

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
Curso de Comunicação Social – Jornalismo

ANA LUIZA CORDEIRO

**O Corpo e a Mídia: o discurso da alimentação saudável nas revistas femininas
como opressão da mulher**

CURITIBA
2016

ANA LUIZA CORDEIRO

**O Corpo e a Mídia: o discurso da alimentação saudável nas revistas femininas
como opressão da mulher**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial para obtenção do grau de
bacharel em Comunicação Social com Habilitação
em Jornalismo ao Centro Universitário
Internacional UNINTER.

Orientador (a): Prof^a. Regina Reinert.

CURITIBA

2016

AGRADECIMENTOS

Aos professores que dedicaram suas horas e disposição em sala de aula, construindo um saber que, para mim, foi muito além da didática e do currículo. Entre a incerteza que me abraçava no início do curso, vieram palavras de apoio e a competência deles que me fizeram construir uma admiração inestimável pelo ato de ensinar. Agradeço aos professores que, em algum momento no decorrer desses anos, tive a oportunidade de trocar conhecimentos e compreender a dimensão que a vida tem, não ficando restrita à sala de aula ou à ementa da matéria;

Agradeço aos colegas de turma que dividiram trabalhos, responsabilidades e, muitas vezes, sentimentos de quem percorre o mesmo caminho. Às risadas, às boas amizades que cultivei e às palavras de apoio que me fazem resistir e enxergar o que, muitas vezes, não sou capaz de ver sozinha;

Agradeço aos amigos, familiares e todos aqueles que percorreram comigo esses anos, entre períodos calmos e turbulentos;

Agradeço à minha orientadora, Regina Reinert, por me acompanhar na construção deste trabalho, me dando suporte acadêmico e palavras que apenas alguém com sua insigne percepção, poderia me oferecer. Agradeço à delicadeza com que dimensionou meu tema e a liberdade bem aparada que me proporcionou. Regina percorreu comigo um ano de um saber inestimável, distante da relação hierárquica e crua que, muitas vezes, se estabelece entre alunos e professores. Me conduziu entre autores e apontamentos, dividindo seus conhecimentos e, muito além, me inspirando como pessoa e mulher, me fazendo compreender que este é o início de um longo debate que me motiva e me inspira.

Agradeço, por fim, a todas as mulheres que, de um modo bastante subjetivo, participaram e estão presentes neste trabalho. Àquelas que me ajudaram a construir percepções de mundo e a ascender minha necessidade de questionar, enfrentar e debater o que significa ser mulher. Àquelas que existem e resistem em suas lutas, palavras e vivências.

"No dia que for possível à mulher amar-se em sua força e não em sua fraqueza; não para fugir de si mesma, mas para se encontrar; não para se renunciar, mas para se afirmar, nesse dia então o amor tornar-se-á para ela, como para o homem, fonte de vida e não perigo mortal."

SIMONE DE BEAUVOIR

RESUMO

A partir da recente e intensa veiculação da alimentação saudável pela mídia, sobretudo revistas femininas, faz-se necessário analisar e contextualizar o papel que os discursos emitidos desempenham em âmbito social, em especial quanto à atuação da mulher e os preceitos estéticos. A partir da análise comparação das revistas *Boa Forma* e *Women's Health*, se traçou a correlação entre alimentação como ato social e as relações de poder que se exercem cotidianamente. A comparação permite identificar que a suposta prevalência de discursos visando qualidade de vida e saúde feminina são meios de manter o sistema controlador que se finda no patriarcado. As mídias, então, expressam um fragmento do sistema macro onde a cultura social mantém a subordinação feminina utilizando, para isso, recursos diversos, entre elas a alimentação.

PALAVRAS-CHAVE: Revistas femininas; Opressão da mulher; Alimentação; Comunicação; Corpo na sociedade;

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

APÊNDICE 01– SUBCATEGORIAS ALIMENTAÇÃO.....	40
APÊNDICE 02– SUBCATEGORIAS EXERCÍCIOS	40
APÊNDICE 03 – SUBCATEGORIAS ESTÉTICA.....	42
APÊNDICE 04 – SUBCATEGORIAS ATUALIDADES	42
APÊNDICE 05 – CLASSIFICAÇÃO BOA FORMA.....	43
APÊNDICE 06 – CLASSIFICAÇÃO WOMEN’S HEALTH	46
APÊNDICE 07 – GERAL BOA FORMA	56
APÊNDICE 08 – GERAL WOMEN’S HEALTH.....	56
APÊNDICE 09 – EXERCÍCIOS WOMEN’S HEALTH.....	57
APÊNDICE 10 – ESTÉTICA WOMEN’S HEALTH	58
APÊNDICE 11 – DEFINIÇÕES DO CORPO.....	65
TABELA DE CATEGORIAS	65

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 METODOLOGIA	14
3 O CORPO NA MÍDIA	19
3.1 O CORPO FEMININO NA SOCIEDADE	19
3.2 HISTÉRICAS E FAMINTAS	24
3.3 CAPITALISMO E PODER	26
4 JORNALISMO DE REVISTA	31
4.1 JORNALISMO SEGMENTADO	35
5 ANÁLISE DAS CHAMADAS	37
5.1 BOA FORMA	41
5.2 WOMEN'S HEALTH	46
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	59
REFERÊNCIAS	62
APÊNDICE	65
ANEXOS	66

1 INTRODUÇÃO

A alimentação saudável como condição para se obter o corpo ideal, dentro dos apregoados padrões de beleza que definem o chamado “corpo *fitness*”, se apresenta como uma nova vertente nos veículos midiáticos por meio de um discurso que propaga a melhoria no desempenho esportivo, no condicionamento físico e no bem-estar. O corpo estético¹ ideal, até então, era atrelado a uma busca incansável e, em geral, árdua, que demandava dedicação e disciplina de quem almeja construir a imagem *fitness*, chegando até às raias do suplício. Quase como uma recompensa à extenuante determinação de ser esteticamente saudável, o corpo biológico torna-se, também, bem cuidado através da alimentação adequada, suprimento nutricional, cardápios corretos e uma guerra nutricional instaurados dia após dia para delinear músculos e silhuetas. Com isso, cria novas expectativas na mulher que ainda sonha com o perfeito: bons resultados sem a tirania opressiva dos treinos estafantes e das dietas torturantes (SANTANA; CAMARGO, 2003).

Há uma recente demanda em se apontar conflitos na esfera pessoal e social em função da opressão que sofrem sobretudo as mulheres. Essas pressões e opressões se estendem às áreas diversas de atuação da mulher como sujeito, mas demonstram centralização no âmbito alimentar, ocorrendo independente de atingirem ou não os resultados em busca da transformação corporal.

O presente trabalho busca, por meio da comparação entre as revistas *Boa Forma* e *Women's Health*, identificar se conteúdos opressivos se fazem presentes nos discursos que ofertam a alimentação saudável ou *fitness* como a busca pelo bem-estar e saúde do organismo, seja ela com fins também estéticos ou não, logo que há uma delicada relação entre mídia, estética e corpo e seus impactos psicossociais.

Pesquisas demonstram que a opressão feminina vem se perpetuando, sendo que, parte dessa opressão é observada na mídia. Segundo Lobato (2013), o corpo na mídia assume um papel muito mais mercadológico e voltado ao marketing e ao consumo do que propriamente aos conceitos estéticos e culturais da sociedade. O corpo toma um papel além da presença social e se insere na mídia como objeto consumidor e de consumo. O corpo se vende e, não obstante, tudo o que permeia a

¹ Ao longo do trabalho, optou-se pelas variações de corpo-estético; corpo biológico, corpo físico, corpo social; corpo anatômico como designações das abrangências corporais internas ou externas, segundo apêndice 11.

relação do indivíduo com sua própria imagem e auto percepção também torna-se passível de comercialização. Logo, a compreensão de discursos que são difundidos, sobretudo numa mídia massiva, corrobora para contextualizar, também, os rumos que a mulher, como figura social, assume e em quais esferas ela está realmente desvinculada do controle machista ao construir sua própria imagem.

Situando a cultura histórico-social de opressão da mulher, ficam evidentes os interesses em manter o *status quo*, no qual o corpo feminino é objeto de comercialização, capitalização, fetiche e hiper-sexualização, desprendendo-se de sua figura social e sendo qualificado num aspecto reducionista de corpo objeto (RODRIGUES, 2000). Temos, então, como principal interesse perceber a perpetuação da cultura machista e, por consequência, o controle da mulher e seu papel social diante da manutenção de uma opressão corporal que se manifesta há tempos através de um reforço negativo quanto à auto aceitação feminina.

Mais do que vender a estética e o ideal do corpo padrão, a publicidade e a mídia vendem os conceitos por trás do objeto. Vendem conceitos intangíveis, como status, felicidade, autoestima, sucesso pessoal e profissional. Segundo Oliveira (2010, p. 47),

A baixa prática de exercícios físicos e a obesidade estão atreladas a uma premissa moral, a qual designa o sujeito como preguiçoso, desleixado ou irresponsável, por outro lado, as promessas encontradas na revista engendram soluções rápidas e “miraculosas”, expressas nos incessantes e renováveis tipos de treinamento físico, dietas, cirurgias e produtos farmacêuticos recomendados, quase sempre inacessíveis a maior parte da população brasileira porque demandam tempo livre disponível, recursos financeiros e algum nível de conhecimento técnico.

O reforço midiático trabalha a correlação entre corpo e vida, de modo que só se atinge tais objetivos – como sucesso, relacionamento, ascensão profissional – quando se alcança o corpo construído pela mídia. Ao tempo que quem reluta em mergulhar no universo dessa construção corporal, acaba taxado socialmente como incapaz, desleixado ou sem amor próprio (WOLF, 1992).

A mudança dos discursos nas revistas voltadas ao público feminino ficou bastante perceptível nos últimos tempos. Antes, a restrição alimentar e a despreocupação com a disseminação de cardápios impositivos com carência nutricional eram mais frequentes e bastante comuns, como identificados na revista *Boa Forma*. Hoje, nota-se a maior vinculação e a presença de conteúdos que ofertam o bem-estar e a saúde através de alimentação, exercícios e tratamentos

estéticos, apresentando conceitos de qualidade de vida e melhoria do desempenho corporal.

Diante desse posicionamento corporal impositivo e dominante da mídia e, também, do contexto histórico-social, parte-se do questionamento de como se apresenta a relação entre os discursos da alimentação saudável nas revistas femininas e a opressão da mulher?

Numa reflexão acerca das questões histórico-sociais da figura feminina, se buscou-se a presença de conteúdos de discursos opressor e condicionante perante o corpo e à imagem da mulher, bem como se há a transição do discurso explícito e impositivo para o que usa de argumentação médica e nutricional para perpetuar o controle da mulher.

A comparação entre as revistas *Boa Forma* e *Women's Health* delineou as abordagens que cada veículo traça em relação ao corpo, bem-estar e, também, se tais aspectos refletem na opressão corporal, apontando a semelhança controladora entre os discursos apresentados em cada título.

A análise dos conteúdos veiculados nas mídias de massa e seus impactos faz-se necessária para um desenvolvimento mais crítico em relação ao consumo midiático. Não apenas compreender-se consumidor e objeto de consumo, é essencial perceber-se dentro de um sistema ardiloso que converge para que sujeitos atuem de modo previsto pelas grandes empresas. Este trabalho pretende identificar se há, efetivamente, a correlação entre discursos que a priori, submetem ao bem-estar e emancipação da mulher com os sistemas opressores. Numa esfera de compreensão de que o jornalismo, como parte da comunicação social, desempenha papéis de grande impacto social e individual, a relação entre espectador e mídia torna-se mais delicada quando passamos a ter um leitor-sujeito, que sofre influências pelo conteúdo que consome.

A mídia também sofre alterações e precisa se adaptar ao novo público, aos novos temas e modo de apresentá-los. Para tanto, temos a recente difusão da imagem da mulher como ser social que incita estudos, sobretudo em relação à mídia, forte difusor informativo. Sendo um tema que, atualmente, repercute fortemente nos âmbitos diversos de debates sociais, uma pesquisa acadêmica justifica-se porque "nada pode ser intelectualmente um problema se não tiver sido, em primeiro lugar, um problema da vida prática" (MINAYO, 2001, p. 17).

Os veículos midiáticos, hoje, vertem-se para uma nova modalidade de abordagem, a alimentação saudável. Há uma grande demanda de produção e consumo voltados à pauta e que apresentam bases bastante tradicionais de abordagem quanto à figura feminina, mas que começa a construir discursos e manifestos da mulher como ser reconhecidamente social (LOBATO, 2013). Logo, para desvinculá-la da dominação corporal, a análise dos conteúdos que permeiam os temas surge como fonte de estudo mercadológico e acadêmico de compreensão social.

O presente trabalho se desdobra em capítulos que apresentam os conceitos e contextos sociais, relações de poder, caracterização de jornalismo de revista e jornalismo feminino, construindo as bases para a compreensão das análises das revistas. Com base na identificação dessa reestruturação de apresentação dos conteúdos, bem como os novos comportamentos do público consumidor, foram selecionados dois títulos de revistas impressas que trouxeram de modo bastante claro a existência dos discursos e temáticas corporais e nutricionais. A escolha dos objetos de estudo se deu pela segmentação feminina, pelas temáticas voltadas à forma física em ambos os aspectos estético e funcional – a *Boa Forma* tende a ser mais atrelada ao culto estético e bem-estar (ABRIL², 2016); já a *Women's Health* tende a apresentar os padrões corporais envolvidos por conceitos de saúde e desempenho físico (ABRIL³, 2016), segundo a descrição editorial de cada revista. Também se justifica a escolha dos títulos pela expressividade e consolidação no mercado nacional: sendo as duas publicadas pela Editora Abril, com números significativos no mercado de consumo e conhecimento pelo público, sendo que em entre janeiro e setembro de 2014, a *Boa Forma* foi o sétimo título da Abril em índice médio de circulação, com mais de 215,05 de unidades⁴.

A estruturação dos capítulos se ordena no sentido de identificar as tendências opressoras e machistas sociais e midiáticas, fazendo um paralelo histórico até a análise dos veículos. O primeiro capítulo visa traçar um panorama entre o corpo e a mídia, sobretudo o corpo feminino, que midiaticamente ganha uma roupagem ainda

² <http://www.publiabrilonline.com.br/marcas/boa-forma/plataformas/revista-impressa> Acessado em 17/08/2016.

³ <http://publiabril.abril.com.br/marcas/women-s-health> Acessado em 17/08/2016.

⁴ ANER – Agência Nacional de Editores de Revista. Disponível em <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>> Acessado em 17/08/2016.

mais permeada de simbolismos e significantes de consumo do que o masculino. Nesse sentido, as conotações comportamentais, visuais e simbólicas atribuídas à mulher e ao corpo feminino são fortemente trabalhadas e exaltadas midiaticamente.

As relações de poder também serão abordadas apresentando as diversas formas de se estabelecerem nos contextos sociais levantados neste trabalho. Abrangendo sobretudo as áreas de alimentação, capitalismo, controle e simbolismo, o objetivo é traçar um referencial teórico onde se explicitem as manifestações de poder e seus impactos bio-psíquico-sociais, atentando às percepções dos sujeitos quanto à dominação exercida pelas atividades naturalizadas, e como elas se relacionam com o estigma corporal da mulher saudável. Bourdieu (2002) guia a abordagem teórica neste primeiro capítulo, trabalhando em concomitância com outros autores, para a explicitação das opressões como estruturas naturalizadas de poder e manifestação comportamental.

Também serão levantados os apontamentos psicanalíticos de Freud sobre os transtornos alimentares. As análises freudianas constroem uma das primeiras indicações de estruturas complexas entre corpos anatômicos e psíquicos nos comportamentos sociais. Suas análises traçam importantes casos que levam à compreensão do corpo não somente como um elemento construído socialmente, desprendido de subjetividade, mas também contextualiza que o corpo fisiológico responde e corresponde às influências externas. Essa relação entre a psicanálise, a sociologia e a mídia confere um engendramento entre indivíduo e sujeito, corpo e representação.

No segundo capítulo será abordado o contexto histórico do jornalismo, suas considerações sobre as segmentações midiáticas e a apresentação de seus veículos. As especificidades e o histórico das revistas analisadas serão aprofundados neste segundo capítulo, que abordará também conceitos de jornalismo segmentado e as características do jornalismo de revista. A produção de revista apresenta características bastante específicas, sobretudo se confrontada com a apuração de notícias e a produção jornalística diária. Assim, torna-se fundamental compreender o cenário midiático atual, suas manifestações e aplicações de pauta. Também será caracterizado, com base em autores e profissionais da área, o que se entende por jornalismo feminino ou jornalismo para mulher, já que é um segmento bastante representativo do mercado (WOLF, 1992).

Atualmente, os debates construídos no movimento feminista suscita a análise crítica da relação entre o corpo da mulher e suas representações midiáticas e sociais. Nesse aspecto, a compreensão de como se configurou a organização histórico-social das lutas femininas é necessária para compreender a articulação atual e seus debates diante da temática corporal e como a mídia acompanhou e se adaptou a essa mudança de cenário (RODRIGUES, 2000). Esse acompanhamento das mudanças sociais será evidenciado perante ao desenvolvimento e modelação dos meios de comunicação voltados às mulheres.

A análise de conteúdo das revistas, no presente trabalho, compõe o terceiro capítulo e constitui um espaço essencial que, através da organização qualitativa e tabulação de dados quantitativos, busca identificar se há comprovação prática da persistência da opressão feminina nos discursos da alimentação saudável presente nas revistas.

Ao final da análise, busca-se constatar as teorias abordadas, apresentando os resultados qualitativos e quantitativos levantados na análise, resultando em um diagnóstico das estruturas sociais atuais. Considerando que as revistas representam um fragmento de expressão das relações de poder instauradas pelas instituições de comunicação, busca-se utilizá-las como parte representativa de uma esfera muito maior e mais abrangente das interações sociais e os reflexos de construções de hierarquia estabelecidas.

2 METODOLOGIA

A pesquisa parte da análise e percepção sociológica quanto à figura e atuação da mulher no decorrer histórico social. Serão, para tanto, usados autores e estudiosos dos campos da sociologia, comunicação e filosofia, com a leitura de artigos, livros e a análise das revistas, constituindo a pesquisa bibliográfica. Partindo da percepção social e da análise dos veículos de comunicação e, concomitante, a pesquisa bibliográfica para compreensão dos fatores que possivelmente implicam, conduzem e resultam na problemática de uma mídia machista e opressora, tomou-se conhecimento para lançar questionamentos e interesse de análise da temática. Também serão levantados conceitos sobre o jornalismo, bem como as características das revistas como veículo jornalístico.

Para Gil (1999), a pesquisa bibliográfica parte de materiais já elaborados, sobretudo livros e artigos científicos. O autor aponta que há pesquisas de caráter unicamente bibliográficas, mas que, em suma, todos os estudos exigem algum nível de referencial bibliográfico. A pesquisa bibliográfica segundo Boccato (2006, p. 266),

Busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica.

O processo de análise busca identificar os conceitos trabalhados quanto à qualidade de vida e abordagem relativa às dietas. Fatores de relevância comercial, consolidação no mercado e números de venda foram preponderantes na escolha dos títulos para a análise. Após a identificação das revistas que abordam os temas de alimentação e *fitness*, optou-se por aquelas que são produzidas pela mesma editora, a fim que não haja disparidade na qualidade de produção ou investimento financeiro. Logo, a *Boa Forma*, consolidada e de forte renome no mercado, e a *Women's Health*, reconhecida e também renomada, contemplaram os critérios para a análise.

Ao pensar a construção e representação da mulher nos meios de comunicação, sobretudo as revistas que tendem a ser mais segmentadas e voltadas a temáticas bastante específicas, analisa-se se há a construção de uma realidade opressora e autoritária atrelada à alimentação saudável.

A Editora Abril, atualmente com 17 títulos, sete destes voltados ao público feminino, é referência em catálogos e revistas nacionais. Seu reconhecimento e consolidação no mercado editorial nacional se dão através dos números de circulação e produção. Segundo o site institucional da editora, A Abril possui mais de 20 milhões de leitores, 4,3 milhões de assinaturas e mais de 30 marcas, reunindo publicações impressas e online. Com circulação anual média de 144 milhões de exemplares vendidos, além de possuir sete dos dez maiores títulos do país (ABRIL⁵, 2016).

A *Boa Forma* teve seu início em 1988, e manteve sua linha e público alvo desde então. Com temáticas voltadas ao corpo, alimentação, dietas e exercícios físicos, a revista se define como (ABRIL⁶, 2016)

(...)a referência mais confiável em informação sobre nutrição, beleza e fitness da mulher que busca uma mudança de estilo de vida. Ao estabelecer metas atingíveis e inspiradas em histórias reais, a marca a desafia e motiva a transformar seus hábitos e seu corpo. BOA FORMA ajuda a mulher a ter autoconfiança para dar o impulso inicial e, depois, seguir firme em todos os seus novos objetivos.

Women's Health, lançada em 2006, iniciou-se com a proposta de abordar as temáticas de *fitness* e alimentação voltada à prática esportiva, com referência na *Mens Health*, revista tradicional no mercado e voltada ao público masculino. O perfil da *Women's Health* se define pela modernização de conteúdo voltado à mulher atual e contemporânea, segundo a própria definição em sua editoria (ABRIL⁷, 2016).

Saudável e autoconfiante, assim é a mulher WOMEN'S HEALTH. Exercícios e boa alimentação são primordiais para conseguir seu estilo de vida balanceado. Ela malha e cuida da aparência, mas também sai, faz happy hour e se diverte. Informação é primordial para se manter bonita e jovem. Não acredita em fórmulas milagrosas, mas sim em resultados duradouros e sabe que para alcançar seus objetivos só depende de si. Ela é uma mulher real, que aprendeu e conciliar autonomia e feminilidade a serviço do seu bem-estar.

A análise da persistência de um discurso opressor feminino parte da comparação das análises quantitativas e qualitativas das capas da *Boa*

⁵ Disponível em <http://grupoabril.com.br/pt/o-que-fazemos/M%C3%ADdia/marcas-e-empresas/Editora%20Abril>. Acessado em 17/08/2016.

⁶ Site da Abril, <http://publiabril.abril.com.br/marcas/boa-forma>. Acessado em 17/08/2016.

⁷ Disponível em <http://publiabril.abril.com.br/marcas/women-s-health/plataformas/revista-impressa>. Acessado em 16/08/2016.

Forma edições nº 339 a 350, com as edições *Women's Health* 75 a 86⁸. As edições analisadas são de 2015 e contemplam o período de 12 meses, que se determinou pela questão de proximidade temporal e, também, para abarcar um ciclo anual, em que características da revista podem ser identificadas ou descartas como persistentes e pertencentes ao perfil da revista.

Seguindo a observação e análise das revistas, buscou-se identificar padrões na transmissão do conteúdo, como a espetacularização, hipermediatização e linguagem subjetiva repetitiva usada no controle psicossocial feminino. Seguindo concomitantemente à pesquisa bibliográfica voltada à corpolatria, opressão da mulher, imagem social feminina, dietas e estilo de vida para que seja possível não apenas a identificação do conteúdo, mas também uma leitura crítica quanto ao funcionamento midiático e social das revistas.

O objetivo da pesquisa de aprofundamento bibliográfico e levantamento dados atualizados sobre a Abril é reunir informações para a análise de conteúdo. Ao se analisar e comparar as edições da *Women's Health*, utiliza-se dos conceitos de análise de conteúdo de Bardin (2011), que pode ser compreendido como uma conjuntura de técnicas e métodos de análise das comunicações que tem o foco no conteúdo das mensagens. Classificada como empírica, “a análise do conteúdo é um conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (BARDIN, 2011, p.15).

A análise de conteúdo busca traçar a persistência do discurso impositivo da dieta nas duas esferas temáticas das revistas: a *Boa Forma* – voltada ao estético, culto ao corpo como finalidade única -, e *Women's Health* – voltada à prática de rotinas saudáveis e melhora de performance física. Segundo Lago e Benetti, a análise de conteúdo “pode ser utilizada para detectar tendências e modelos na análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos” (2007, p. 123). Além de se aplicar a descrever e compreender características individuais, coletivas e organizacionais permitindo a comparação da produção jornalística em diferentes culturas, auxiliando ainda na compreensão da relação entre quem produz e quem recebe as informações midiáticas (LAGO; BENETTI, 2007, p.124).

⁸ A *Women's Health* publicou uma edição especial, contemplando outubro e novembro. Portanto, em 2015 circularam 11 revistas.

As categorias se voltam a identificar e separar as matérias de capa de modo pertinente à segmentação, sendo elas *Dieta/Nutrição*; *Exercícios*; *Estética e Atualidades*. As categorias escolhidas abordam características comuns às matérias e permitem a comparação quantitativa entre as edições, identificando padrões e frequência de conteúdo na revista, viabilizando a análise qualitativa dos dados e identificando se há, no discurso da alimentação saudável da *Women's Health*, os mesmos recursos impositivos e opressores da imposição estética da *Boa Forma*. Nesse aspecto, a análise de conteúdo se aplica, para Bardin (2011, p 48), como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Portanto, segundo a autora (2011), a análise de conteúdo permeia observação crítica das comunicações, utilizando processos sistemáticos, descritivos e categorizadores do conteúdo. Quantitativamente, irá se classificar o conteúdo das matérias para se estabelecer a frequência com que se apresentam as características do discurso. Essa análise não se distancia da observação qualitativa, logo que ambas compõem uma efetiva mensuração do conteúdo através da repetição e, assim, estabelecendo o impacto de emissão do conteúdo, bem como sua recepção.

Dentre as categorias da metodologia de pesquisa, pode-se enquadrar este trabalho como de caráter exploratório, que busca a compreensão da ocorrência de fenômenos. Segundo Gil, “Este é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas” (1999, p. 42). Tendo referência histórica e social do sistema opressivo da mulher, esta pesquisa busca correlacionar a alimentação saudável, disseminada nas revistas, com a manutenção da opressão e do controle da mulher.

A análise quantitativa não se desprende absolutamente da análise qualitativa, já que a observação e segmentação dos conteúdos implica numa análise estrutural da revista. Para Lago e Benetti (2008), o método de análise é híbrido e “reúne elementos quantitativos e qualitativos (...) onde saí reforçada e não enfraquecida” (p. 125). Segundo Lago (2008), as análises quantitativa e qualitativa em jornalismo permitem que veículos e mídias sejam analisadas e mensuradas de modo passível de comparação. Apesar de ser ainda um campo recente na área de comunicação, a

prática metodológica quantitativa em jornalismo ganha importância e significação, pois considera fatores como repetição de palavras ou frases, variação terminológica, forma e construção da apresentação (LAGO, 2008).

3. O CORPO NA MÍDIA

Uma das mais enraizadas ferramentas de opressão é o controle sobre o corpo da mulher, que é historicamente estigmatizado e oprimido numa sociedade fundamentada em bases machistas. Segundo Wolf (1992, p 13),

Estamos em meio a uma violenta reação contra o feminismo que emprega imagens da beleza feminina como uma arma política contra a evolução da mulher: o mito da beleza. Ele é a versão moderna de um reflexo social em vigor desde a Revolução Industrial. À medida que as mulheres se liberaram da mística feminina da domesticidade, a beleza invadiu esse terreno perdido, expandindo-se enquanto a mística definhava, para assumir sua tarefa de controle social.

Os veículos midiáticos voltados à mulher se apresentam, geralmente, carregados de imposições e reforços corporais padronizados, bastante rigorosos e difíceis de serem realizados. As mudanças que o feminismo trouxe às mulheres quanto à percepção de seus papéis na sociedade, e a própria necessidade da mídia em diversificar a apresentação de seu conteúdo, suscita novas abordagens. Keil defende que “o controle da sociedade não se efetua somente através da consciência ou da ideologia, mas também através do corpo e com o corpo” (2004, p. 60).

O mercado editorial desempenha forte presença na representação e construção do imaginário coletivo social da figura da mulher. As revistas, que tendem a ser mais segmentadas e com temáticas bastante específicas, demonstram ser instrumentos de validação desses discursos corpóreos-opressores (SANTANA, 2003). Ressaltando que a mídia ainda é um espaço essencialmente machista e patriarcal, as abordagens de alimentação saudável, *fitness* e equilibrada feitas pelas revistas voltadas ao público feminino dão sinais da manutenção do controle corporal, usando-as como forma de opressão da mulher, como aponta Naomi Wolf (1992, p 248),

[...] uma cultura focada na magreza não revela uma obsessão sobre a beleza feminina. Mas sim uma obsessão sobre a obediência feminina. Fazer dietas é o sedativo político mais potente na história das mulheres; uma população passivamente insana pode ser melhor controlada.

3.1 O CORPO FEMININO NA SOCIEDADE

A mulher é estigmatizada e oprimida numa sociedade que se fundamenta também em bases de exacerbação estética e imposições corporais. Segundo Kellner (2001), o culto exacerbado ao corpo, à beleza e estética estão ligados à

maior incidência de distúrbios alimentares, insatisfação pessoal e outros sintomas decorrentes de uma cobrança pessoal e social a atingir um ideal imposto que, na maioria das vezes, é bastante difícil ou, até, inalcançável.

Diante da tentativa de desconstrução dos padrões de beleza, que ascende no movimento feminista com ênfase no empoderamento e legitimação da autonomia feminina, nota-se que a mídia tende a se verter para a cultura do *fitness* e alimentação saudável como modo de perpetuar a dominação do corpo feminino, bem como da mulher como ser social (SANTANA, 2003). Para Bucci e Kehl (2004, p.174 e 175),

O corpo-imagem que você apresenta ao espelho da sociedade vai determinar sua felicidade não por despertar o desejo ou o amor de alguém, mas por constituir o objeto privilegiado do seu amor-próprio: a tão propalada autoestima, a que se reduziram todas as questões subjetivas na cultura do narcisismo.

Assim, a busca pelo desempenho pleno das funções sociais se dá num sistema impositivo pela busca de status, felicidade, desenvolvimento profissional e conquistas pessoais que são atrelados ao corpo físico e sua leitura social. Mary Del Priore afirma que “a indústria cultural ensina às mulheres que cuidar do binômio saúde-beleza é o caminho seguro para a felicidade individual” (2000, p. 92). Logo, torna-se bastante delicado em complexo dissociar a indução da mídia pela intensa, senão exclusiva, busca pelo corpo-físico utópico, da satisfação e realização pessoal. Ainda que, para tanto, exija-se da mulher um desprendimento da atuação social, profissional, de seu reconhecimento como ser individual, de suas características e cultura, de sua existência além do corpo físico.

Quando a mulher é reduzida ao corpo, ela se desata de sua atuação social como indivíduo, já que a generalização dos corpos anatômicos implica num reducionismo comportamental que desprende o ser anatômico do ser psico-social, perdendo ou reduzindo sua legitimidade e subjetividade (WOLF, 1992). Sabe-se que a alimentação representa mais do que o ato de comer. Engloba uma esfera social, política, cultural e coletiva. O que, como e com quem comemos traduz um contexto amplo e complexo do indivíduo, bem como o ambiente físico e temporal que ele se situa. Logo, a alimentação “na perspectiva dos sentidos, dos afetos, da inteligência e da vontade – e também no plano relacional, a refeição apresenta-se, portanto, como evento humanizador por excelência” (GALLIAN, 2007, p 182).

O corpo, então, estipulado em padrões e medidas, com seus arquétipos estéticos e aprisionados em comportamentos de gênero, desempenha um papel fora dos veículos midiáticos e assume forma social. Para Boltanski (1984, p.183),

O corpo é como um objeto cuja posse marca o lugar do indivíduo na hierarquia das classes, pela sua cor (descorada ou bronzeada), textura (flácida e mole ou firme e musculosa), pelo volume (gordo ou magro, rechonchudo ou esbelto), pela amplidão, forma ou velocidade de seus deslocamentos no espaço (desajeitado ou gracioso) é um sinal de status - talvez o mais íntimo e daí o mais importante - cujo resultado simbólico é tão maior, pois, como tal, nunca é dissociado da pessoa que o habita.

Encontra-se então uma relação dúbia, na qual a obtenção e manutenção do corpo saudável são modeladas de forma simplista e reduzidas ao esteticismo. Esse estereótipo é amplamente divulgado na mídia e adotado como padrão referencial de saúde e bem-estar.

A sociedade se compõe numa complexa troca entre o que ela é, a partir da construção histórica, e o que os sujeitos são, em que há um caminho social pré-existente aos sujeitos como seres individuais, e a constante readequação e reconstrução de sua estrutura a partir dos atos e novos sujeitos que se inserem na sociedade (ROCHA; RODRIGUES, 2012).

É através da educação, em suas diversas esferas formais ou não, familiares, sociais, implícitas ou explícitas, que se manifestam os princípios, regimentos, normas e atos sociais aceitos ou não (ROCHA; RODRIGUES, 2012). Os sujeitos, por sua vez, perdem sua identidade e individualidade corpórea, deixando moldar-se pela dominação da expressão de uma sociedade que assume uma identidade irreal e utópica (WOLF, 1992). A expressão cultural, política e social de determinado grupo se manifesta, também, através de representações estéticas, entre eles o modo de se vestir, linguagem oral, expressão cultural através da música e, também, o corpo e seu ideal. Deve-se compreender que o corpo estético dificilmente se desvincula da expressão social, mesmo que biológica e anatomicamente desempenhe plenamente suas funções (RODRIGUES, 1999). Ainda que os sujeitos assumam essa expressão, ela não é, portanto, natural, e sim naturalizada, imposta, condicionante.

Sobretudo o corpo feminino sofreu mudanças severas ao longo da história relativas à sua percepção e idealização. Mas é a partir do século XX que o culto ao corpo estético começa a estabelecer uma forte relação de consumo.

Hiperssexualizada, objetificada, atribuída cada vez mais à publicidade como fetichização, a mulher, midiaticamente, tem seu espaço reduzido a representar visualmente os conceitos concebidos aos produtos. Sexo, sedução, romance são apelos bastante presentes vinculados a produtos que estampam a figura feminina como chamariz (OLIVEIRA, 2010).

O corpo físico compõe a identidade e influencia na leitura que a sociedade faz do sujeito. Ainda que se considere o meio social como fator de leitura do comportamento e modo de se inserir nos ambientes, o poder simbólico que o corpo estético assumiu atualmente, muitas vezes, sobrepuja questões culturais, locais e identitárias (ANTONIO, 2009). Ou seja, um corpo dentro dos padrões estéticos, confere ao meio externo maior segurança, confiabilidade e credibilidade da mulher do que aqueles que não se enquadram nos cultos estéticos, independente se os demais elementos estão em conformidade cultural ou local, por exemplo sotaque, roupas e laços familiares.

Os padrões estéticos, numa visão histórica e cultural, sofreram alterações e remodelações. Percebe-se a mudança dos conceitos de belo em todo o caminhar dos séculos, bem como suas regionalizações, assim como aponta Grieco (1991, p.81),

De esbelta a roliça e de natural a pintada, a silhueta e o rosto femininos foram correspondendo às diferentes condições de dieta, de estatuto e de riqueza, dando origem a novos padrões de aparência e gosto, a novos ideais de beleza e de erotismo.

Mas, ainda que sejam evidentes as mudanças estéticas no decorrer histórico, hoje chegam-se mais próximos de uma unificação estética. Os corpos magros, esculpidos, definidos, malhados, ganham dimensões mundiais e os padrões de beleza começam a ser incorporados, negando biótipos e especificações culturais. A indústria da beleza se globalizou e instaurou sem grandes recortes regionais ou culturais que caracterizam os tipos físicos (ANTONIO, 2009).

Ou seja, o corpo cada vez suprime seu simbolismo e a força de expressão individual e cultural, para se remodelar em conceitos de universalização estética. Bourdieu, em “A dominação Masculina” (2003), aponta a relação construída com o próprio corpo e o corpo social, que expõe, explicita e apresenta o *self*. Sendo o físico uma parte e continuidade da esfera psíquica e emocional do sujeito, que significa e representa os valores, crenças e construção socioeducacional. Assim, essa relação autoperceptiva nascida da incorporação das estruturas sociais controladoras

instaura que o sujeito incorpore a necessidade de bem apresentar o corpo físico. Sabendo que os cuidados estéticos são lidos, de modo geral, como zelo, confiança, credibilidade, os tratamentos estéticos, dietas e manutenção de um padrão corporal adquire simbolismos de aprovação da sociedade, comumente atrelados ao sucesso, ascensão pessoal e profissional, conquistas em esferas diversas – desde os parceiros, quanto chefes e, até mesmo, desconhecidos (WOLF, 1992).

Mas, destaca Bourdieu (2003), essa necessidade de se fazer belo e zeloso em relação a si próprio parte de um esforço que não é finalizado na própria satisfação, e sim diante de um reforço intrínseco, naturalizado e violento de rejeição e autocritica. Numa busca incessante e árdua de se enquadrar e se perceber pertencente de um grupo ou ambiente que, de fato, não existe fora da construção estética utópica social (COSTA, 2004). Ou seja, os conceitos por trás do estético – confiança, amor próprio, saudável, equilíbrio entre mente e corpo – que são veementemente atrelados à busca do corpo saudável e dos cuidados alimentares e é apenas uma fina e sagaz camada que oculta um terrorismo nutricional e psicológico de sentir-se à parte e incondizente com as expectativas e construções alheias.

Como apontam Rocha e Rodrigues (2012), nota-se a construção no imaginário social de que atingimos a esfera emancipatória em relação ao corpo-consumo. Na qual as lutas indivíduo-coletivo alcançaram um patamar educacional de autopercepção dentro de um sistema condicionante e opressivo. Assim, a reflexão do corpo perante o *status quo* admite que ele possa desvencilhar-se dessa manipulação. Os autores admitem que num plano individual, ainda que não absolutamente, nos aproximamos do que há de ser a liberdade ou libertação corpórea. Mas numa esfera coletiva, o contexto social infere a impugnação de uma falsa simetria de libertação. Já que agora o indivíduo é socioeducado para escolher e avaliar as opções, porém estas opções estão numa esfera limitada e disciplinante. Se, antes, as revistas femininas impunham a necessidade de possuir um corpo estético, agora há também a opção de trabalhar em prol de um corpo saudável. Magro, musculoso, desejável, mas saudável (ANDRADE, 2003).

Isso dá, então, a ilusória sensação de fuga do sistema impositivo, mas que faz a mulher manter-se condicionada no mesmo sistema manipulativo, encoberto agora com o pressuposto de que ela é livre para fazer escolhas em seu estilo de vida. Por fim, o sujeito é impelido a querer sob uma ludibriada ótica liberta e

autônoma algo que lhe é apresentado como agradável e desejável, num aspecto obrigatório.

3.2 HISTÉRICAS E FAMINTAS

No século XX surge uma nova preocupação latente: não apenas a figura social da mulher estava sendo prejudicada, mas também o corpo físico e a saúde mental. Na repressiva ânsia por conter a ascensão feminina, a sociedade construiu gerações de mulheres excessivamente preocupadas em enquadrar-se num padrão corporal irreal. Nesse sentido, Costa comenta que “ser jovem, saudável, longo e atento à forma física tornou-se a regra científica que aprova ou condena outras aspirações à felicidade” (2004, p. 190).

A busca incansável pela dieta e obtenção de outro estilo de vida para enquadrar-se nos padrões corporais acarretou uma crescente manifestação de doenças físicas e mentais (SANTOS, 2008). Mas, não obstante, a sociedade apresentou à mulher um universo cruel de forte rejeição corporal e transtornos alimentares. Estes distúrbios, sob um ponto de vista construtivo na análise freudiana, pode ser uma tentativa de desvincular-se, inconscientemente, desse sistema patriarcal através de sintomas somáticos (FREUD, 1969).

A relação entre anorexia e histeria, verificada por Freud (1969), se justificava pela relação entre a intensa carga afetiva e as manifestações corporais. Na teoria psicanalítica de Freud “todo um grupo de sensações físicas que ordinariamente seriam consideradas como determinantes de causas orgânicas, eram no seu caso de origem psíquica, ou pelo menos possuíam um significado psíquico” (FREUD, 1976, p. 132). Também, aponta Freud, todo excesso emocional carga psíquica, pressão ou negligência social, bem como as ausências afetivas que não eram expressas através da fala, tornavam-se sentimentos acumulados e, por consequência, resultavam em traumas.

Todo evento, toda impressão psíquica é revestida de uma determinada carga de afeto da qual o ego se desfaz ou por meio de uma reação motora, ou pela atividade psíquica associativas e a pessoa é de, ou reluta em, eliminar esse afeto excedente, a lembrança da impressão passa a ter a importância de um trauma e se torna causa dos sintomas histéricos permanentes (FREUD, 1976, p. 123)

A hipótese freudiana apontava que os sentimentos tornados traumas se transformavam então em repulsa e eram manifestados na relação com os alimentos e o ato de comer, que passavam a serem evitados.

Ainda na análise bio-psico-comportamental, Freud (1976) relaciona a neurose nutricional à melancolia. Essa neurose nutricional, que nos relatos de Freud era descrita como a perda de apetite pós-traumático, seria uma somatização, ou reflexo biológico a um elemento psíquico, logo que o ato de não comer priva o corpo biológico de sustento nutricional essencial à vida.

Logo que a mulher é educada num sistema machista, logo que falsamente incumbe a ela a necessidade da proteção masculina e a incapacidade de subverter-se ao mundo, aliada às pressões estéticas, a insegurança social acaba por tornar os transtornos alimentares um caminho frequente no universo feminino. Portanto, a mulher tem, constantemente, seu espaço reduzido aos papéis estipulados, encarcerando emoções e sentimentos, negando sua fala e deixando de entoar sua voz emancipada do machismo (FREUD, 1976).

Ainda que os transtornos alimentares mais recorrentes, como a anorexia e a bulimia, tenham se manifestado já nas análises datadas de 1930 (FREUD, 1969), a compreensão e aceitação delas como doenças que englobam impactos e consequências bio-psico-sociais, não é de plena compreensão. Os transtornos alimentares ferem o indivíduo nas três vertentes de sujeito – corpo biológico, psicológico e social -, e como apontado por Freud, as causas podem ser indiretas, ligadas às frustrações ou “traumas”, que se manifestam em repressões alimentares auto-indutivas inconscientes (ibidem, 1969). Ao situar-se o recente universo esbelto e *fitness*, a falsa simetria da alimentação saudável dá seus primeiros indícios de perpetuação da opressão feminina quando dados indicam novos enquadramentos de transtorno alimentar: a bulimia, a *vigorexia* e a *ortorexia*. Transtornos que tangem a alimentação, mas diferente da anorexia, que rejeita o ato de alimentar-se, se findam na busca pelo corpo saudável (SANTOS, 2008).

A bulimia é, geralmente, caracterizada pela manutenção de hábitos alimentares organizados, mas com episódios de descontrole alimentar seguidos por métodos compensatórios, como intensas rotinas de atividades físicas e indução de vômitos para evitar ou compensar a ingestão alimentar. A *vigorexia* representa a exagerada rotina de treinos e exercícios. Se manifesta com uma distorção corporal que acarreta numa constante e mais pesada rotina de exercícios físicos e dietas. Já

a ortorexia é associada diretamente à alimentação. Produtos integrais, *lights*, livres de gordura, sódio, açúcar, livres de agrotóxicos, fertilizantes, numa proporção de preocupação que afeta a rotina e o bem-estar do indivíduo. A dieta passa da reeducação alimentar ou moderação, para uma incessante e cruel rotina de busca pelo saudável (CAMARGO, 2007).

Freud (1969) discorreu sobre a beleza em seus ensaios. Para o psicanalista, as pressões estéticas já se fundiam com conceitos de satisfação e plena realização dos sujeitos.

A atitude estética em relação ao objetivo da vida oferece muito pouca proteção contra a ameaça do sofrimento, embora possa compensá-lo bastante. A fruição da beleza dispõe de uma qualidade peculiar de sentimento, tenuemente intoxicante. A beleza não conta com um emprego evidente; tampouco existe claramente qualquer necessidade cultural sua, apesar disso, a civilização não pode dispensá-la (FREUD, 1969, p. 102).

Ainda que para Freud não houvesse necessidade cultural de ser belo, ele já evidencia a necessidade social de se sentir pertencente aos conceitos estéticos. O ato de pertencer ou sentir-se integrado a um grupo traz satisfação ou sentimento de segurança aos sujeitos. Para o psicanalista (1969), naturalmente a mente trabalha em mecanismo de diminuir os sofrimentos eufóricos, e aumentar a satisfação diminuindo a pressão, o que ele define como pulsão.

Portanto, a construção de um universo intensivamente belo, no qual a mulher é uma reprodução de cunho mercadológico, impolidamente sexualizada e/ou bela, numa terminologia patriarcal da estética, resulta na negação do comer, na busca por dietas e esteticismos e na negação do eu-natural que, por conseguinte, se manifesta em transtornos alimentares.

3.3 CAPITALISMO E PODER

As relações de poder reforçam as imposições sociais, culturais e de gênero que se pautam nas diferenças de classes e têm como pano de fundo o capitalismo, que enfatiza e corrobora para que haja sempre um sistema opressor, reforçando e aumentando essas diferenças socioeconômicas. O capitalismo cria um sistema que privilegia os sujeitos que se enquadram, ou melhor se adéquam, aos limites classicistas (GRIECO, 1991).

Rocha e Rodrigues (2012) questionam a nova onda de direitos trabalhistas, que incentiva o cuidado com o corpo, o zelo ao bem-estar biológico, e a manutenção

de um estágio saudável social e trabalhista. O século XX, junto com as lutas operárias, deu início à luta pela reforma nas condições trabalhistas. Redução da jornada diária, condições dignas e salários equipares, foram pautas que marcaram os espaços sociais, mas que não se encerraram quando as leis trabalhistas foram instauradas.

Ainda segundo os autores, mais recentemente, a alimentação ganhou espaço no debate da manutenção do ser saudável. Além do melhor desempenho profissional e redução de custos mediante a boa saúde dos funcionários, uma complexa rede que vincula corpo, mente e saúde ganhou força nos últimos tempos. Cuidar do corpo biológico seria, portanto, atrelado ao bem-estar psíquico. Ainda que o autocuidado proporcione maior equilíbrio e bom funcionamento do organismo, gerando, por conseguinte, satisfação emocional ou mental, a persistente vinculação do bem-estar anatômico e biológico ao corpo físico, acaba gerando a simplista ligação e reforço entre estética e satisfação emocional, felicidade, bem-estar (WOLF, 1992).

Essa ligação torna-se reducionista, excluindo a busca pelo bom funcionamento do organismo e mente como unidade, e remodelando para um condicionamento de corpo saudável numa imposição de se repensar o consumo alimentar num ato compulsório de atingir o bem-estar não mais como indivíduo autônomo, mas como sujeito coletivo em um sistema condicionante social (ANDRADE, 2003).

Assim, o indivíduo é persuadido a crer que quer usufruir desta rotina e estilo de vida, e para isto precisa se enquadrar em parâmetros de consumo e aquisições. O viés capitalista se engendra em pautar o corpo como bem de consumo e o indivíduo como ser de consumo. O corpo, sobretudo o feminino, é representado na mídia em moldes sensuais, apelativos, sedutores. Vendem o conceito de beleza e estética, desejo e espetacularização. Não obstante, vendem ou despertam o desejo do contexto para se adquirir esse corpo (ANTONIO, 2009).

Os produtos, os *shakes*, a academia, as roupas. “As revistas femininas de *fitness*, há muito tempo, exploram a imagem negativa do corpo das mulheres, como forma de persuadi-las a mudarem determinados comportamentos (que incluem consumo de vários produtos)” (OLIVEIRA, 2010). Tudo sinuosamente alicerçado numa complexa rede pautada no capitalismo e consumo, onde os conceitos de

saúde e bem-estar são construídos e apresentados, sobretudo, pelas indústrias cosmética, farmacológica e alimentícia.

Também podemos presenciar essa liberdade ilusória de escolha na fala de Bourdieu (2002), que denota a construção educacional, sobretudo da escola e da família, como determinantes nas predileções e definição de gostos ou *habitus*. Logo, a opressão e dominação masculina se constituem numa esfera inter-relacional de “capital cultural incorporado”⁹, capital econômico, capital social e capital simbólico. Todos eles estão indissociavelmente compondo uma esfera complexa e delicada que fomenta e mantém o sistema patriarcal e machista, resultando numa composição androcêntrica da sociedade. Sendo a violência simbólica, segundo o autor, tácita e nem sempre compreendida e consciente pelos que a sofrem ou a reproduzem. Nesse sentido, as violências corporais, opressivas, econômicas, emocionais e sociais são tão naturalizadas e persistentes que atingem uma esfera de aceitação pelos sujeitos (2002). As mulheres, ainda que frequentemente dissuadidas e renegadas de suas liberdades, nem sempre percebem a austeridade opressiva que rege e normatiza as determinações sociais.

A dominação e o exercício de demonstração de poder masculino se fazem de modo tão constante e estendido a todas as práticas sociais que, até mesmo nas mesmas atuações sociais, o homem e a mulher deliberam papéis diferentes. No campo profissional, quando desempenha funções ditas masculinas, a mulher é reduzida a outro tipo de atuação, sempre conotativamente inferior, reduzida, diminuída de seu valor viril masculino. Já o homem, quando em exercício de funções ditas femininas, assume outra esfera de atuação, empregando-lhe ares de força, virilidade, masculinidade (BOURDIEU, 2002).

Ainda que a mulher laboriosamente tenha adentrado no mercado profissional, as divisões de trabalho e a visão comportamental não se extinguem, tampouco dão espaço para que haja uma equiparação de atuações masculina e feminina (2002). A mulher tende a ser designada às funções de menor ou nenhum prestígio, e que mesmo desprendidas de qualquer conotação sexual, a violência simbólica implica na expressão da dominação em tarefas cotidianas. Como exemplo, aponta Bourdieu (2002), a secretária ou enfermeira que são recobertas de conotação sensual,

⁹ Capital Cultural, para Bourdieu, seria incorporado no sentido de que é socialmente construído e imposto. Gostos, preferências, conceitos estéticos, musicais, artísticos, seriam construções baseadas em instituições como Escola e Família.

sempre submissa e disposta a cumprir ordens representando as profissões designadas à mulher no imaginário social.

Não obstante, o sistema patriarcal é tão insigne em sua funcionalidade, que faz com que esse sistema de poderes seja mantido com certa condescendência das mulheres, onde faz-se a criação de uma realidade mercadológica e atuante onde

[...] as vítimas da dominação simbólica possam cumprir com felicidade as tarefas subordinadas ou subalternas que lhes são atribuídas por suas virtudes de submissão, de gentileza, de docilidade e de abnegação (BOURDIEU, 2003 p. 70).

As relações de poder no mercado de trabalho constituem uma análise delicada da performance e atuação feminina. Sendo o poder capital e econômico um dos grandes exercícios de violência e manutenção opressora da mulher, tem-se respaldado nessa disposição do mercado empregatício ou, ainda, uma intrínseca e camuflada relação de corpo físico e atuação (WOLF, 1992). A mulher não é desvinculada de sua aparência e estética em nenhuma atuação social. Sabendo que os sujeitos são, também, produtos vendáveis, estéticos e taxados valorativamente perante sua apresentação visual, temos a relação entre os cuidados adotados com o corpo e a atuação do sujeito.

Bourdieu (2002) aponta que nessa relação de âmbito profissional atrela-se a alimentação referida às esferas de poder. A mulher magra desempenha autocontrole diante os impulsos alimentares, zela pelo bem-estar físico e emocional ao controlar a ingestão de alimentos e manter uma dieta que lhe resulta num corpo social adequado. Logo, estima-se que ela seja emocionalmente controlada, equilibrada, resignada. Mais do que comedida e capaz de autodominar-se emocionalmente, a mulher esbelta seria, portanto, reflexo da construção patriarcal.

Em meados da década de 1960, a luta das mulheres surge como movimento social, por direitos e reconhecimento da mulher. A figura da mulher carecia, antes de tudo, de um reconhecimento como um ser de direitos. Marcado pelo viés participativo social, a luta da época era pautada por direitos políticos, sobretudo ao do voto, construindo a articulação sufragista (LOBATO, 2013).

Novas pautas se inserem ao movimento das mulheres, lançando olhares sobre as questões de gênero, desvinculação do papel único de esposa e dona de casa, reconhecimento da presença acadêmica e profissional e, também, o início de um complexo processo em busca de reapropriação corporal (2013).

Nas décadas de 1980, há uma ascensão na exploração do corpo pela mídia, que molda um padrão estético através do reforço da imagem corporal ideal. A exposição dos corpos se deve também à situação e ao contexto social que desfrutava de libertação e rebeldia, num momento pós-ditadura e explosão do capitalismo e da publicidade. Assim, aproximadamente até os anos 2000, há uma hiper exposição de corpos e uma sobrecarga em cima dos conceitos de estética, desejo e consumo (ROCHA; RODRIGUES, 2013).

Sobretudo o corpo feminino foi estabelecido e padronizado, construindo no imaginário social feminino a necessidade e obrigatoriedade desse corpo, esquecendo ou desprezando essa necessidade dos conceitos de saúde biológica e mental, como aponta Lima (2009).

Ainda que bastante distante da complexidade que essa relação corporal necessita, o feminismo começou a tecer olhares sobre o pertencimento corporal da mulher, levantando questões sobre a fetichização, a objetificação e o não pertencimento da mulher por ela própria. Segundo Wolf (1992), há um ciclo persistente de negação corporal presente na socialização feminina, onde mulheres são ensinadas e condicionadas, desde crianças, a rejeitarem seus corpos, seus biótipos, suas medidas e características anatômicas.

Portanto, ao questionar o pertencimento corporal sob essas imposições estéticas, os movimentos feministas possibilitam que a mulher perceba que seu corpo foi, durante anos, décadas e gerações, dominado e articulado pelo poder machista. Iniciando, então, um longo processo de reapropriar ou apropriar a mulher de seu corpo que, tendo nascido nele, de fato, nunca o pertenceu (WOLF, 1992).

4. JORNALISMO DE REVISTA

O jornalismo de revista no Brasil teve início no século XIX, com a chegada das primeiras revistas nacionais: *As Variedades ou Ensaios Literários* (1812); *Museu Universal* (1837); *Semana Ilustrada* (1860) e *Revista da Semana* (1901) (LOBATO, 2013). Mantendo a mesma essência até hoje, as revistas destinavam-se às temáticas mais específicas e aprofundadas, voltando-se também a públicos determinados. No cenário nacional, o público-alvo eram os homens brancos e letrados. Segundo Buitoni (2009), ainda que voltadas aos homens, algumas edições abordavam temas como lar e família, buscando abarcar o público feminino.

Não tardou para que revistas voltadas às mulheres surgissem. *O Espelho Diamantino* é lançado em 1827, sendo o primeiro título segmentado às mulheres (LOBATO, 2013). Ainda que reféns de um sistema patriarcal que se opunha à alfabetização da mulher, delimitando a educação feminina aos cuidados da casa e costura, outros títulos femininos são lançados, como *O Jornal das Senhoras* (1852) e *O Sexo Feminino* (1875).

Segundo Buitoni (2009), somente no século seguinte as revistas se consolidam e ganham espaço entre os veículos de comunicação. Surge, então, a *Revista Feminina* (1914), que circulou em todo o território nacional durante 21 anos. Segundo Celso Agostinho Antonio (2009), é na década de 20 que há uma evidente ascensão e consolidação da mídia, pois

Jornais e revistas já existiam desde o século XIX, mas rádio e cinema assumiram seu caráter de meios de comunicação de massa efetivamente apenas nesta época. Em paralelo, há a formação da indústria cosmética que cresce num ritmo intenso, baseado na criação de produtos, na melhora da distribuição e na publicidade (2009, p. 24).

Ainda conforme o autor, as décadas de 1920 e 1930, são marcadas pela correlação entre as revistas femininas e a moda. Iniciou-se, através das mídias e da comunicação de massa, a naturalização do controle corporal da mulher, apresentando e induzindo, por exemplo, ao uso de espartilhos extremamente apertados e prejudiciais à saúde, e a retirada das costelas como forma de atingir uma silhueta ideal.

O compromisso capitalista das mídias, somado ao persistente sistema opressor masculino resultou em revistas femininas que estampavam discursos

opressores sagazmente encobertos pela suscitação de desejos e necessidades de consumo. Para Bucci e Kehl (2004, p.174),

O corpo-imagem que você apresenta ao espelho da sociedade vai determinar sua felicidade não por despertar o desejo ou o amor de alguém, mas por constituir o objeto privilegiado do seu amor-próprio: a tão propalada autoestima, a que se reduziram todas as questões subjetivas na cultura do narcisismo.

Nas décadas de 1960 e 1970, com o início de movimentos de contracultura, hippie e a reestruturação de modelos e papéis sociais, as revistas femininas começam a migrar das temáticas de família, lar e cuidados domésticos para a construção da imagem da mulher sedutora (BUITONI, 2009). Em meio às novas abordagens sobre sexo, pílula anticoncepcional, divórcio e emancipação dos moldes patriarcais, as revistas acompanharam e desenvolveram, em determinados aspectos, essa nova percepção feminina. Com a recém-adquirida perspectiva da mulher sexy, livre e moderna, a indústria capitalista ganha um novo espaço para a capitalização do corpo. Como aponta Wolf (1992, p. 37),

[...] essas revistas mantêm as mulheres consumindo os produtos dos seus anunciantes na busca da total transformação pessoal em status que a sociedade de consumo oferece aos homens sob a forma de dinheiro. Por um lado, a promessa otimista das revistas femininas de que elas podem fazer tudo sozinhas é sedutora para mulheres que até recentemente só ouviam dizer que não sabiam fazer nada sozinhas. Por outro lado, [...] em última análise, protege o status quo.

Os títulos e segmentações midiáticas começam, recentemente, a surgir com temáticas de *fitness*, musculação, dietas naturais, controle biológico e manutenção da saúde. Assim, ainda que, *a priori*, as revistas tendam a vender um corpo saudável, o que aparenta ocorrer é a manutenção de um sistema opressor e repressivo para a mulher, logo que o conteúdo veiculado atrela a necessidade de se constituir um corpo ideal, magro, esculpido. E não obstante, saudável.

Logo que a mídia é majoritariamente comandada por sistemas de chefia patriarcais¹⁰, a manutenção desse sistema é refletida e percebida na construção da programação e seleção de conteúdos. A crescente demanda de conteúdos voltados

¹⁰ Apenas 24% das empresas no mundo possuem mulheres em cargos de liderança, segundo dados da International Bussines Report, Disponível em ><http://www.grantthornton.com.br/insights/articles-and-publications/women-in-business-2016>>.

à adoção de estilos saudáveis de alimentação, com propagação de cardápios e rotinas rígidas de alimentos permitidos, deixa de refletir a busca por um equilíbrio e satisfação entre o corpo e mente saudáveis, e passa a estigmatizar um retro-processo de opressão, controle e dominação da mulher. Para Russo (2005, p. 81),

Podemos associar hoje, o corpo à ideia de consumo. Em muitos momentos este corpo é objeto de valorização exagerada dando oportunidade de crescimento no “mercado do músculo” e ao consumo de bens e serviços destinado à “manutenção deste corpo”. [...] contemporaneamente a ideia de que para se ter sucesso, felicidade ou dinheiro, o único caminho é através da beleza estética. Aquele corpo esculpido, músculos bem torneados, mais do que um índice de boa saúde, é também o resultado de uma cadeia de interesses.

A mídia é um dos elementos que podem influenciar na construção da auto percepção corporal e seu papel social. Sabendo que ela reproduz e reforça conceitos, apresenta-se, com frequência, diariamente na vida dos indivíduos, as representações adotadas pela mídia são, em geral, fortemente incorporadas pela sociedade (BUITONI, 2009).

O corpo, então, estipulado em padrões e medidas, com seus arquétipos estéticos e aprisionado em comportamentos de gênero, desempenha papel fora dos veículos midiáticos e assume forma social.

Para Bourdieu (2002), há estruturas naturalizadas e inconscientes de dominação masculina que estão na base histórica. Ou seja, há tempos a sociedade se constituiu de modo a educar e compactuar com ações opressoras masculinas e um comportamento resignado da mulher. O autor trabalha com a visão binária social, onde há aspectos masculinos e inertes ao papel do homem, e os aspectos femininos, bem como os papéis desempenhados pelas mulheres. Sendo que a sociedade, naturalizada nesta estrutura, já se configura a dispor, reforçar e orientar as atuações feminina ou masculina. Muitas vezes tornando o opressor masculino como referencial de ordem social.

Para Santos (2008), a alimentação saudável se apresenta como uma prática nova, onde o sujeito precisa reaprender e restabelecer sua relação com a comida e o ato de comer, onde a ação de comer se torna um constante equilíbrio de negação e aceitação em prol de um corpo estético, saudável, bonito. Mas não se resumindo a isso, como também estende-se a compor um indivíduo feliz, bem sucedido, reconhecido.

Segundo Scalzo (2004), as revistas se delinearam, desde o início, como uma construção complexa e intrínseca da realidade, não sendo apenas um veículo informacional e de relatos, mas "acabaram tomando para si um papel importante na complementação da educação, relacionando-se intimamente com a ciência e a cultura" (2004, p. 24). Ao adentrarmos a imprensa feminina, ou àquela voltada a temas concebidos do universo feminino, percebe-se a forte presença do cunho educacional e controlador. Sendo, inicialmente permeado pela literatura, moda, trabalhos manuais e artesanais, e, por fim, ganhando espaço nos cuidados com o corpo e saúde (BUITONI, 2009, p. 22).

A revista Claudia marca uma mudança na concepção de revistas voltadas às mulheres no Brasil (SCALZO, 2004). Pois "com Cláudia, nasce também a produção fotográfica de moda, beleza, culinária e decoração no Brasil. Fotos desse tipo até então (e no começo da vida da Cláudia também) eram todas importadas" (2004, p34).

Aliadas à uma mudança contextual que permeava o universo feminino, as revistas femininas iniciaram uma modernização temática, abandonando a restrição a cuidados domésticos, com o corpo e a imagem da mulher recatada e restrita à esfera familiar, para iniciar abordagens mais liberais, como a pílula anticoncepcional e a libertação sexual, temas que até então eram bastante ausentes na grande mídia. Ainda assim, o papel das revistas femininas manteve seu patamar educativo e controlador, emancipando a mulher das questões domésticas, mas controlando seu comportamento através da construção de um comportamento esperado e admissível ao público feminino, onde somente assim a mulher é socialmente aceita em sua feminilidade e tem reconhecido seu direito de ser mulher, segundo Scalzo (2004).

A partir das análises e da revisão de literatura, fica bastante clara a abdicação do prazer na busca do ser saudável. Onde comer, que *a priori* se situa numa esfera de suprir nutricional e emocionalmente o corpo, passa a ser um ato metódico e complexo, causador de stress e que, unido à mistificação da mídia quanto ao ideal corporal, sucumbe a mulher um peso emocional e psicológico bastante grande. A mulher então deixa de se manifestar como ser social, para priorizar a busca pelo corpo que, agora, se finda em seu imaginário como saudável (GALLIAN, 2007).

Se antes as dietas impositivas e rígidas davam pouca ou nenhuma ênfase para as consequências no organismo de restrições alimentares e mudanças drásticas de cardápio, hoje a falácia da manutenção corporal se dá atrelada na

preocupação de constituir uma geração saudável, um corpo biológico imune e, claro, estético.

4.1 JORNALISMO SEGMENTADO

Segundo Beltrão (1980), os conceitos que pautam a produção jornalística são os valores notícia, sendo a rotina diária de produção jornalística guiada pelos critérios de noticiabilidade, conceituando as redações como ambientes geralmente dinâmicos e sem tempo de aprofundamentos. As notícias seguem o *lead*, padrão que visa responder o essencial já no primeiro parágrafo, apresentando ao leitor tudo o que ele, supostamente, precisa saber, sem detalhamento.

Na contramão da demanda pelo furo de reportagem, pela notícia em primeira mão, as revistas apresentam características jornalísticas bastante singulares. Partindo de uma produção periódica, as revistas tendem a ser mensais ou semanais e abordam temas específicos, gerando um grande nicho mercadológico-informacional (SCALZO, 2004).

São também chamadas de jornalismo segmentado, pois de modo geral abordam uma área ou segmentação do mercado de informação, com maior aprofundamento. Grandes reportagens, entrevistas com especialistas, infográficos e maior apuração e pautas frias são aspectos comuns às revistas, sobretudo devido ao maior tempo investido na produção de cada edição.

Devido aos seus aspectos mais incisivos e aprofundados, o jornalismo de revista apresenta uma estrutura complexa e inter-relacionada com uma reprodução e construção social, cumprindo funções além da exposição informacional e social, mas auxiliando na construção de contextos naturais, históricos e sociais (SCALZO, 2004). Sendo, ainda segundo o autor, um veículo de comunicação formulado e alimentado por viés ideológico, com objetivo de transmitir histórias, saberes, culturas, informação e educação.

Ainda que o jornalismo, em seu estado de utopia, emergja do fundamento da neutralidade e imparcialidade, os discursos enunciados são sempre carregados de significados ideológicos internos ou externos. Para Beltrão (1980), as reportagens são categorizadas como gênero interpretativo e, por conseguinte, ainda que no mais simples filtro de análise, inferem entre as informações e dados e a ótica do jornalista.

Entre as teorias jornalísticas mais atuais, não nega-se a presença dos recortes ideológicos, subjetivos e interpretativos do contexto jornalista-veículo-

cultura. Considerar que as revistas ajudam a traçar realidade, situando-se entre a reprodução do real e a construção cotidiana, o jornalismo de revista por focar no universo segmentado e temático, parte de uma estruturação bem mais polarizada ou, ainda, persistente (LOBATO, 2013).

Um dos pilares da produção jornalística é a apuração dos fatos e o relato noticioso. Se desprendendo desse apego jornalístico, as revistas se enquadram como uma produção diferenciada de conteúdo, onde o tempo maior de produção e periodicidade permite aprofundamento no conteúdo, gerando outras demandas e frequência de pauta. Por exemplo, os jornais em geral centram sua apuração nos fatos imediatos e na transmissão de notícias que são refém do fator temporal. Já as revistas centram-se numa temática e segmentam seu conteúdo, dando maior ênfase às reportagens em profundidade e entrevistas (SCALZO, 2004).

A produção de notícias nas revistas se dá, segundo Lustosa (1996), pelos fatores conjunturais e não temporais, fazendo um retrato cultural, segmentado, além de uma construção da realidade muito mais complexa, permeada por fatores como "(...) os hábitos, as modas, os personagens de cada período, os assuntos que mobilizam grupos de pessoas" (SCALZO, 2004, p. 16).

Não há, efetivamente, como dissociar jornalismo de revista do jornalismo segmentado, logo que a revista é uma produção especializada, geralmente com abordagem de uma temática e suas amplas esferas. Por exemplo, revistas de moda, de decoração, de meio ambiente, de saúde. Nesse aspecto, as revistas são veículos que, em geral, se apresentam com temas bastante específicos e apresentam matérias e conteúdos voltados ao consumidor-leitor.

5. ANÁLISE DAS CHAMADAS

Ao pensarmos a construção e representação da mulher nos meios de comunicação, sobretudo as revistas que tendem a ser mais segmentadas e voltadas a temáticas bastante específicas, vê-se a construção de uma realidade bastante focada ao culto estético e representação de conceitos de boa forma, comportamento feminino e saúde (DEL PRIORI, 2000). Para este trabalho, realizou-se uma análise comparativa das chamadas das capas de duas revistas voltadas para o público feminino. Além da análise interpretativa das chamadas da *Boa Forma* e *Women's Health*, fez-se uma breve categorização dos temas mais recorrentes nas revistas.

Lançada em 1988, a revista *Boa Forma* tem o foco no corpo, alimentação, dietas e exercícios, sendo um dos mais antigos e solidificados títulos ainda comercializados com temática feminina. Já a *Women's Health* foi lançada no Brasil pela Editora Abril em 2008, sendo recente no mercado nacional, mas possui forte presença editorial já que circula em outros 25 países (ABRIL, 2016). Originalmente publicada pela editora americana *Rodale Press* em 2005, a edição americana tem 10 publicações anuais e, segundo o site da editora:

[...] recebeu inúmeros elogios da indústria, incluindo indicações à ASME National Magazine Award em 2013 e 2014, e ganhou o ASME de Excelência Geral em Moda, Serviço, e Estilo de Vida em Saúde 2012. Além de ter sido incluída na lista anual da Hot Adweek, também foi nomeada em 2009 a Revista do ano.¹¹

A *Women's Health* se apresenta como uma versão feminina da *Mens Health*, lançada em 2006 no Brasil e que, mundialmente, é referência de publicação voltada ao mundo *fitness* masculino. Identifica-se as temáticas de alimentação e exercícios atrelados ao desempenho esportivo, performance física, bem-estar e saúde voltadas à recente cultura *fitness* e, supostamente, menos agressivas e radicais ao corpo biológico.

As matérias que foram apresentadas nas capas das edições analisadas foram categorizadas de acordo com seu conteúdo e se justificam na repetição de termos ou elementos, expressões e estruturação do conteúdo seguindo a tabulação estabelecida, pois segundo Lago e Benetti (2008, p. 132),

¹¹ Tradução da autora. Dados disponíveis no site da editora americana. Disponível em <<http://www.rodaleinc.com/brand/Women's-health>> acessado em 09/09/2016, às 13:48

(...) quase tudo que medimos na análise de conteúdo jornalístico são conceitos, ou seja, elementos abstratos que representam classes de fenômenos (...) trabalhar com esses conceitos é preciso especificá-los com precisão, estabelecendo os indicadores, as dimensões e os atributos do que queremos medir.

Para uma eficaz categorização das chamadas de capa e a correta adequação aos conceitos, as categorias foram elaboradas partindo dos temas recorrentes nas revistas, resultando em Dieta/nutrição; Exercícios; Estética; Atualidades, abrangendo subcategorias e especificidades que compõem e pontuam a análise quantitativa e qualitativa, permitindo que as chamadas possuam uma compreensão de segmentação.

Dieta/Nutrição: as matérias em análise podem apresentar títulos ou conteúdos voltados à alimentação e nutrição. A categoria aborda cardápios, sugestão de alimentos, fala de nutricionistas ou indicação de suplementos alimentares. A importância da categoria na análise é estabelecer os limites entre a oferta de uma alimentação saudável, condizente com as rotinas da mulher, bem como referentes às necessidades orgânicas, daquelas impositivas e restritivas que resultam em um controle social feminino, bem como a sensação de estar mal ajustada à análise social, logo que

Sob a influência do mito da beleza (...) tudo o que comemos é uma questão pública, nossas porções revelam e enfatizam nossa sensação de inferioridade social. Se não podemos comer o mesmo que os homens comem, não podemos ocupar uma posição igual na comunidade (WOLF, 1992, p. 251).

Buscando abarcar as diferentes abordagens a apresentações das dietas e conteúdos sobre nutrição, as subcategorias se referem aos objetivos da alimentação, como apresenta a tabela a seguir:

APÊNDICE 01 – SUBCATEGORIAS ALIMENTAÇÃO

SUBCATEGORIA	DEFINIÇÃO
Bem-estar	Destina-se a tratar de bem-estar físico e mental, englobando as reais necessidades biológicas. Considera o corpo em sua dimensão geral e faz referência ao organismo e seu funcionamento.
Nutrição saudável	Apresenta conceitos de uma alimentação mais equilibrada, natural e orgânica. Indica redução de produtos industrializados; aponta estudos e pesquisa na área nutricional com foco no bem-estar orgânico.
Fitness	Foca em alimentação esportiva para alto rendimento. Cardápios testados ou indicados por profissionais ou não. Alinha a alimentação às necessidades biológicas para melhora no condicionamento físico, ganho de massa muscular e suplementação.
Dieta estética	Indica cardápios ou escolhas alimentares para redução de peso ou medidas. Não há grande preocupação com o bem-estar mental ou a resposta do organismo perante as mudanças alimentares. Foca na redução calórica ou energética e tende a ser mais rígida e impositiva. Indicada ou não por profissionais.

FONTE: A AUTORA

Exercícios: Apresenta rotina de exercícios e modalidades, bem como a prática de atividades em casa, academia ou com profissionais. Estabelece rotinas e indica os benefícios e cuidados com a execução. Pode apresentar no corpo da matéria a indicação de rotinas de atividades por profissionais da área física ou não. Ainda que as atividades físicas sejam amplamente defendidas pela sociedade médica na busca de uma vida equilibrada e bom funcionamento do organismo, e possuam base de sustentação em pesquisas científicas e estudos de profissionais da área¹², a apresentação de rotinas de exercícios pelas mídias é muitas vezes vinculada à estética e sem aporte profissional. A sugestão de hábitos e práticas de exercícios analisadas nas revistas pode, ainda, se subdividir em:

APÊNDICE 02 – SUBCATEGORIAS EXERCÍCIOS

SUBCATEGORIA	DEFINIÇÃO
Performance física	Prioriza a prática de atividades como hábito, visando a melhora no condicionamento e desenvolvimento esportivo.
Emagrecimento	As atividades possuem fins estéticos e a matéria dá enfoque à redução de medidas corporais ou corpos estéticos.
Saúde	o enfoque principal é voltado à melhora e manutenção do organismo, como redução de taxas glicêmicas, níveis de colesterol e controle de peso sem apontamento estético.

FONTE: A AUTORA

¹² Segundo a CONFEF – Conselho Federal de Educação Física. Disponível em <http://www.confef.org.br/> Acessado em 18/10/2016.

Estética: Aborda tratamentos estéticos, novidades e intervenções cirúrgicas ou não, contemplando estética e cosmética, medicina e indústria farmacêutica. Podem estar vinculadas à publicidade, promovendo anúncios de produtos, como cremes ou tratamentos em estabelecimentos estéticos. Segundo Naomi Wolf (1992, p. 293), “A indústria de cirurgia estética está em expansão por manipular conceitos de saúde e doença. Existe um nítido precedente histórico para o que os cirurgiões estão fazendo” e, aqui cabe a extensão dessa manipulação também para os tratamentos estéticos menos invasivos. Logo que a indústria e a sociedade se ocupam de demonizar o envelhecimento, os poros abertos, as linhas de expressão, as cicatrizes ou todos os sinais naturais e pertencentes à história e vivência das mulheres, os tratamentos estéticos ganham espaços vertiginosos na vida e no desempenho das mulheres. Também destaca-se que as cirurgias e tratamentos estéticos são equilibrados entre a imposição de fazê-los e o pouco acesso da maioria das mulheres a eles. Ou seja, o mercado oferece opções cada vez mais desejáveis, seguras e quase milagrosas de tratamentos, mas a realidade econômica da maioria das mulheres ainda é bastante restrita, produzindo um cenário social de incitação da necessidade social de consumir tais produtos ou tratamentos, porém sem a efetiva ascensão salarial e profissional da mulher.

Tendo esses tratamentos como vias diretas à felicidade, realização pessoal e amorosa, prazer e bem-estar, a impossibilidade ou a dificuldade de consumi-los conduz a mulher às emoções negativas, privando-a de sentir-se pertencente à sociedade ou prejudicando sua desenvoltura e atuação social. As subcategorias são caracterizadas segundo a tabela a seguir:

APÊNDICE 03 – SUBCATEGORIAS ESTÉTICA

SUBCATEGORIA	DEFINIÇÃO
Tratamentos caseiros	Engloba receitas com produtos naturais, como frutas, e cremes que podem ser adquiridos em farmácias ou casas especializadas, são utilizados diariamente ou não, mas são feitos em auto aplicação.
Tratamentos clínicos	São realizados a partir de profissionais habilitados, com indicação médica ou não. Os procedimentos podem ser invasivos, como cirurgias e aplicações, ou com técnicas especializadas, como massagens ou hidratações.
Cuidados	Aborda cuidados com a saúde emocional, bem-estar psicológico e novidades voltadas ao funcionamento do organismo, como questões hormonais. O foco da abordagem é desvinculado do corpo estético, perda de peso ou condicionamento físico, voltando-se principalmente à aceitação, equilíbrio mental e emocional.

FONTE: A AUTORA

Atualidades: temas que abordam demais conceitos, como atualidades, novidades ou conceitos gerais voltados também aos cuidados com a aparência. Mesmo que o conteúdo tenha fim estético, ele permeia a apresentação de novidades de mercado, novas práticas, estudos científicos, nutricionais ou lançamentos no meio esportivo e são definidas segundo as subcategorias presentes na tabela:

APÊNDICE 04 – SUBCATEGORIA ATUALIDADES

SUBCATEGORIA	DEFINIÇÃO
Novidades	Engloba lançamentos e novidades do mercado, como produtos e coleções.
Moda	Apresenta tendências de roupas, calçados, acessórios e maquiagens. Dicas de produções, desfiles e combinações.
Sexo	Matérias, dicas e reportagens voltadas à sexualidade feminina ou masculina. Conteúdo com apelo erótico abordando a prática sexual.

FONTE: A AUTORA

5.1 BOA FORMA

As 12 edições resultaram em 80 chamadas de capa analisadas que foram classificadas em ao menos uma categoria, não sendo restrita a quantidade de subcategorias, como se verifica no quadro a seguir:

APÊNDICE 05 – CLASSIFICAÇÃO BOA FORMA

Dieta/Nutrição	Exercício	Estética	Atualidades
40	33	16	4

FONTE: A AUTORA

A categoria *Estética* apareceu em 39 chamadas, das 40 chamadas que abordaram *Dieta*. As edições 339, 340, 342, 343, 345, 347 e 350, de janeiro, fevereiro, abril, maio, julho, setembro e dezembro consecutivamente, somando 7 chamadas, trouxeram no título números expressos de *quilosxdias*, por exemplo “Gluten free: -4kg em 15 dias”, da edição de janeiro.

Apenas 6 chamadas foram subcategorizadas em *Fitness*, sendo que 5 estão atreladas à alimentação para modelar ou esculpir o corpo, como na edição janeiro “Suplementos para ganhar energia, tônus e músculos”. A subcategoria de *Bem-estar* aparece em 8 das 40 chamadas, sendo que em apenas uma chamada não há menção à emagrecimento, “21 dicas de nutricionistas para comer melhor”, da edição 342, de abril.

Na edição de agosto, na chamada “Ganhe mais músculos com a dieta do ovo”, ainda que a presença do conceito fitness seja forte, o texto reforça o emagrecimento e deixa bastante evidente a vinculação da alimentação para fins estéticos, como no trecho “Você vai ficar magra (sim, dá para enxugar gordurinhas) e definida!”,. Ainda quando a nutricionista é citada no decorrer do texto, a fala se aproxima dos benefícios do ovo ao organismo, mas finaliza no reforço estético “Ele tem efeito antioxidante e ajuda a controlar os níveis de açúcar no sangue, o que também reduz os ataques de gula”.

A análise apresenta chamadas como “Porque a sua dieta não está funcionando. Uma pista: é coisa da sua cabeça” ed. 350, de dezembro, onde aspectos emocionais e psicológicos foram abordados e vinculados à perda de peso. Ou seja, mesmo quando aspectos emocionais relativos ao bem-estar são abordados, eles estão vinculados ao emagrecimento. Já na edição outubro, “Receitas com abacate: ele sacia, desinflama e ajuda a emagrecer” pode ser qualificada pertencente às subcategorias de *Bem-estar*, *Nutrição saudável* e *Estética*, já que a construção da matéria alinha a finalidade estética aos objetivos do

consumo da fruta, apresentando os benefícios da alimentação natural e evidenciando a perda de peso como resultado da mudança de hábitos alimentares.

Ainda que todas as chamadas analisadas da subcategoria *Bem-estar* tenham relações com o corpo e satisfação pessoal, o apelo ou indicativo para a saúde do organismo não se faz presente, logo que as restrições alimentares – alteração da ingestão calórica, carência nutricional, falta ou excessos de vitaminas e sais minerais - mudança drásticas na rotina de exercícios, ou tratamentos estéticos sem avaliação e indicação médica negam o individualismo biológico e podem acarretar em danos ao organismo (SANTANA, 2003), como fica evidente nas chamadas “Não é só genética boa: as escolhas saudáveis da muda que cabem na sua rotina” ed. 347 de setembro.

Em *Exercícios*, 33 chamadas foram enquadradas na categoria e 32 delas se apresentam na subcategoria de *Emagrecimento*. Apenas a chamada “Os exercícios que quem corre deveria fazer”, da edição de maio não remete aos conceitos estéticos ou perda de peso. A subcategoria *Performance física* aparece em 9 chamadas, como em “Partiu esteira. Planos para secar, tonificar e correr melhor”, de julho, e apenas em 3 chamadas constam critérios de *Saúde*, como em “Apaixone-se pela corrida: a gente ensina”, ed. 340 de fevereiro.

Somando 6 chamadas, as edições de janeiro, fevereiro, abril, junho, julho e agosto trouxeram números expressos de emagrecimento, como em “Aula Power: 30 minutos de puro suor e menos 500 calorias”, de abril.

Das chamadas analisadas, 16 entraram na categoria *Estética*, que envolvem tratamentos estéticos demandados por profissionais, além de tratamentos e indicações que podem ser realizadas em casa, com o uso de cremes, máscaras e receitas para a pele, ativadores de circulação ou auxiliares na redução de gordura.

Identifica-se que as matérias que abordam tratamentos estéticos são mais voltadas a práticas para manutenção da beleza, rejuvenescimento ou dicas de produtos, como maquiagens e hidratantes, sendo menos frequente a vinculação com tratamentos mais invasivos para modelação corporal, como redução de gordura. Das 12 edições analisadas, apenas uma abordou *Tratamentos clínicos* com finalidade estética: “Fernanda Lima: as novas estratégias dela para manter este corpão aos 38 anos”, porém a abordagem não é evidente no título. A matéria traz dicas da atriz que, entre sua rotina, realiza procedimentos clínicos e estéticos para

manter o corpo. Também apresentam-se 3 matérias situadas em *Cuidados*, que abordam dicas de maquiagem, cuidados com cabelos, unhas e estética em geral, como na edição de maio, “12 passos para ficar feliz com o seu corpo”, em que conceitos voltados ao bem-estar e autoestima são oferecidos às leitoras.

Apenas 4 matérias se enquadraram em *Atualidades*, onde abordaram *Moda e Lançamentos*. Dicas de roupas e comportamento foram os temas mais recorrentes voltados à moda, dando dicas de tendências e roupas mais adequadas para as mulheres, por exemplo “Sexy, jovem e cool com o corte de cabelo que é febre entre as celebridades”, na edição de julho.

Entre as 4 matérias da categoria, identifica-se 3 que abordam temas voltados ao bem-estar e saúde, abordando conceito de autoestima, aceitação e visão da mulher sobre si mesma. As edições de janeiro, fevereiro e maio trazem, respectivamente, “SOS hormônios: será que eles estão engordando você?”, “Alerta de saúde: será que você está correndo risco em nome da beleza?” e “12 passos para ficar feliz com o seu corpo”. Ainda que a matéria de janeiro não se desvincule dos conceitos de emagrecimento e foco estético, o texto traz uma abordagem quanto à necessidade do bom funcionamento do organismo e regulação hormonal, estando categorizada em ambas categorias, *Atualidades* e *Dieta*.

Entre os títulos selecionados, identificou-se a presença de fatores emocionais explícitos no conteúdo. Ainda que a relação com o leitor se elabore de modo subjetivo e suscite emoções variáveis e pessoais, algumas chamadas utilizam de apelos emotivos bastante evidentes que reforçam as vantagens e benefícios do conteúdo apresentado. Por exemplo, na edição de janeiro, “Sorvetes funcionais: 100% delícia, 0% culpa” a chamada alinha a alimentação ao conceito de culpa, reforçando o conceito de que comer doces deve ser um ato rejeitado e que, quando feito, é merecedor de autojulgamento e culpabilização. Assim, a *Boa Forma* apresenta receitas de sorvetes leves, com menos açúcar, menos calorias e tão saborosos quanto os verdadeiros, com a vantagem de que as leitoras poderão sucumbir à vontade de ingerir sobremesas sem desvirtuar a dieta ou plano alimentar.

O reforço de culpa é presente também na edição de março, que apresenta “Coma e beba sem moderação: água aromática e pudim de chia”. Os termos “sem moderação” remetem à privação alimentar que consecutivamente é incutida à mulher e que, através de alimentos reduzidos de calorias, gorduras e supostamente

mais saudáveis, permitem que haja uma maior liberdade alimentar. Também é importante ressaltar que os termos trabalham com a construção social de dois extremos bastante presentes nos transtornos alimentares: a escassez e o excesso. Logo que a dieta é pontuada por cardápios restritivos muito severos, quando a mulher transgredir a dieta, ela geralmente sucumbe ao excesso, à falta de moderação, ao comer demasiadamente. O conceito de consumo excessivo se desvincula da saúde e hábitos saudáveis, confrontando com a escolha de uma alimentação mais natural e funcional, o qual seria o intuito da chia, por exemplo.

A chamada “12 passos para ficar feliz com seu corpo”, edição de maio, faz uma abordagem com vínculo emocional, trabalhando conceitos de autoestima e satisfação pessoal. A matéria, no entanto, é composta por 12 dicas voltadas à dieta, exercícios de emagrecimento e um impositivo culto estético, opressor e controlador, onde “3. Encare a malhação como uma rotina de trabalho” apontam o despreendimento dos conceitos de felicidade de autoaceitação para uma perversa e severa rotina de sacrifícios e árdua dedicação para que a mulher, enfim, fique feliz com o seu corpo. Mesmo nos pontos onde o foco, a princípio, é o bem-estar, a sequência textual reforça a imposição estética e oprime a diversidade corporal, induzindo à rejeição e a um não enquadrar-se estética e socialmente. O quarto tópico da matéria deixa bastante evidente esse controle corporal quando o subtítulo “4. Não diga nada negativo a respeito do seu corpo. Nem uma palavra” é seguido do texto “O jeans 40 ainda aperta? Desfile com a regata que valorize seus braços, mais delineados...”.

Das matérias analisadas na categoria de *Nutrição*, que somam 40 matérias, 29 possuem indicação ou menção de algum profissional no corpo do texto, incluindo nutricionistas, educadores físicos, clínicos gerais ou estudos científicos publicados. A disseminação de cardápios prontos sem uma efetiva análise e acompanhamento da mudança de hábitos alimentares pode ser prejudicial à saúde. Segundo a Lei nº 8.234 de 17 de setembro de 1991, em seu artigo 3º, a assistência e educação nutricional, bem como a prescrição, planejamento, análise e supervisão de dietas para indivíduos sadios ou enfermos cabe ao nutricionista e, portanto, qualquer

disseminação de cardápios e planejamentos alimentares deveria ser acompanhada, ainda que no âmbito dos veículos de massa, de um profissional habilitado¹³.

Também deve-se considerar que as diretrizes de uma alimentação saudável e equilibrada instituídas pelos conselhos nutricionais e Organização Mundial de Saúde são baseados em parâmetros gerais e não consideram aspectos individuais, como enfermidades, alergias, restrições alimentares e histórico do paciente.

5.2 WOMEN'S HEALTH

Ainda que a *Women's Health* seja inspirada na *Men's Health*, versão voltada ao público masculino e que tem um apelo forte para o desempenho esportivo, a revista tende a permanecer vinculada ao corpo estético, apresentando números expressivos de matérias que abordam emagrecimento e perda de medidas, vinculadas também à felicidade e bem-estar. Ou seja, os conceitos estéticos e corporais estão frequentemente associados às emoções positivas, realização e termos que remetem à satisfação.

APÊNDICE 06 – CLASSIFICAÇÃO WOMEN'S HEALTH

Dieta/Nutrição	Exercício	Estética	Atualidades
38	28	26	8

FONTE: A AUTORA

Como apresenta o quadro geral acima, das 78 matérias analisadas, 38 foram categorizadas em *Dieta*, apresentando um forte apelo à alimentação e imposição nutricional. Ainda que a *Women's Health* tenha a proposta *fitness*, numa busca mais saudável de alimentação, 28 chamadas entram na subcategoria de *Estética*, trazendo apelos ao culto corporal, emagrecimento e redução de medidas, como na edição 84, de outubro "Sem culpa: Novos Snacks, coma entre as refeições e não engorde". Na subcategoria *Nutrição saudável*, se enquadraram 14 chamadas abordando temas que atentam para o correto funcionamento do organismo, controle metabólico e hormonal, bem como dicas de saúde relacionadas ou não a alimentos,

¹³ Disponível em < <http://www.cfn.org.br/index.php/nutricao-enteral-a-prescricao-dietoterapica-e-privativa-do-nutricionista/>> Acessado em 05/10/2016, às 16:43.

como em "Sucos Power para desinchar, desintoxicar, aumentar a imunidade", na edição 86, de dezembro.

Também identificou-se que 10 matérias são categorizadas conjuntamente em *Estética* e *Nutrição saudável*, evidenciando o quão atrelados ao corpo estético são os discursos da alimentação saudável. Como em "Soja: como usar o grão a favor de seus hormônios, ossos e peso", da edição 81, de julho, deixando clara a constante correlação dos conteúdos que abordam temas de saúde e equilíbrio do organismo, porém vinculados às questões de redução de peso, fazendo um apelo constante à corpolatria e reforçando um motivo para investir no alimento saudável além da própria saúde, no caso, o peso.

A categoria de *Fitness* apresenta 11 matérias enquadradas e trabalha com novidades nutricionais e cardápios que prometem nutrição e facilidade, como em "Overnight Oats: receitas deste lanche completo e nutritivo", da edição 86 de dezembro. As edições 77, 81, 83 e 86, de março, julho, setembro e dezembro trazem os termos "proteínas", "proteico" e "whey protein" no título da matéria, reforçando a necessidade de incluir proteínas na alimentação, mesmo sem um acompanhamento nutricional individual. Apesar da indicação de proteínas serem recomendadas, em geral, para praticantes de atividades físicas intensas em busca de ganhos musculares, a indicação sem considerar aspectos orgânicos e individuais de uma suplementação ou aumento da ingestão, podem acarretar danos ao organismo¹⁴.

Na subcategoria *Bem-estar* estão 11 matérias que abordam qualidade de vida e bem-estar físico e mental, por exemplo, na edição 82, de agosto "Tchau, TPM: a nova aposta dos nutricionistas para acabar com ela", onde há indicação de uma alimentação voltada a amenizar os sintomas das alterações hormonais naturais do ciclo menstrual, visando estabilização de humor e, conseqüentemente, melhorando a qualidade de vida da mulher. Também identifica-se 8 chamadas enquadradas concomitantemente em *Estética* e *Bem-estar*, evidenciando que, mesmo nas matérias onde se preza por conteúdos de qualidade de vida, a estética ressurge como incentivo ou apelo, como na edição 79, de maio, "Sopas deliciosas e

¹⁴ Disponível em <http://www.cfn.org.br/index.php/proteinas-x-musculacao-a-suplementacao-e-necessaria/>, Acessado em 25/10/2016, às 15:12.

nutritivas com até 230 calorias", em que se apresenta o conceito de prazer ao comer com o termo "deliciosas", mas se reforça o viés estético e hipocalórico das receitas.

Das 79 chamadas analisadas, 28 estão dentro da categoria de *Exercícios* e, destas, 21 abordam conceitos estéticos, 8 são voltadas à melhoria da performance física e esportiva e apenas 5 permeiam conceitos atrelado à saúde e bom funcionamento do organismo. Apenas na edição 79, de maio, em "7 passos para resolver a prisão de ventre (sem remédio)" os conceitos estéticos são abandonados e os fatores de bem-estar e conforto são indicados como resultado de um correto funcionamento do intestino. Também destaca-se que mesmo sendo forte o apelo *fitness* e esportivo da revista, apenas 3 chamadas pertencem unicamente à subcategoria de *Performance física*, sendo as chamadas "11 lançamentos para melhorar a performance na corrida", "3 meses de treino para encarar a meia maratona (nossa designer conseguiu)" e "16 super dicas para se sair bem nos 10k" respectivas às edições 76 de fevereiro, 79 de maio e 83 de setembro. Nessas matérias, o desempenho físico, a melhoria do condicionamento e a desvinculação de conceitos estéticos são mais evidentes. Não há forte evidência de imposição corporal, indução à perda de peso ou medidas corporais.

Na edição 84, de outubro, em "Motive-se: truques infalíveis para vencer a preguiça", a matéria se enquadra em *Emagrecimento* e *Saúde* pelo incentivo à adoção da prática de atividades físicas, porém o discurso encontrado na construção da matéria é bastante impositivo e cultuado no meio estético, como em "Abusou nas férias? Acabe com as desculpas e vá treinar!", reforçando a necessidade de realizar exercícios sob a sentença de que a inviabilidade ou a opção de não treinar é preguiça ou desculpa. Nesse aspecto, o discurso se alinha com o apelo emocional que entrelaça emoções e coíbe a mulher a sentir-se culpada pela falta de atividades físicas.

Ainda quando há presença de conteúdo classificado como *Performance física*, o conceito estético aparece bastante evidente e, muitas vezes, sobrepunção, como em "Corpo sexy: treino para desenhar os músculos; o que comer antes e depois de malhar", na edição de abril, onde os conceitos de treinamento esportivo estão associados ao corpo "sexy", instaurando um novo padrão ou imposição corporal, agora saudável.

Das 26 matérias categorizadas em *Estética*, 18 englobam *Cuidados* e trazem conteúdos voltados às práticas e rotinas que sugerem autocuidados, dicas

de belezas e maquiagem, viagens, passeios ou motivação pessoal, como em "Motive-se: truques infalíveis para vencer a preguiça", edição de outubro. Os truques apresentados abordam práticas do dia a dia, como a troca do veículo, utilização de escadas invés de elevadores e a companhia de colegas para a prática de atividades. Vale ressaltar que a matéria aborda conceitos de atividades físicas através de rotinas, não se enquadrando na categoria de *Exercícios* pois, segundo a CONFEF, há diferença entre as atividades e os exercícios físicos. Sendo que atividade é qualquer movimentação corporal, e exercícios exigem rotinas, gasto calórico e frequência de movimentação¹⁵.

A categoria também possui 12 matérias classificadas em *Tratamentos Caseiros* e 5 em *Tratamentos clínicos*, em que são apresentadas técnicas, dicas e produtos para cabelos, pele e unhas, por exemplo em "Beleza: 22 dicas para parecer mais jovem em 5 minutos", edição 84, de outubro, em que a matéria apresenta dicas caseiras para rejuvenescimento fácil, melhora da aparência da pele e dicas de maquiagem. Já a edição de junho apresenta "Tortoise baby lights, os novos métodos de coloração que duram até 6 meses", uma nova modalidade de tratamento capilar realizado por especialistas. Ambas as subcategorias tiveram conteúdo voltado essencialmente para cuidados da pele, produtos e dicas de maquiagem, sendo que apenas 2 matérias abordaram conteúdo estético, para redução de medidas ou peso, como na edição de junho "Magra e saudável: automassagem que afina e turбина" e na edição de maio em "Especial beleza: 10 supernovidades para rosto e corpo (a ciência comprova)". Assim, o maior enfoque estético fica no quesito alimentar e de exercícios, reforçando a execução de rotinas rígidas, árduas e mais atreladas ao apelo emocional, logo que alimentação e exercícios se situam como práticas existentes na vida comum das mulheres. Os tratamentos caseiros se apresentam como dicas mais simples, diárias e baratas para a utilização frequente, capazes de serem executadas e realizadas sem grandes esforços.

Uma matéria foi classificada como *Moda*, "Moda: os looks mais ser uma sporty girl", edição de outubro, e apresenta dicas e looks voltados à prática

¹⁵ Disponível em <http://www.confef.org.br/extra/conteudo/default.asp?id=471>. Acessado em 14/07/2016, às 14:19.

esportiva, trabalhando o conceito visual de *fitness*, roupas de academia e tecidos adequados e flexíveis para dar mais conforto e estilo, segundo a matéria.

Com 8 matérias pertencentes a atualidades, 2 são classificadas em *Novidades*, "a malhação não dá resultado? Descubra porquê" de junho, e "Britney Spears: 33 anos, 2 filhos, em sua melhor forma" de fevereiro, onde são abordados temas atuais e celebridade. Outras 6 matérias pertencem à subcategoria de *Sexo*, trazendo temas e dicas de performance sexual, dicas de *sex shop* e temas relacionados à sexualidade, como "Sexo: tudo o que nunca se atreveu a perguntar, temos a resposta!" de outubro. Apesar do público da *Women's Health* ser a mulher, as matérias apresentam o conteúdo voltado também na satisfação masculina, com dicas para agradar ao homem e comportamentos sexuais femininos apreciados pelos parceiros, como em "24 Homens contam o que você deve fazer para ser inesquecível", edição de fevereiro. A matéria apresenta termos bastante prescritivos e esboça o comportamento feminino que os homens aprovam e esperam, reproduzindo a imposição comportamental da mulher na busca da satisfação masculina.

Mesmo nas matérias em que a chamada não remete essencialmente à satisfação masculina, como em "Sexo: tudo o que nunca se atreveu a perguntar, temos a resposta!" de outubro, a construção da matéria apresenta tópicos como "quer disparar o desejo dele?", remetendo ao comportamento que visa a satisfação do homem.

Das matérias de capa, foram selecionadas aquelas que designam-se como a principal chamada. A identificação ocorre pelo destaque que o título apresenta, sendo geralmente maior e centralizado. Não há características no corpo do texto, como tamanho ou quantidade de páginas, que tenham sido identificadas, sendo que os títulos destacados, maiores e mais chamativos são os fatores que permitem que o leitor reconheça a chamada como a matéria principal. Destas chamadas, as edições 75, 77, 79, 83 e 86, de janeiro, março, maio, setembro e dezembro respectivamente, trouxeram exercícios ou cardápios focados na região corporal da barriga, como em "Barriga e bumbum dos sonhos", de janeiro ou "Barriga chapada", de março. Também, duas chamadas principais remetem a conceitos de conquista e desejo, empregando o termo "sonhos" no título. Nesse aspecto, a "barriga dos sonhos" é referente a uma meta geral, insinuando que a definição corporal,

sobretudo do abdômen, é um objetivo comum às mulheres, reforçando ainda que de modo sutil o imaginário do corpo definido.

Os termos “definido”, “chapada” e “firme” também se destacam já que podem ser interpretados dentro da mesma terminologia, sendo utilizados para definir a apresentação estética dos grupos musculares.

No universo das matérias analisadas, 38 são referentes à alimentação, somando 30% do conteúdo, além apresentarem cardápios prontos ou pré-definidos, indicação da retirada ou inserção de algum alimento na rotina nutricional. Ainda que na maioria das matérias haja menção de um médico, nutricionista ou profissional da área, os cardápios são sempre pouco variáveis e com restrições explícitas de alimentos, apresentando geralmente a quantidade calórica de cada refeição, quantidades de gordura e carboidratos, mas sem atentar para a necessidade de se buscar acompanhamento nutricional ou realizar exames e consultas médicas antes de iniciar a mudança alimentar.

As dietas também são baseadas em conhecimentos generalistas quanto à alimentação, como exemplo a necessidade de ingerir mais carne para obter mais músculos. Ainda que a relação entre os níveis de ingestão proteica e o ganho de massa magra seja verídico, há a necessidade de se analisar a rotina alimentar e o histórico de cada paciente antes de determinar a necessidade de maiores fontes de ingestão de proteína.

Na categoria de *Exercícios*, 22 matérias apresentaram rotinas bastante detalhadas e didáticas para a prática da atividade, apresentando sugestões de circuitos e prática semanal. Ainda que os benefícios da atividade física sejam amplamente divulgados no ambiente médico e esportivo, e que haja adoções de rotinas leves que possam ser realizadas de modo voluntário, como caminhadas, muitas matérias apresentam guias complexos e que exigem preparo físico intenso. Também segue-se o padrão da categoria de *Nutrição*, em que há, na maioria das matérias, a fala de um médico ou profissional físico, porém sempre afirmando e embasando o que é trazido no corpo da matéria, mas em nenhuma foi identificado a importância da leitora buscar um profissional qualificado ou realizar consulta médica antes de iniciar qualquer atividade física.

Ainda que o aspecto fundamental do jornalismo seja a busca pelos amplos pontos de vista, como apontado e referido por Beltrão como objetivismo multiangular (1980), cabe ao jornalista construir para o leitor uma rede de informações ampla, rica

e multifocal, com diferentes perspectivas para que o público consuma, processe e interprete da melhor maneira, carregado de sua autonomia, as informações contidas no veículo. Portanto, ao construir uma matéria, o jornalista, *a priori*, deveria abordar e confrontar as opiniões e em nenhuma matéria se identificou a contraposição do conteúdo.

Mesmo nas matérias mais segmentadas ou mais objetivas, não há contraposição ou multifocalidade jornalística, como a relação entre a retirada de laticínios para a redução de peso, da edição 75, de janeiro. Há a fala de uma nutricionista que reforça o benefício de retirar a proteína do cardápio pela promoção da redução de gordura e consequentemente do peso. Porém não há ressalvas quanto a veracidade desses estudos, sobretudo considerando que a alimentação é um processo bastante pessoal e que apresenta resultados divergentes ao longo dos estudos, sendo também significativa a quantidade de profissionais de nutrição que divergem quanto a retirada da carne ou qualquer outro alimento e a efetiva redução de peso.

Portanto, identificou-se que, mesmo abordando e embasando o conteúdo na fala de profissionais da área, a revista apresenta fontes de modo a reafirmar o conteúdo apresentando, dando suporte médico ou científico para comprovar a eficácia dos cardápios, dicas ou rotinas de atividades apresentados. Não há preocupação em consultar e apresentar contraposições e ressalvas quanto à adoção daquelas dietas, sequer a indicação de que elas possam ser indicativos ou bases para novos hábitos de vida, mas que devem ser acompanhados de perto por um profissional.

Ainda quanto à presença da fala de profissionais da área relativa ao tema da matéria, identificou-se que as chamadas pertencentes à categoria de *Nutrição* apresentaram embasamento em profissionais médicos, nutricionistas ou em estudos científicos, salvo as matérias que reproduziram o cardápio da celebridade, como a edição 84, em que a capa traz a atriz Daniela Ruah e suas rotinas alimentares, destacando como ela mantém a forma física através da adoção das práticas alimentares e exercícios físicos. Ainda que o cardápio apresentado tenha sido elaborado por nutricionistas, eles configuram uma alimentação voltada às necessidades de um sujeito e, de modo algum, contemplam todas as leitoras, visto que cada organismo possui metabolismo e carências nutricionais distintas.

Quanto à recomendação de atividades físicas, a preocupação com o correto funcionamento biológico, a satisfação pessoal e o desempenho esportivo são complementos à necessidade da prática esportiva para a construção do corpo estético. Como aponta Wolf (1992, p. 167), a incisiva e frequente imposição da prática de atividades físicas acarreta numa neurose e distorção dos limites saudáveis da atividade e resulta no descolamento da percepção da realidade, logo que “como na mente de uma mulher que tenha fixação em exercício ou em alimentos, elimina a possibilidade de escolha. Qualquer tempo livre que o membro da seita possa ter, ele ou ela estará exausto(a) demais para raciocinar”.

Como aponta Bourdieu (2002, p. 80) tanto o corpo em sua apresentação comportamental e “até naquilo que parece mais natural (seu volume, seu talhe, seu peso, sua musculatura etc)” quanto os esforços e hábitos para moldá-lo à silhueta do imaginário social são traduzidos na apresentação do sujeito quanto as suas intencionalidades, como um produto social.

Mas essa linguagem da natureza, que se acredita trair o mais oculto e o mais verdadeiro ao mesmo tempo, é, de fato, uma linguagem da identidade social, assim naturalizada, sob forma, por exemplo, da “vulgaridade” ou da “distinção”, ditas naturais (BOURDIEU, 2002, p 80).

Assim, mesmo que a apresentação, os princípios e a mensagem intrínseca dos indivíduos sejam parcial ou absolutamente contrários às determinadas pelas normas sociais, é árdua essa remodelação de projetar-se dentro dos padrões. A mulher que não possui naturalmente um corpo aproximado da definição estética social e que, sobretudo assim, nega-se a dedicar tempo e vigor às rotinas físicas, circuitos e práticas esportivas em busca da reconstrução corporal adequada, é designada como desleixada, sem autoestima e, não obstante, agora não mais saudável.

Os procedimentos estéticos apresentados nas edições analisados, ainda que se apresentem de modo a facilitar que a mulher os alcance e os realize, se constituem como uma forte imposição na busca incessante pelo belo, como se a mulher naturalmente não pudesse se aceitar. Não basta a incessante busca corporal estética e, supostamente, saudável, ainda espera-se que a leitora compreenda a necessidade de buscar tratamentos clínicos ou estéticos para a correção daquilo que julga-se fora dos padrões. Ainda que os tratamentos estéticos estejam bastante

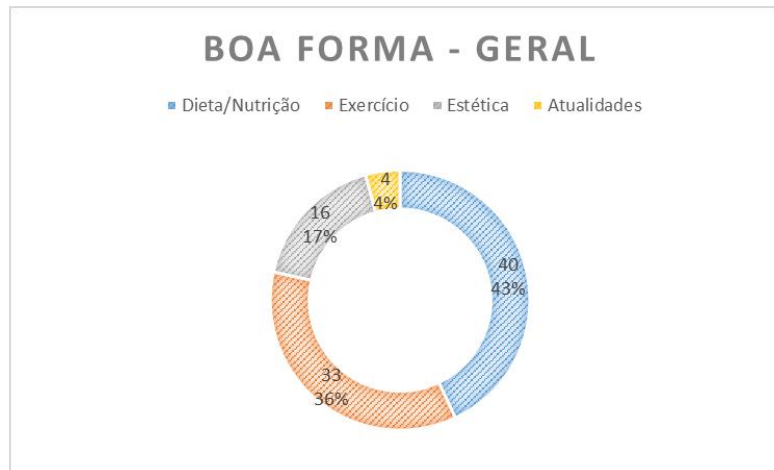
aliados ao desenvolvimento tecnológico e, numa esfera social cruel, sejam apresentados às mulheres que, em geral, almejam, porém não possuem condições financeiras para adquirir, as revistas inserem receitas e tratamentos acessíveis que prometem os mesmos resultados ou, ao menos, tão bons quanto aos procedimentos clínicos e de alto valor. As indicações de produtos e tratamentos caseiros viabilizam que toda mulher tenha condição de realizá-lo e, assim, pertencer ao grupo que busca incansável o estético. Porém, como aponta Bourdieu (2002, p. 77),

As mulheres não passam de "beldades" na cultura masculina para que essa cultura possa continuar sendo masculina. Quando as mulheres na cultura demonstram personalidade, elas não são desejáveis, em contraste com a imagem desejável da ingênua sem malícia.

Ou seja, numa falsa ilusão de que a mulher se desprende da dominação de classe, onde ela é excluída da obtenção da beleza devido ao sistema estrutural machista e patriarcal, a leitora adquire e reproduz os ritos estéticos e se insere numa subsequente forma de dominação. Em que, abandonando o viés de dependência financeira do homem, ela se mantém na dominação pela aprovação dos olhos masculinos e mantém a reprodução de um comportamento cerceado pela insegurança.

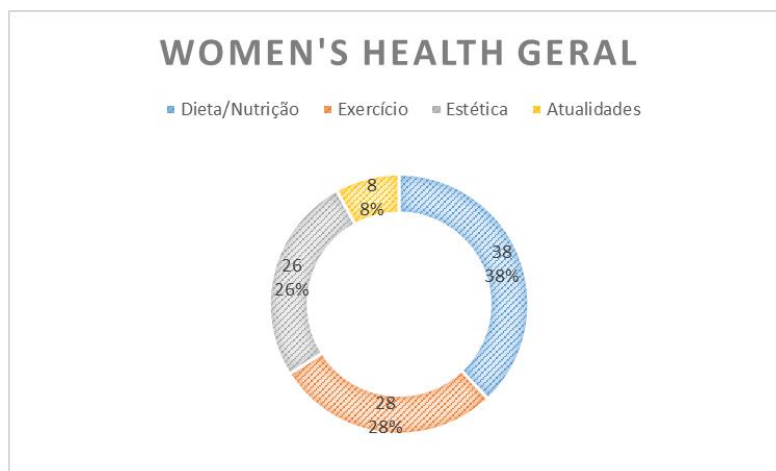
Na comparação geral das categorias da *Boa Forma* e *Women's Health* há uma diferença nos valores totais de cada categoria, por exemplo, em *Dieta/Nutrição*, a *Women's Health* apresenta 38 matérias, enquanto a *Boa Forma* apresenta 40 enquadradas, representando uma diferença de quase 10% para os valores gerais. Com 28 matérias pertencentes à categoria de *Exercícios*, a *Women's Health* aborda mais a questão do exercício atrelado ao desempenho físico, resultando em 28% das matérias analisadas, enquanto a *Boa Forma* apresenta 36% das matérias analisadas como exercícios, ou 33 em números absolutos, como pode-se verificar nos gráficos abaixo.

APÊNDICE 07 – GERAL BOA FORMA



FONTE: A AUTORA

APÊNDICE 08 – GERAL WOMEN'S HEALTH



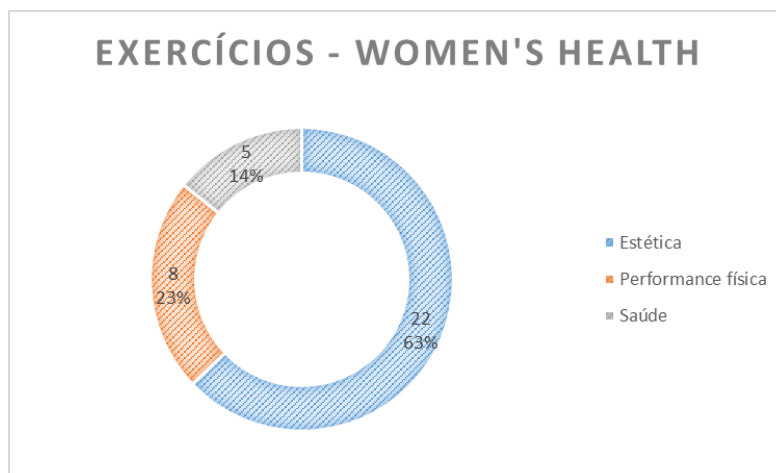
FONTE: A AUTORA

Assim como se propõe a *Women's Health*, nota-se a ênfase maior aos exercícios e performance física. A indicação de atividades e modalidades esportivas é, ainda que sutilmente, mais presente. A maior diferença de valores totais fica na categoria *Estética*, que resulta em 16% das matérias analisadas na *Boa Forma* e 26% na *Women's Health*. Assim, identifica-se um breve afastamento do discurso estético finalizado no emagrecimento, priorizando supostamente o bem-estar e

saúde. Porém, fica evidente a falácia da busca pela saúde quando cruza-se os dados da categoria de *Exercícios*.

Das 28 matérias categorizadas em *Exercícios*, apenas 13 se subclassificam em *Performance física* ou *Saúde* e, destes, apenas 2 são classificados unicamente em *Saúde* e 4 unicamente em *Performance física*. Ou seja, metade da categoria de *Exercícios* aborda conceitos de estética, emagrecimento e padronização corporal, ainda que trabalhe conceitos de saúde, bem-estar e melhoria esportiva no decorrer do texto.

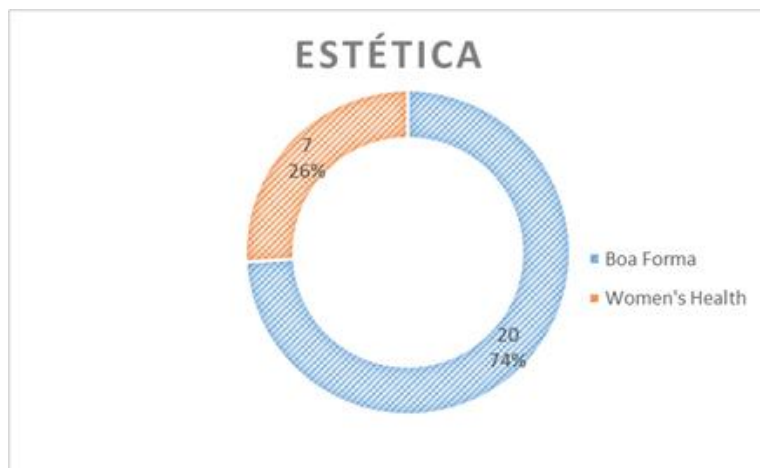
APÊNDICE 09 – EXERCÍCIOS WOMEN'S HEALTH



FONTE: A AUTORA

Ainda quanto à Boa Forma, entre as 40 matérias categorizadas em *Dieta*, 20 foram subclassificadas unicamente em *Estética*, apenas 1 foi unicamente subclassificada em *Bem-estar* e, também, apenas 1 unicamente em *Fitness*. Quanto à *Women's Health*, das 38 matérias categorizadas em *Dieta*, 7 são subcategorizadas apenas em *Estética*, enquanto *Fitness* possui 4 matérias unicamente subclassificadas.

APÊNDICE 10 – ESTÉTICA WOMEN'S HEALTH



FONTE: A AUTORA

Como pode ser verificado nos gráficos acima, há uma diferença relevante de matérias que abordam unicamente os conceitos de estética e beleza, mas quando consideradas as outras 21 matérias que, em algum nível, abordam a alimentação estética, fica clara a constante relação entre corpo belo e a alimentação. Ainda que outros conceitos nutricionais estejam presentes nas matérias, como indicações de nutrientes e qualidade de vida, a abordagem toma o viés da corpolatria e enfatiza a necessidade de se construir através da alimentação um corpo bonito.

Assim, como aponta Keil (2004, p.60) “o controle da sociedade não se efetua somente através da consciência ou da ideologia, mas também através do corpo e com o corpo”, há uma relação intrínseca e sagazmente encoberta da alimentação com o controle social da mulher. Através de um discurso afável e preocupado com o bem-estar da leitora, as revistas ainda oferecem uma grande quantidade de abordagens impositivas, restritivas e maquiavélicas dos alimentos. Assim, ainda que pareça haver uma mudança do conteúdo apresentado, há na verdade apenas uma reestruturação no modo de apresentar e tecer as matérias.

Mary Del Priore (2000, p. 80) aponta como construiu-se a intransigente necessidade de apresentar-se bela, logo que “numa sociedade de consumo, a estética aparece como motor do bom desenvolvimento da existência”. Portanto, a estética é obtida através de um consumo de produtos, tratamentos, imagens, reproduções de corpos e padrões, torna-se um condicionante social estar moldado

ao imaginário social belo ou, ao menos, estar inserido numa frenética rotina de dietas, exercícios e tratamentos para se aproximar do corpo estético.

Ao considerar a incorporação de múltiplas abordagens nas matérias da *Women's Health*, percebe-se a mudança na apresentação do discurso das revistas femininas voltadas à alimentação. Se na *Boa Forma* a presença do discurso estético é frequentemente exposto num aspecto único e objetivo, sendo destacado em geral somente o viés da modelação corporal através da alimentação e exercícios, na *Women's Health* os moldes corporais são um componente da matéria, porém, constantemente atrelados à performance física e esportiva, à saúde e ao bem-estar.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os meios de comunicação caminham junto com o desenvolvimento social, numa esfera dúbia de apresentar a realidade ao público, bem como criá-la e moldá-la. A imprensa feminina teve um papel preponderante na educação social da mulher, inicialmente apresentando os conceitos domésticos e de cuidado familiar, significando a figura feminina como guardiã e mantenedora da estrutura familiar tradicional. Ainda que as mudanças comportamentais sociais fizeram inquestionável a necessidade da mídia também se adaptar à nova leitora, o condicionamento da mulher ao papel de submissão não foi abandonado, sendo sempre apresentado e reforçado através de discursos mais ou menos diretos, porém sempre presentes.

A alimentação, em seu papel cada vez mais social, ganha dimensões de ação controladora e opressora. Espera-se, socialmente, da mulher um comportamento aprazível, submisso e delicado. Não obstante, estende-se esses conceitos à alimentação, que deve ser executada numa medida controlada, vigiada e constantemente sofrível. Não há prazer na alimentação feminina, logo que ela abandona o status de apreciação e torna-se uma busca incessante e cruel por uma modelação corporal, por vezes, inatingível.

Mais ainda, comer é uma ação tão permeada de simbolismo que o que se come, quanto se come e o modo que se come são incutidos aos conceitos de boa forma, beleza, status, sucesso, amor próprio. A felicidade e a realização pessoal estão, em algum nível, atrelados ao corpo estético como se não fosse possível, ou pior, não fosse permitido que a mulher se despenda da luta interna de obter um padrão corporal que raras vezes é conquistado, mesmo por aquelas que vivem da aparência, como modelos e celebridades.

É necessário enfatizar que a alimentação equilibrada e a adoção de hábitos de vida saudáveis são comportamentos indicados pelas organizações e associações médicas, e visam o bem-estar da sociedade. A escolha de alimentos orgânicos, a prática de atividades físicas e rotinas alimentares ditas *fitness*, podem trazer melhorias ao organismo quando acompanhadas por profissionais. O que se visou apontar nesta análise foi a utilização da cultura *fitness* e saudável como modo de perpetuar um discurso opressivo e estigmatizante da estética. Assim, nota-se que a apresentação da saúde é, na verdade, um manto tênue que recobre o controle da mulher e a encarcera socialmente. Se, agora a figura feminina tomou consciência de seu pertencimento no espaço público e social, dando a si mesma o direito e a

vontade de exercer sua voz como inevitável à construção político-social, há uma necessidade patriarcal de manter o *status quo* de dominação masculina, que agora se exerce pela alimentação.

Ganhando uma dimensão ainda mais latente e extensiva, os traumas nutricionais se exercem de modo contínuo e intrínseco, subjetivo e interior. Ou seja, se a domesticidade cerceava a mulher das práticas, porém dava-lhe a liberdade de ser mulher em si mesma, o controle alimentar se inicia numa neurose construída e pontualmente reforçada na mente e no inconsciente. Logo, a mulher abandona sua ação política e social e recaí sobre a doença física e mental. Física devido às alterações nutricionais, carências e prejuízos que dietas sem acompanhamento podem causar, e mental devido à pressão, neurose e frustração, sem mencionar os novos diagnósticos de transtornos alimentares que crescem cada vez mais.

O conteúdo das revistas, sobretudo, é um fragmento da realidade. Partindo do questionamento da relação existente entre alimentação saudável e a opressão da mulher, que iniciou este trabalho, traçou-se um panorama bastante elucidativo e que resultou na comprovação das hipóteses de que há um paralelo entre os discursos *fitness* presentes no jornalismo de revista e as imposições estéticas e corporais.

Também é necessário ressaltar que as formas de manifestar e apresentar o conteúdo ao leitor constitui um espaço micro analisado de um contexto muito maior, sendo que foram utilizadas para exemplificar como se apresenta essa relação opressiva e que mesmo veículos diferentes, com públicos alvo, *a priori*, diferentes, continuam fomentando o mesmo discurso opressor. A *Boa Forma*, lançada há 28 anos, permanece construindo um discurso estético e impositivo, sem muita atenção à qualidade de vida e saúde da leitora, já a *Women's Health* atribui pequenas mudanças na apresentação do conteúdo, dando uma ilusão ao público de que ele está consumindo outro estilo de vida.

Porém, com um olhar mais atento ao emprego do conteúdo, à apresentação e às minúcias que se entrelaçam entre a suposta saúde e bem-estar que a *Women's Health* veicula, identifica-se a necessidade de manter o imaginário social de uma mulher dedicada ao corpo, sucumbida do culto estético e permanentemente insatisfeita com o corpo atual e natural. Mais ainda, além de socialmente pejorada em conceitos de não feminina, não dedicada, não merecedora do reconhecimento alheio, a mulher que reluta em aderir ao mundo *fitness* não é saudável, como se a

qualidade de vida fosse possível tão somente seguindo as diretrizes do universo estético.

Portanto, cabe à figura feminina dedicação ao corpo e à estética numa frequência tão incisiva e frenética que não sobra tempo e forças para que sua atuação social seja desprendida da modelação corporal, reforçando o controle e manutenção da dominação hierárquica dos gêneros.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Sandra dos Santos. Saúde e beleza do corpo feminino – algumas representações no Brasil do Século XX. **Movimento**, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 119-143, janeiro/abril de 2003.

ANTONIO, Celso Aparecido de Agostinho. **Revistas femininas e a plasticidade do corpo : a progressiva modelagem comunicativa**. São Paulo, 2009. Disponível em <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Revistas-Femininas-e-a-Plasticidade-doCorpo.pdf>. Acessado em 04/07/2016, às 14:12.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BELTRÃO, Luiz Beltrão. **Jornalismo interpretativo**: filosofia e técnica. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BOCCATO, V. R. C. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. **Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo**. São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.

BOLTANSKI, Luc. **As classes sociais e o corpo**. Trad. Regina A. Machado. 2ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

BOURDIEU, Pierre (1930- 2002). **A Dominação Masculina**. Trad. Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

BUCCI, Eugênio & KEHL, Maria Rita. **Videologias**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

BITTONI, Dulcília Schroeder. **Mulher de papel**: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. São Paulo: Summus, 2009.

CAMARGO, Tatiana Souza; SOUZA, Nádia Geisa Silveira. **De bom com o corpo, de bem com a vida - O que os rótulos de alimentos diet e light nos ensinam sobre saúde e cuidado de si**. Publicado nos Anais de VI Encontro Nacional dos Pesquisadores em Educação em Ciências. Florianópolis, 2007.

COSTA, Jurandir Freire. **O vestígio e a aura**: corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a Corpo com a Mulher**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

FREITAS, Edmund Leal de. **Alguns aspectos da linguagem científica**. Sitientibus. Feira de Sanatana, n 12, 1994.

FREUD, Sigmund. (1974). Estudos sobre a Histeria. In **Freud S., Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**, vol II, Rio de Janeiro: Imago, 1969.

FREUD, Sigmund. Luto e Melancolia. (1917). In: **Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**. v. XIV. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

FREUD, Sigmund. (1930/1974). O mal estar da civilização. **Edição Standard Brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud**. v. XXI. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

GALLIAN, Dante Marcello Claramonte. **A desumanização do comer**. Estud. av., São Paulo, v. 21, n. 60, p. 179-184, Aug. 2007. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142007000200015&lng=en&nrm=iso>. access on 14 June 2016. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40142007000200015>>. Acessado em 10/05/2016, às 14:33.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo. Atlas, 1999.

GRIECO, Sara Matthews. O corpo, aparência e sexualidade. In G. Duby & M. Perrot (Orgs.), **História das mulheres no ocidente 3: Do renascimento à idade moderna** (71-120). Porto, Portugal: Edições Afrontamento, 1991.

KEIL, Ivete. Nas rodas do tempo. In: KEIL, Ivete e TIBURI, Márcia. (Organizadoras) **O corpo torturado**. Porto Alegre: Escritos Editora, 2004.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LAGO, Claudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de Pesquisa e Jornalismo**. Editora Vozes, 2008.

LIMA, M. M. Mercadorização do corpo, corpolatria e o papel do profissional de educação física. **Revista Estudos**, Goiás, v. 36, n. 5, set./out. 2009. Disponível em: Acessado em 15/11/2015, às 16:20.

LOBATO, Mayara Luma Maia. A trajetória do feminino na imprensa brasileira: o jornalismo de revista e a mulher do século xx. in **Encontro Nacional de História da Mídia**. Ouro Preto: UFOP, 2013.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Editora UnB. Brasília, 1996

MINAYO, M. C. Ciência, técnica e arte: o desafio da Pesquisa Social. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

OLIVEIRA, Alexandre Palma de. Culto ao corpo e exposição de produtos na mídia especializada em estética e saúde. **Revista Movimento**, Rio Grande do Sul, v. 16, n. 1, 2010.

ROCHA, Everardo; RODRIGUES, José Carlos. **Corpo e consumo: roteiro de estudos e pesquisas**. Rio de Janeiro : Ed. PUC-Rio, 2012 Disponível em <

http://www.dbd.pucrio.br/pergamum/biblioteca/php/mostradoc.php?open=1&arqdoc=ebook_corpo_consumo.pdf Acessado em 17/07/2016, às 17:23.

RODRIGUES, José Carlos. **O corpo na História**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 1999.

RUSSO, Renata. Construção através da cultura do ser belo. **Revista Movimento & percepção**, Espírito Santo de Pinhal, v.5, n.6, jan./jun. 2005.

SANTANA Hilda; MAYER Mariana; CAMARGO Kátia. Avaliação da adequação nutricional das dietas para emagrecimento veiculadas pela internet. **Consciência e Saúde**, Rev. Cient., UNINOVE Vol. 9. São Paulo. Vol.2, pg. 99-104, 2003.

SANTOS, LAS. **O corpo, o comer e a comida: um estudo sobre as práticas corporais e alimentares no mundo contemporâneo** [online]. Salvador. EDUFBA, 2008.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2004.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE ENDOCRINO E METABOLOGIA. Números da Obesidade no Brasil. Disponível em < <http://www.endocrino.org.br/numeros-da-obesidade-no-brasil/> > Acessado em 12/11/2015, às 16:33.

WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza**. Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 1992.

APÊNDICE

APÊNDICE 11 – DEFINIÇÕES DE CORPO

Termo	Abrangência
Corpo físico Corpo estético Corpo anatômico	Corpo externo, forma física ou forma de apresnetações corporal.
Corpo biológico Corpo anatômico	Corpo em seu funcionamento biológico e anatômico.
Corpo social	Corpo em sua atuação social, atuando em papeis sociais ou formas de expressar individualidades e subjetividades diante as normas sociais.

TABELA CATEGORIAS

CATEGORIA	SUBCATEGORIA
Dieta/Nutrição	Bem-estar Estética Nutrição saudável Fitness
Exercício	Performance física Emagrecimento Saúde
Estética	Tratamentos caseiros Tratamentos Clínicos Cuidados
Atualidades	Novidades Moda Sexo

CAPAS BOA FORMA



Ed. 339



Ed. 340



Ed. 341



Ed. 342

ANEXOS



Ed. 343



Ed. 344



Ed. 345



Ed. 346



Ed. 347



Ed. 348



Ed. 349



Ed. 350

CAPAS WOMEN'S HEALTH



Ed. 75



Ed. 76



Ed. 77



Ed. 78



Ed. 79



Ed. 80



Ed. 81



Ed. 82



Ed. 83



Ed. 84



Ed. 85