboa: Fim de Século, 1995.

BADINTER, Elisabeth. **XY: sobre a Identidade Masculina**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

_____. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 2ª ed., Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2008.

CECCARELLI, Paulo Roberto. A Construção da Masculinidade. **Percursos: Revista de Psicanálise**, ano X, nº 19, 2º semestre de 1997, pp. 49-56.

CORNWALL, Andrea; LINDISFARNE, Nancy (eds.). **Dislocating Masculinity: Comparative Ethnographies**. London: Routledge, 1994.

DORAIS, Michel. **O Homem Desamparado**. São Paulo: Loyola, 1994.

CONNELL, Raewtn. **Masculinities**. Sydney: Allen & Unwin, 1995.

CHARTIER, Roger. **A História Cultural: entre práticas e representações**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1982.

_____. **História da Sexualidade:** vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **A arqueologia do Saber.** Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FLOCKER, Michael. **The Metrosexual:** guie to style – a handbook for the moden man. New York: Da Campo Press, 2003.

GOFFMAN, Erving. **Estigma, notas sobre a manipulação da identidade deteriorada.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1963.

_____. **A representação do eu na vida cotidiana.** Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

HOUAISS, Antônio. **Novo Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULAÇÃO (IVC). 2007. Disponível em: www.ivcbrasil.org.br. Acesso em: 11/09/2012.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, Dênise.(org). **As representações sociais.** Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2001.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo.** Petrópolis: Vozes, 2007.

_____. **Adeus ao corpo:** antropologia e sociedade. Campinas: Papyrus, 2008.

LEVI, Giovani. Usos da biografia. In: M. de M. FERREIRA; J. AMADO (orgs.), **Usos & abusos da História Oral.** Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2002. p. 167-182.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia.** São Paulo: Cosac e Naify, 2003.

MINAYO, Maria Cecília Souza. O conceito de representações sociais dentro da sociologia clássica. In: JOCHELOVICHES, G. P. (org). **Texto em representações sociais.** Rio de Janeiro: Vozes; 1994, p. 89-111.

MOSCOVICI, Sérgio. Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história. In: JODELET, Denise.(org). **As representações sociais.** Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2001, p. 45-67.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 22 , dezembro 2003a, p. 23-32

_____. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

SANT'ANA, Denise Bernuzzi de (org.). **Política do corpo**: elementos para uma história das práticas corporais. São Paulo, Estação Liberdade, 1995.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil *de* análise histórica. **Educação & Realidade**, n. 20(2), 1995, p. 71-100.

SILVA, Sérgio Gomes da. A crise da masculinidade: uma crítica à identidade de gênero e à literatura masculinista. **Psicol. cienc. prof.** [online]. 2006, vol.26, n.1, pp. 118-131.

WEBER, Marx. Burocracia. In: GERTH, H. H.; MILLS, W. (org.). **Ensaio de Sociologia**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1982. p. 229-282.

Artigo recebido em 07 de abril de 2017. Aprovado em 08 de janeiro de 2018.