



12º Congresso de Pós-Graduação

O IMAGINÁRIO DA SAÚDE NAS REVISTAS MENS HEALTH

Autor(es)

---

NATANAEL PEREIRA DE ARAUJO JUNIOR

Orientador(es)

---

MARCIA REAMI PECHULA

Resumo Simplificado

---

Através dos meios midiáticos podemos constatar diariamente como a saúde se apresenta como um dos principais motivos de preocupação do cidadão brasileiro, fato este comprovado pelo crescente espaço de matérias e reportagens relacionadas à saúde na mídia brasileira. Mas qual é a representação de saúde divulgada por estes meios de comunicação? Diante deste quadro, o presente trabalho tem como objetivo, fazendo uso do conceito de indústria cultural, de Adorno e de Max Horkheimer, identificar quais são as representações criadas para o conceito de “saúde” a partir de uma leitura das capas das revistas *Men’s Health*, entre o período de junho de 2013 a junho de 2014. Para ser mais exato, analisaremos uma revista referente a cada estação do ano. A escolha desta revista se deve ao fato de que a palavra saúde faz parte de seu nome, pois a tradução de *Men’s Health* para o português significa “saúde masculina” ou “saúde dos homens”. Desta forma, somos induzidos a imaginar que o principal tema da revista *Men’s Health* seja a saúde masculina. Porém, constatamos que para a revista *Men’s Health* a preocupação com a saúde se refere a preocupações relacionadas ao âmbito da beleza. Pois as principais matérias de capa das revistas selecionadas retratam meios para se conseguir um corpo semelhante aos dos modelos das capas. Ou seja, corpos magros, belos e com os músculos bem definidos, representando a força física e a beleza. Desta forma, concluímos que o corpo se torna um bem de consumo e concordamos com Adorno (1985) de que “a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança”. Fato este constatado ao observarmos que todas as capas selecionadas por este trabalho apresentam, independentemente da estação do ano, modelos de pele branca e de peito nú. Essa nudez parcial nos permite observar a perfeição dos abdomens, peitos e braços retratados. Aliás, se observarmos as capas entre junho de 2013 e junho de 2014, encontraremos apenas três revistas em que os modelos não estão com estas partes do corpo nuas; porém, mesmo vestidas, estas partes do corpo – abdômen, peito e braços, continuam tendo suas formas valorizadas pelas imagens veiculadas. Destarte, percebemos, mesmo após mais de meio século de sua criação, a importância do conceito de indústria cultural para uma leitura das representações do conceito de saúde em nosso imaginário social. Pois, o corpo saudável se torna sinônimo de um belo corpo a ser adquirido. Isto é, o corpo se torna uma mercadoria imprescindível na sociedade contemporânea, graças à capacidade da indústria cultural em possibilitar “a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidade iguais” (ADORNO, 1985). Observamos que quem não possui esse “corpo mercadoria” é marginalizado pelos demais, “pois os ‘diferentes’ devem ser humilhados e até mesmo massacrados em nome da afirmação da identidade coletiva que referenda o regozijo da identidade particular doentia. (ZUIM, 1998)