

REPRESENTAÇÕES DO CORPO MASCULINO NA REVISTA MEN'S HEALTH

Tamara Salviano Martins, Jaqueline Cardoso Zeferino, Maria Elisa Caputo Ferreira.

Universidade Federal de Juiz de Fora.

As representações sociais, segundo definição clássica apresentada por Jodelet (1985), são modalidades de conhecimento prático orientadas para a comunicação e para a compreensão do contexto social, material e ideativo em que vivemos através do conteúdo apreendido pelos sentidos, pela memória, imaginação ou pelo pensamento contribuindo para a construção de uma realidade comum. Nas palavras de Alves-Mazzotti (2008), tais representações devem ser entendidas a partir do seu processo de produção, pois, investigam justamente como se formam e como funcionam os sistemas de referência que utilizamos para classificar pessoas e grupos e para interpretar os acontecimentos da realidade cotidiana. Essa forma específica de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado constituiu o eixo de referência desse estudo que tem como objetivo discutir o modo como a revista MEN'S HEALTH percebe e/ou imagina o corpo masculino. Tomamos como objeto de análise a revista MEN'S HEALTH que possui uma periodicidade mensal, está no mercado desde 2006 e abarca um total de 337.000 leitores, portanto já possui uma identidade no mercado da mídia impressa. Foram analisadas 11 capas da revista seguindo a seqüência das edições a partir do mês de abril de 2008 e janeiro de 2009 com a preocupação de analisar justamente o período em que a exposição do corpo ocorre de forma mais freqüente – o verão. A escolha do gênero capa de revista se deve ao fato de que é nela que se inicia o diálogo entre o enunciador e o receptor (leitor): ainda que exista uma intenção comunicativa do produtor, a qual concerne à ideologia da revista, por outro lado, há também a expectativa do leitor. O suporte teórico metodológico utilizado foi a Análise de Conteúdo, podemos defini-la como “uma operação ou um conjunto de operações visando representar o conteúdo de um documento sob uma forma diferente da original, a fim de facilitar num estado ulterior, a sua consulta e referenciação”. (BARDIN, 2007). Abordamos primeiramente o “modo

de dizer” do discurso através da Análise do Conteúdo das imagens das capas, observando como o discurso se mostra, interage e seduz estabelecendo os vínculos socioculturais necessários para se dirigir ao interlocutor. A segunda abordagem, concomitante com a primeira, refere-se às frases utilizadas na capa da revista (chamadas) que, de certa forma, contribuem para a construção do universo de discurso do qual o texto fala. Além de permitir a observação dos significados e sentidos explícitos e/ou implícitos no discurso. Nos resultados, foi observado que a presença de apenas um ator social é comum em revistas dessa vertente, já que a sua representatividade por si só transmite a mensagem desejada. Em todas as revistas analisadas percebemos que se faz presente uma ênfase no corpo e não na identidade do homem, já que, salvo as exceções, os homens representados, apesar de serem modelos, não são ícones na mídia. Os atores sociais estão sempre exibidos verticalmente do lado direito da capa mostrando a região do abdômen, peitoral e braços, o que coincide com a preocupação dos homens atuais nas academias em possuir tais musculaturas bem desenvolvidas. Podemos inferir que a utilização de homens fortes e definidos incentiva o consumo da revista, pois geralmente os leitores desejam ter o mesmo padrão estético dos homens exibidos nas capas. As posturas corporais realçam a segurança e a rigidez que os homens devem possuir. A idéia de masculinidade representa um estado fixo, inevitável e natural de ser. A configuração das capas segue a mesma ocorrência em vários aspectos, como o nome da revista (sempre em azul ou vermelho), o painel de fundo alterado apenas entre preto e branco, a invariável proporção das letras e de contraste das cores... A utilização de uma linguagem coloquial também se faz sempre presente e remetem a um perfil de leitor “antenado”, em busca de informações que os façam se sentir mais atraentes: “Sarado para o Verão”! Emprego de superlativos, figuras de linguagem e gírias é comum. Aparecem objetivando enfatizar o grau de empenho que deve ser dado por parte dos leitores na batalha do belo. “Tchau pança! O plano moleza para um abdome de Aço”; “Tchau magrão! O plano que encorpora até berimbau”. Essas passagens evidenciam a não-neutralidade dos textos, principalmente os de meios midiáticos, revelando leitura feita pelos produtores a cerca do corpo masculino a fim de abarcar a maior numero possível de leitores. Quanto aos significados interativos, geralmente o olhar fixo, penetrante e amigável acompanhado de um

sorriso aberto e amistoso faz com que o modelo (boa-pinta, camarada) convide o leitor a se identificar e interagir com ele. Esse clima de “camaradagem” parece ser essencial ao cativar o público masculino, pois denota a existência de uma confiabilidade. Espera-se, portanto, que as mensagens passadas pela revista, soem como conselhos a serem seguidos. Vivemos na “ditadura da beleza”, a qual estabelece que ser bonito e ter o corpo malhado é imprescindível para se obter sucesso. Logo, a expressão facial e a postura corporal do ator social se configuram como estratégia comum do produto, pois, conciliam a imagem de “homens perfeitos e desejados” aos anúncios de dietas persuadindo aos leitores com indicações de como eles devem ser, propiciando, assim, mais vendas das revistas. No que diz respeito à relação sexual, constatamos que os relacionamentos sem compromisso, ou seja, sem a necessidade de uma companheira fixa, atualmente, ganharam um caráter mais liberal. Os mecanismos midiáticos ajudam a veicular essa nova postura de uma forma mais natural. Logo, o sexo é tratado de modo claro e objetivo funcionando como “receitas” de como o homem deve proceder nas preliminares sexuais, apresentando “dicas” para seduzir as mulheres e “manuais” de como se tornar o garanhão. Como tais chamadas vemos: “Sexo em sete passos – Transe com ela na primeira noite”; A Arte do sexo- vire o mestre dela”; “Sexo a mil! Elas vai subir pelas paredes”, “Ela vai pirar! E você vai se dar bem...”. Apesar de a revista ser destinada a homens, percebe-se certa sensualidade nas poses dos modelos. Porém, vemos claramente que a intenção da revista não é em seduzir sexualmente o leitor, mas como já foi citado, o intuito é que o público masculino sinta atraído pela imagem do personagem, a fim de conseguirem, através das várias reportagens, dicas de como se “dar bem” com as mulheres... É possível inferir, no caso das chamadas relacionadas aos exercícios físicos, uma informação idealizada; pois, a revista “promete” a perda de peso se forem seguidas à risca as dicas propostas. Como exemplos, temos: “tenha um corpo nota 10 – treine só com 8 exercícios!”; “a dieta do abdome – plano mais simples para entrar em forma já!”; “corpo novo em 2009! Mais muque, menos peso”. A postura assumida pelos modelos expostos nas capas cria a necessidade do leitor adquirir a revista no intuito de descobrir qual o segredo do sucesso alcançado nos mais diversos setores da vida, seja ele pessoal ou profissional... Além disso, a pose

descontraída e com roupas despojadas revelam um homem de atitude e moderno, ativo e dotado de movimento e são reforçada pelas freqüentes chamadas sobre viagens, negócios, festas, carros, por exemplo. Esse dinamismo masculino confirma os preceitos impostos pela sociedade em relação aos homens, configurando-os como viris, potentes, aventureiros. O figurino usado pelos personagens e frases como “A melhor roupa para o trabalho” chama a atenção aos recursos estilísticos que o leitor deve buscar para estar dentro da moda. Assim, podemos associar o modo como os meios de comunicação contribuem e incentivam a batalha pelo belo. Russo (2005) coloca que a indústria corporal através dos meios de comunicação encarrega-se de criar desejos e reforçar imagens, padronizando corpos por suas relações com a linguagem, a ideologia e o imaginário social e, principalmente, por seu papel na orientação de condutas e das práticas sociais. “Somos pressionados em numerosas circunstâncias a concretizar, em nosso corpo, o ideal de nossa cultura” (TAVARES, 2003). Concluímos, portanto, que a comunicação visual através da leitura das capas de revista constitui uma considerável representação de mundo e interação social. A análise do conteúdo das capas nos permite a observação dos significados e sentidos explícitos e/ou implícitos funcionando como um sistema de referência para interpretar os acontecimentos da realidade cotidiana. A análise das imagens trazidas nas capas das revistas MEN’S HEALTH revela o imaginário construído em torno do corpo masculino estigmatizado socialmente, já que o corpo porta-se como um símbolo que está frequentemente marcado por padrões estabelecidos. Essa apreensão da realidade é reforçada pelas chamadas que contribuem para a construção do universo de discurso do qual o texto fala. A convergência entre estética da linguagem verbal e visual assume um caráter persuasivo e constituem o primeiro contato entre o receptor (leitor) e o enunciador. Portanto, percebemos também o poder da mídia na imparcialidade da apresentação dos fatos, ofuscando assim, posições ideológicas. A mídia produz modelos imaginários que lhe conferem legitimidade e visibilidade social.

Referencias

Alves-Mazzotti, A. J. (2008). *Representações sociais: Aspectos teóricos e aplicações à educação*. Revista Múltiplas Leituras, v.1, n. 1, pp. 18-43.

Bardin, L. (2007). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Jodelet, D. (1985). *La representación social: Fenômenos, concepto y teoría*. In: *Psicología Social* (S. Moscovici, org.), pp.469-494, Barcelona: Paídos.

Russo, Renata. (2005). *Imagem corporal: construção através da cultura do belo*. Movimento & Percepção, Espírito Santo de Pinhal, SP, v.5, n.6 – ISSN 1679-8678.

TAVARES, M.C.C. (2003). *Imagem Corporal: Conceito e Desenvolvimento*. São Paulo: Manole.