



LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO RIO GRANDE DO NORTE

CAMILLA CUNHA DA A. DANTAS
MARIA FERNANDA DE OLIVEIRA ROCHA

MÚSCULO, MÉRITO E MORAL
A PRESCRIÇÃO DA MASCULINIDADE NAS PÁGINAS DA MEN'S HEALTH

NATAL
2025

**CAMILLA CUNHA DA A. DANTAS
MARIA FERNANDA DE OLIVEIRA ROCHA**

MÚSCULO, MÉRITO E MORAL
A PRESCRIÇÃO DA MASCULINIDADE NAS PÁGINAS DA MEN'S HEALTH

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Nutrição do Centro Universitário do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para obtenção do grau de Nutricionista.

Orientador: Prof. Me. Helry Costa da Silva

NATAL
2025

ARTIGO

Muscle, Merit, and Morality: The Prescription of Masculinity in the Pages of Men's Health

Músculo, Mérito e Moral: A prescrição da masculinidade nas páginas da Men's Health

Maria Fernanda de Oliveira Rocha¹

ORCID iD <https://orcid.org/0009-0003-6023-9400>

Camilla Cunha da Apresentação Dantas²

ORCID iD <https://orcid.org/0009-0006-2854-8993>

Helry Costa da Silva²

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-5614-2647>

¹Centro Universitário do Rio Grande do Norte - UNIRN, Discente do Curso de Nutrição, Natal, RN, Brasil. Correspondência para: M.F. ROCHA. E-mail: rochamfernandaro@gmail.com. Telefone: (84) 98853-7206

²Centro Universitário do Rio Grande do Norte - UNIRN, Discente do Curso de Nutrição, Natal, RN, Brasil. E-mail: camillacdantas2408@gmail.com. Telefone: (84) 99405-5224

²Centro Universitário do Rio Grande do Norte - UNIRN, Docente do Curso de Nutrição, Natal, RN, Brasil. E-mail: helry@unirn.edu.br. Telefone: (84) 98102-7522

Abstract

Objective

This study aimed to analyze the meanings attributed to health, the body, and masculinity in the 2015 editions of *Men's Health Brasil* magazine.

Methods

The research used a qualitative approach, based on a semiotic analysis of the magazine covers, in order to understand how visual and discursive representations construct normative ideals of male body and health. The empirical material consisted of twelve issues, analyzed through critical frameworks on body, biopolitics, and masculinities.

Results

The findings show that health is presented as an individual project of continuous improvement, and the body is portrayed as a performative showcase in which personal merit, discipline, and success are visually expressed. The covers reinforce a narrow bodily standard aligned with hegemonic masculinity and the logic of performance.

Conclusion

It is concluded that the magazine operates as a cultural device that reinforces behavioral norms and legitimizes symbolic inequalities, naturalizing discourses that associate health with productivity, consumption, and self-management.

Keywords: Masculinity; Body Image; Men's Health; Mass Media; Self Care

Resumo

Objetivo

Este estudo teve como objetivo analisar os sentidos atribuídos à saúde, ao corpo e à masculinidade nas edições da revista *Men's Health Brasil* publicadas ao longo do ano de 2015.

Métodos

A pesquisa utilizou abordagem qualitativa, com base em análise semiótica das capas da revista, a fim de compreender como as representações visuais e discursivas constroem ideais normativos de corpo e saúde masculina. O material empírico consistiu em doze edições, analisadas à luz de referenciais críticos sobre corpo, biopolítica e masculinidades.

Resultados

Os resultados evidenciam que a saúde é apresentada como um projeto individual de constante aprimoramento, e o corpo é representado como vitrine performática na qual mérito pessoal, disciplina e sucesso são expressos visualmente. As capas reiteram um padrão corporal restrito, alinhado à masculinidade hegemônica e à lógica da performance

Conclusão

Conclui-se que a revista opera como dispositivo cultural que reforça normas de conduta e legitima desigualdades simbólicas, naturalizando discursos que associam saúde a produtividade, consumo e autogestão.

Palavras-chave: Masculinidade; Imagem Corporal; Saúde do Homem; Meios de Comunicação de Massa; Autocuidado

.

INTRODUÇÃO/INTRODUCTION

Nas últimas décadas, a relação entre corpo, saúde e masculinidade tem ocupado um lugar central nas discussões sobre identidade, cultura e políticas de subjetivação. Em um contexto global moldado por valores neoliberais, os sujeitos são interpelados a se responsabilizar integralmente por sua saúde e aparência física, transformando o corpo em um capital simbólico e em vitrine de autogestão, disciplina e produtividade [1,2]. Essa racionalidade individualizante é amplamente reproduzida por mídias de massa, que funcionam como dispositivos de normatização dos corpos e da vida cotidiana, associando sucesso à performance corporal e à capacidade de consumo [3,4].

No caso das masculinidades, esse processo adquire contornos específicos. Modelos tradicionais de virilidade, antes baseados na força física, autoridade e invulnerabilidade emocional, vêm sendo reelaborados por discursos que, embora aparentem flexibilizar tais padrões, frequentemente reafirmam a lógica da performance, do controle e da excelência corporal [5,6]. Nesse cenário, o cuidado com a saúde passa a ser uma obrigação moral e estética, em que o corpo masculino é constantemente vigiado, aperfeiçoado e instrumentalizado.

A revista *Men's Health*, voltada ao público masculino e com grande circulação internacional, tornou-se um dos principais veículos de propagação de ideais hegemônicos de masculinidade. Diversos estudos apontam que suas edições reforçam padrões estéticos excludentes, associam saúde ao mérito individual e reproduzem discursos que medicalizam o cotidiano e mercantilizam o autocuidado [7,8]. A saúde, nesse contexto, deixa de ser um direito coletivo e se torna uma conquista pessoal, dependente de esforço, consumo e disciplina. O corpo, por sua vez, é alçado ao status de símbolo de competência moral, sucesso profissional e adequação social [9].

Apesar do crescente debate sobre saúde do homem e construção das masculinidades, ainda são escassas, no Brasil, as investigações que analisam criticamente os sentidos produzidos por mídias segmentadas para o público masculino. Diante disso, esta pesquisa propõe uma análise crítica das capas da revista *Men's Health Brasil*, publicadas em 2015, com foco nos sentidos atribuídos à saúde, ao corpo e à masculinidade. Ao identificar os discursos centrais que estruturam essas representações, o estudo busca contribuir para a compreensão dos impactos socioculturais desses enunciados na construção das subjetividades masculinas e nas práticas de cuidado em saúde.

MÉTODOS/METHODS

Este estudo caracterizou-se como uma pesquisa qualitativa, de natureza exploratória e caráter descritivo, que utilizou a análise semiótica de Roland Barthes (2009) como referencial metodológico. A investigação teve como objetivo analisar o discurso visual e textual das capas da revista *Men's Health* no ano de 2015, à luz da construção do corpo masculino [10].

O *corpus* do estudo foi composto por 12 edições da revista *Men's Health Brasil*, publicadas entre janeiro e dezembro de 2015. A escolha desse período não foi feita com a intenção de analisar especificamente o ano de 2015, tendo em vista que o ano é de longa data, mas, sim, pela necessidade de reunir um conjunto amplo de capas com marcações temporais claras, de modo a

permitir uma comparação mês a mês, uma vez que a revista teve suas publicações físicas descontinuadas no ano de 2019 no Brasil. Reconhecendo que os padrões de beleza, os modismos alimentares e as tendências de práticas corporais variam ao longo do tempo, optou-se por analisar edições de um único ano, com o objetivo de manter uma unidade cronológica que permitisse observar com mais coesão os discursos predominantes naquele ciclo editorial.

Em relação a abordagem, essa escolha se justifica pelo objetivo do estudo de buscar compreender como os discursos sobre corpo, saúde e masculinidade são visualmente estruturados nas capas de revistas masculinas, utilizando como referencial a revista *Men's Health*. Essa abordagem oferece uma ferramenta eficaz para desvelar as mensagens implícitas e os valores culturais que sustentam a produção dessas imagens, possibilitando ultrapassar a aparência imediata das figuras para alcançar os significados mais profundos que elas comunicam dentro de uma lógica social, econômica e ideológica.

A análise Barthesiana parte de três níveis analíticos: 1) denotativo (o que se vê literalmente); 2) conotativo (valores e significados associados à imagem) e 3) mitológico (ideologias naturalizadas que sustentam o discurso visual) [10]. A análise foi conduzida por meio de ficha analítica construída com base nas categorias da teoria semiótica de Barthes, organizada em três colunas correspondentes aos níveis de leitura das imagens (denotativo, conotativo e mitológico). O material foi examinado manualmente e os dados foram sistematizados em quadro analítico.

Complementarmente, realizou-se uma análise dos elementos gráficos e textuais das capas (organização visual, tipografia, cores, chamadas de capa e promessas de transformação corporal), estruturando-se categorias temáticas a partir de análise de conteúdo [11].

O eixo transversal da análise foi construído com base em referenciais críticos sobre corpo, saúde e neoliberalismo, permitindo identificar os valores e normatividades veiculados pelas capas da revista. Não foi utilizado tratamento estatístico, dado o caráter qualitativo da pesquisa.

RESULTADOS/RESULTS

A análise semiótica das capas da revista *Men's Health Brasil* evidenciou padrões recorrentes na representação do corpo masculino ao longo das doze edições publicadas em 2015. Observou-se a valorização de um corpo definido, jovem, branco e ativo como expressão idealizada de saúde, masculinidade e sucesso, alinhado a ideais de autocontrole, desempenho e produtividade. Tal representação articula o corpo não apenas como resultado de práticas saudáveis, mas como projeto individual, estético e moral, construído sob lógica de investimento contínuo.

Além da literalidade das imagens, os enunciados textuais revelam valores e normatividades mais profundas. Os corpos sarados e padronizados operam como signos de mérito e disciplina, enquanto as chamadas de capa — com verbos de comando como “seque”, “defina”, “detone”, “ganhe” — convocam o leitor à transformação imediata, reforçando a responsabilização individual pela aparência e pela saúde.

A seguir, a sistematização dos resultados em forma de quadro analítico. Os dados dispostos nos Quadros 1, 2 e 3 sintetizam os principais achados desta investigação: desde a leitura semiótica das imagens (Quadro 1), passando pela organização dos elementos gráficos e textuais que compõem a materialidade das capas (Quadro 2), até a identificação de um eixo transversalizador que revela a saúde masculina como performance sob lógica neoliberal (Quadro 3).

Esses elementos, quando articulados, evidenciam o papel da revista como agente ativo na construção de sentidos sobre o corpo e a masculinidade, possibilitando compreender como os discursos desse veículo de comunicação promovem um modelo de masculinidade que exige constante atualização corporal, ocultando fragilidades, apagando pluralidades e reafirmando ideais patriarcais mediados por discursos de consumo, disciplina e produtividade. Assim, a *Men's Health* não apenas reflete padrões culturais, mas atua como agente ativo na construção de sentidos sobre o corpo e o ser homem no contemporâneo.

Quadro 1 – Análise semiótica das capas da revista *Men's Health* (janeiro a dezembro de 2015)

Mês	Nível Denotativo	Nível Conotativo (Símbolos/Códigos)	Nível Mitológico (Ideologias Naturalizadas)
Janeiro	Homem branco, sem camisa, em pé, sorridente, com abdômen definido, short azul, molhado, na praia.	Corpo como resultado de disciplina e prazer. Leveza e segurança corporal associadas ao verão.	O mar como metáfora de purificação e renascimento corporal no início do ano. Naturalização do corpo sarado como símbolo de felicidade e mérito pessoal.
Fevereiro	Homem branco, camiseta justa, braços cruzados em destaque. Sorriso discreto.	Ênfase nos braços e no autocontrole; masculinidade contida, mas poderosa.	Saúde como extensão do sucesso midiático e autocontrole como atributo masculino. A força física é tratada como virtude central da masculinidade.
Março	Homem branco, sem camisa, abdômen em evidência, mãos nos bolsos.	Casualidade performada, esforço mascarado como naturalidade	Corpo como promessa de prazer e sucesso, masculinidade moldada pela disciplina. O corpo perfeito é apresentado como natural, mascarando os processos disciplinares por trás dele.
Abril	Homem branco, sem camisa, sorridente, levemente de lado.	Corpo definido como acessível, desejável e amigável	A saúde como algo "acessível" a todos que se dedicam – narrativa meritocrática. Saúde e beleza física tornam-se imperativos sociais, associados ao sucesso interpessoal.
Maió	Homem branco, com camiseta escura, braços visivelmente musculosos, sorriso confiante.	Apelo à masculinidade madura, estável; virilidade não depende da nudez total	O corpo útil e eficiente é resultado da racionalidade e do consumo correto. Ideia de masculinidade sólida e viril mesmo sem nudez, reforçando poder e estabilidade.
Junho	Homem branco, sem camisa, calça jeans, sorridente, com braços definidos.	Corpo naturalizado; jeans indica informalidade com sensualidade evidente.	O corpo saudável é símbolo de uma masculinidade "natural", desejável e produtiva. A masculinidade é vendida como simples e acessível, mas condicionada à estética corporal rígida.
Julho	Homem branco, sem camisa, abdômen definido, sorriso aberto, fundo branco.	Clareza e ausência de cenário reforçam o corpo como mensagem central	O corpo como marca pessoal: símbolo de sucesso profissional e disciplina.

Agosto	Homem branco, camiseta cinza, braços musculosos, riso amplo.	Simpatia + força; masculinidade equilibrada entre afeto e potência	Corpo funcional = homem moderno equilibrado entre força e controle. A masculinidade contemporânea combina afeto e potência, mas ainda sob rigor corporal.
Setembro	Homem branco, sem camisa, expressão confiante, jeans.	Imagem de maturidade jovem e virilidade ativa	O ideal de saúde se estende à velhice: envelhecimento saudável e produtivo. Ao mesmo tempo, a juventude é idealizada como parte essencial do "bom homem".
Outubro	Homem branco, sem camisa, com leve sorriso e abdômen proeminente.	Casualidade com alta exigência estética, informalidade meticulosamente encenada.	Masculinidade como superação constante: corpo como campo de batalha. A naturalização da performance corporal esconde o trabalho de manutenção constante.
Novembro	Homem branco, sem camisa, corpo definido, calça jeans escura.	Jeans reforça a "universalidade" do corpo masculino como produto acessível	Corpo como instrumento de liderança e autocontrole masculino. O corpo é como cartão de visita da masculinidade, assim a estética é tratada como identidade.
Dezembro	Homem branco, sem camisa, abdômen extremamente marcado, rindo, molhado, em cenário de praia.	Corpo como sensualidade, lazer e conquista. Verão como cenário ideal de exibição	O corpo ideal é recompensado com liberdade e lazer – saúde como conquista final. Corpo ideal como promessa de sucesso social e afetivo. O verão exige máxima performance estética.

Quadro 2 – Análise gráfica e textual das capas da *Men's Health Brasil* (2015), por edição

Mês	Organização Visual	Tipografia e Cores	Chamadas de Capa	Promessas de Transformação Corporal	Relação com a Alimentação
Janeiro	Corpo centralizado, rosto em destaque; fundo neutro; composição limpa.	Vermelho, amarelo e branco. Contraste forte.	"Seque 4kg em 1 mês"; "2 treinos para fazer em qualquer lugar".	Perda de peso rápida, soluções instantâneas.	Alimentação invisibilizada; foco total em exercícios e resultados rápidos.
Fevereiro	Corpo na lateral direita; rosto e braço em destaque.	Azul, preto e vermelho.	"Braços fortes já: plano de 1 mês + menu"; "Shape definido: alimentação + treino + disciplina".	Ênfase na hipertrofia localizada.	Presença de plano alimentar aliado ao treino como estratégia de ganho de massa.
Março	Corpo central, abdômen proeminente; simetria visual.	Preto, vermelho e azul. Fundo marinho.	"Fique sarado rápido!"; "2 treinos + 2 menus"; "13 maneiras de preparar ovos".	Sarar o corpo, foco em abdômen.	Dieta prática e rica em proteínas, como ovos, com ênfase na agilidade e definição. Menus como parte de uma estratégia estética.
Abril	Corpo centralizado; luz lateral realçando músculos.	Vermelho e amarelo, fontes grandes e imperativas.	"Detone 4kg em 28 dias"; "A fórmula da barriga tanquinho"; "Táticas e cardápios para emagrecer na boa"; "4 planos aeróbicos que secam o shape"; "dá-lhe porco! A carne é saborosa e saudável"; "Combinações	Queima de gordura localizada.	Uso estratégico de alimentos (porco, combinações específicas) e cardápios para emagrecer com prazer.

			de alimentos que turbinam os músculos”.		
Maio	Pose contida, fundo escuro; corpo parcialmente coberto.	Tipografia elegante; cores sóbrias.	“Ganhe costas largas”; “O plano para ter o shape em V”; “Whey sem erro! Tire as dúvidas sobre o suplemento e turbine os músculos”; “24 sacadas para engrenar de vez no treino”, “Defina o tanque! 6 exercícios inovadores para trincar abdome”.	Fortalecimento postural e estético.	Ênfase em suplementação (whey), sem detalhar refeições; alimentação como apoio técnico.
Junho	Corpo todo visível, pose informal.	Azul e vermelho.	"Defina o shape! Queime gordura e ganhe músculos com 30 min de treino"; “Carne dentro de casa com pegada de churrasco”; “Tiro, ritmo, longo, velocidade planos para virar fera na corrida”; “Por que vale a pena apostar nos orgânicos?”	Definição corporal como meta de vida.	Valorização de escolhas alimentares prazerosas (carne, churrasco) e saudáveis (orgânicos).
Julho	Corpo totalmente em evidência; fundo limpo.	Branco, azul e amarelo.	"detone gordura"; “29 táticas para secar na boa”; “Construa seu tanque! 8 exercícios + menu para definir o abdome”. “101 alimentos saudáveis e práticos, direto do supermercado”	Queima de gordura + otimização do tempo.	Oferta de soluções alimentares acessíveis, práticas e rápidas.
Agosto	Camiseta, destaque para braços e sorriso.	Azul e branco; tipografia menor.	“Sarado em 90 dias. Perca peso, ganhe massa e defina os músculos”; “Derrubamos os mitos sobre a cerveja”; “Turbine o shape treinando com o peso do corpo”; “Proteína fácil: 27 jeitos de fazer frango”; “Os alimentos que mais causam alergia”	Transformação gradual com auxílio da alimentação.	Educação alimentar e desmistificação (cerveja, alergênicos), com foco na proteína.
Setembro	Corpo em jeans, informal; fundo branco.	Vermelho predominante.	"Fique forte já! Plano completo para aumentar os músculos (antes do verão!)” “perca barriga com treino de 12 minutos”; “17 estratégias de nutrição para melhor desempenho no exercício”; “Hamburguer: O guia para fazer o lanche perfeito”.	Força como objetivo imediato.	Alimentação como potencializadora da força (nutrição estratégica, alimentos “permitidos” como hambúrguer).
Outubro	Corpo destacado, jeans e expressão leve.	Azul e amarelo; verbos no imperativo.	"Defina o shape em 30 dias"; “Treino e cardápio para ganhar músculos e queimar gordura”; “Além da batata-doce: opções de carbo com receitas fáceis”.	Corpo como ponte para prazer e autoestima.	Nutrição prática com substituições criativas e saborosas; presença de cardápio.
Novembro	Roupa justa, fundo neutro; sorriso leve.	Cores quentes (vermelho/laranja).	"Seque 4kg em 1 mês"; "Corrida: 5 planos desafiadores que elevam sua performance”; “Ganhe massa com uma rotina de 100 repetições”; “Testosterona: Turbine o hormônio e aumente os	Perda de peso e performance atlética.	Alimentação como suporte hormonal e de desempenho físico.

			músculos, a disposição e a saúde".		
Dezembro	Corpo molhado, praia; sorriso e leveza.	Azul e verde – cores de verão.	"Bate e pronto: receitas de liquidificador"; "Peixes: os tipos certos para cada preparo"; "Abdome sarado em 4 semanas"; "Emagreça com saúde: o treino do cara que perdeu 16kg depois de um aneurisma".	Corpo como símbolo de prazer, liberdade e pertencimento.	Valorização de refeições leves, práticas e saudáveis; protagonismo da alimentação cotidiana.

Quadro 3 – Eixo transversalizador: “Corpo como performance de saúde sob lógica neoliberal”

As edições da revista *Men's Health* de 2015 constroem uma narrativa em que a saúde masculina está submetida à lógica da performance e do autocontrole. A imagem corporal ideal funciona como símbolo de eficiência, disciplina e sucesso individual.

Eixo transversalizador	Eixo interpretativo	Descrição
Corpo como performance de saúde sob lógica neoliberal	Saúde como responsabilidade individual	A construção do corpo ideal é tratada como resultado exclusivo de escolhas pessoais, como treino, suplementação e alimentação regrada.
	Corpo como capital simbólico	A musculatura e a definição corporal tornam-se indicadores de valor moral, competência, produtividade e sucesso social.
	Narrativas meritocráticas	Histórias de superação (ex-obesos, ex-sedentários) aparecem como exemplos de esforço recompensado, ignorando desigualdades estruturais.
	Masculinidade normativa	O corpo saudável é sempre jovem, heterossexual, atlético e ativo sexualmente. Elementos como carne, músculo, sexo e suor compõem a performance da virilidade.
	Consumo como cuidado	O sujeito saudável é também um consumidor disciplinado de suplementos, planos alimentares e programas de treino. A saúde vira mercadoria.

Esses quadros reforçam a tese de que as capas analisadas operam como dispositivos simbólicos que reforçam a idealização do corpo masculino dentro dos parâmetros da masculinidade hegemônica contemporânea, associando saúde a estética, disciplina e consumo. Assim, a revista atua como produtora e reprodutora de sentidos, reforçando o corpo masculino como palco de uma saúde performática e individualizada, sob os moldes do neoliberalismo contemporâneo.

A análise permitiu identificar que o discurso visual da revista associa saúde à aparência corporal e à disciplina individual. O corpo masculino é reiteradamente representado como um projeto pessoal de sucesso, subordinado a valores neoliberais de autogerenciamento, produtividade e consumo. A musculatura visível, a expressão de autocontrole e o uso de elementos naturais (mar, sol, carne, suor) compõem uma narrativa em que o corpo se torna capital simbólico e instrumento de reconhecimento social.

A seguir, estão disponibilizadas todas as 12 edições das revistas utilizadas para a análise.

Figura 1 – Capas de revistas *Men's Health* com chamadas de transformação corporal e estratégias alimentares



Fonte: Acervo pessoal/Elaboração dos autores (montagem).

DISCUSSÃO/DISCUSSION

A análise das capas de revista *Men's Health* Brasil evidencia que o corpo masculino, longe de ser apenas uma representação estética, é constantemente mobilizado como um campo simbólico de valores, expectativas sociais e imperativos de conduta. As chamadas, imagens e promessas de transformação expressam mais do que orientações sobre saúde ou bem-estar: revelam a presença de discursos normativos que operam sobre o corpo como forma de [12,13]. Nesse contexto, o corpo torna-se um projeto a ser continuamente aprimorado, consumido e exibido, em conformidade com padrões hegemônicos de masculinidade, produtividade e sucesso [14,15].

A leitura crítica das capas de revistas voltadas ao público masculino permite identificar a presença de um **eixo transversalizador** que estrutura os discursos sobre o corpo: a ideia do **corpo como performance de saúde sob a lógica neoliberal**. Trata-se de uma construção que associa saúde, estética e disciplina corporal a valores como produtividade, responsabilidade individual e consumo consciente. Nesse cenário, o corpo deixa de ser apenas biológico para se tornar um projeto moral, simbólico e mercadológico.

Para compreender melhor essa ideia, foram identificados cinco eixos interpretativos que estruturam o imaginário corporal, de nutrição e de saúde presente nas capas: **1) saúde como responsabilidade individual; 2) corpo como capital simbólico; 3) narrativas meritocráticas; 4) masculinidade normativa; e 5) consumo como cuidado.**

1. Saúde como responsabilidade individual

Historicamente, a saúde foi concebida como um bem coletivo, cujo cuidado e promoção envolviam a atuação do Estado, das comunidades e das políticas públicas. No entanto, a partir da década de 1990, com o avanço de modelos neoliberais de gestão da vida, houve uma transição significativa da noção de saúde coletiva para uma responsabilização crescente do indivíduo por sua própria condição de saúde [16,17]. Essa mudança é acompanhada por discursos que colocam o sujeito na governança de si, de sua identidade e de seu corpo — especialmente no que se refere ao autocuidado, à prevenção de doenças e à busca por estilos de vida saudáveis [18].

Esse deslocamento conceitual já havia sido antecipado por Crawford em seu artigo intitulado *Healthism and the medicalization of everyday life*¹ que propõe o termo *healthism (saudismo)*, uma ideologia que transfere para o indivíduo o peso moral de sua saúde, associando o bem-estar não apenas à ausência de doença, mas a um projeto contínuo de aperfeiçoamento corporal e disciplinamento comportamental [19]. O autor argumenta que o discurso da saúde passa a ocupar o centro da vida cotidiana, sendo medicalizado e internalizado como responsabilidade ética individual, deslocando o foco da saúde pública para práticas pessoais intensificadas de autocuidado [19].

No contexto brasileiro, políticas como a Política Nacional de Promoção da Saúde (PNPS) e a Política Nacional de Atenção Básica (PNAB) [20] têm destacado a importância da autonomia, do autocuidado assistido e da corresponsabilidade como princípios norteadores da atenção em saúde. Embora essas políticas reconheçam a relevância do apoio institucional e da atuação interdisciplinar, seus discursos também contribuem para reforçar a ideia de que o indivíduo deve ser protagonista na construção de sua saúde — processo que vem sendo apropriado por práticas midiáticas e mercadológicas que individualizam as causas do adoecimento [21].

Essa racionalidade aparece de forma explícita nas capas da revista *Men's Health Brasil*, conforme demonstrado na análise das 12 edições investigadas, em que o corpo saudável e musculoso é apresentado como resultado direto da disciplina, da força de vontade e da dedicação pessoal. Em praticamente todas as edições, observa-se a repetição de comandos imperativos como “detone 4 kg em 28 dias”, “perca barriga com treino de 12 minutos”, ou “seja, mais forte e mais magro comendo mais” — expressões que constroem a ideia de que a saúde corporal é fruto exclusivo da autogestão eficiente e do esforço individual.

O conteúdo das edições reforça que alcançar o “corpo ideal” depende de uma série de ações moralizadas, como fazer boas escolhas alimentares, manter uma rotina de exercícios e ter disciplina ininterrupta. Nas seções dedicadas à alimentação, foi comum encontrar, nos conteúdos das chamadas, instruções sobre o que comer “para queimar gordura” ou “para ganhar músculos”, reforçando a ideia de que a saúde se constrói por meio da capacidade do sujeito de seguir padrões

¹ Em tradução para o português: Saudismo e a medicalização da vida cotidiana.

de comportamento rigorosos e autocentrados — o que reforça o discurso de culpabilização individual do fracasso corporal.

Esse cenário já havia sido apontado em um estudo anterior pelo pesquisador Paul Crawshaw [8], que também tinha como corpus de pesquisa a revista *Men's Health*. O autor mostra que a revista opera como um dispositivo de disciplinamento do corpo masculino, promovendo uma subjetividade baseada na autogestão, na vigilância permanente de si e na responsabilização individual pela saúde, em consonância com a atual racionalidade neoliberal de nossa sociedade. De acordo com Crawshaw, trata-se da constituição do “cidadão saudável masculino”, cujo valor moral está associado à sua capacidade de gerir riscos, controlar desejos e se manter produtivo. Nesse cenário, a saúde não é mais uma questão de direitos sociais, mas um dever do sujeito com seu próprio corpo e com a sociedade [8].

Em sua dissertação de Mestrado, Chahal [23] complementa essa análise ao apontar que o fracasso em atingir os padrões esperados de saúde e corpo ideal é interpretado não como um reflexo das desigualdades sociais, mas como sinal de preguiça, indisciplina ou fraqueza moral. O homem saudável, na lógica midiática, é aquele que se autogere e se autopolicia. Assim, vivemos na era da responsabilidade individual radicalizada, na qual os sujeitos são compelidos a buscar incessantemente a melhor versão de si mesmos, não apenas para viver mais, mas para performar melhor — no trabalho, na vida afetiva e na sociedade.

O estudo de Cook, Fallon e O'Reilly [23], ao analisar os conselhos alimentares promovidos pela revista *Men's Health*, chega a conclusões semelhantes. Os autores identificam que os conteúdos alimentares são estruturados em torno da busca pela musculatura e magreza — ideal que se apresenta como possível para qualquer homem “disciplinado o suficiente”, o que reforça a naturalização da meritocracia corporal. Comer certo, treinar certo e agir certo passam a configurar um “cuidado de si” que é, na verdade, vigilância constante do corpo e adequação às normas de performance física e estética.

Essa individualização do cuidado é parte de um projeto mais amplo de racionalidade biopolítica, que transfere a responsabilidade do coletivo para o indivíduo e transforma a saúde em um capital corporal a ser constantemente atualizado. Como reflexo, o corpo se torna um projeto permanente, moldado pela vigilância, pelo esforço pessoal e pelo consumo de bens e serviços voltados ao “cuidado de si” — um cuidado que, paradoxalmente, está menos vinculado ao bem-estar subjetivo e mais ao desempenho e à visibilidade [25].

Ao reforçar a ideia de que a saúde é um reflexo direto do mérito pessoal e da disciplina cotidiana, a revista *Men's Health* Brasil não apenas divulga informações sobre alimentação, exercícios e estética corporal — ela também atua como dispositivo cultural de conformação de condutas. Com isso, contribui para a consolidação de uma cultura no qual os corpos passam a expressar, antes de tudo, um valor moral.

2. Corpo como capital simbólico

Na lógica neoliberal contemporânea, o corpo não é apenas uma entidade biológica ou estética: ele se converte em um **capital simbólico**, ou seja, um marcador de valor, competência, disciplina e distinção social. Inspirado nas formulações de Pierre Bourdieu [12], o conceito de capital simbólico permite compreender como certos atributos corporais — como a musculatura definida, o abdômen marcado ou a aparência jovial — funcionam como formas de reconhecimento social e autoridade moral, especialmente em contextos masculinizados.

De modo geral, revistas masculinas de saúde veiculam modelos de cuidado alinhados à racionalidade neoliberal, nos quais os homens são representados como “cidadãos ativos e empreendedores, capazes de manter sua própria saúde e bem-estar por meio da gestão criteriosa de riscos” [8]. Seguindo nessa mesma direção, a revista *Men’s Health Brasil* se apresenta como um dos principais veículos de reprodução dessa lógica, na medida em que associa, de forma sistemática, o corpo sarado a ideias de sucesso, produtividade e autossuficiência. Nas edições analisadas, por exemplo, os homens das capas são invariavelmente retratados com peitorais definidos, braços volumosos e abdômens trincados — características que, além de comporem um padrão estético normativo, funcionam como marcadores visuais de excelência e autocontrole. Além disso, essas imagens são acompanhadas por chamadas como “o treino definitivo para o shape ideal” ou “o corpo que todo homem deseja”, reforçando, assim, a noção de que esse corpo não é meramente expressão da saúde, mas, sobretudo, uma “vitrine” de competências, mérito individual e status social.

Esse discurso midiático sustenta o que Gill denomina de “masculinidade neoliberal pós-feminista”, na qual o corpo se torna o principal local de investimento simbólico e moral [26,15]. Diferentemente de discursos tradicionais centrados na força ou na virilidade natural, a masculinidade performada na *Men’s Health Brasil* depende do esforço contínuo, da disciplina e de uma alimentação equilibrada, baseada em um consumo regrado e “correto” de determinados alimentos ou dietas. O corpo idealizado, assim, não apenas expressa, mas também, legitima uma posição social hierarquizada — os bem-sucedidos são os que conseguiram controlar seus corpos e, por extensão, suas vidas.

Essa representação ecoa o que Bordo chamou de “corpo como vitrine de sucesso”, no qual o autocontrole físico se torna indício de controle emocional, racionalidade e capacidade de liderança — qualidades culturalmente associadas ao ideal masculino hegemônico [27]. Não basta estar saudável: é preciso parecer saudável, performar a saúde em um corpo visível, eficiente e desejável. Como apontam Cook, Fallon e O’Reilly, os conselhos alimentares e de estilo de vida da revista visam não tanto ao bem-estar, mas à construção de um corpo esteticamente valorizado como símbolo de status [25].

Tal associação entre corpo e valor é reforçada por narrativas que ligam diretamente o físico ao êxito profissional, social e afetivo. Em diversas edições, aparecem relatos de transformação corporal como forma de superação e ascensão social, além de matérias que ensinam “como parecer mais confiante com o corpo certo” ou “como o shape impacta na sua carreira e relacionamentos”.

O corpo, nesses casos, opera como moeda de troca simbólica — um capital a ser acumulado, exibido e valorizado no mercado social.

A repetição sistemática desse modelo corporal nas edições brasileiras da revista exclui outras formas possíveis de vivenciar a masculinidade, apagando a diversidade de corpos, vivências e realidades. Como observam Gill, Henwood e McLean, há uma padronização estética do homem ideal, que se torna não apenas normativa, mas coercitiva [28]. O corpo gordo, por exemplo, é representado como símbolo de fracasso, preguiça ou fraqueza moral — reforçando estigmas sociais e promovendo o que Saguy e Almeling chamam de “estetização da moralidade” [29].

Chahal aprofunda esse argumento ao mostrar que o corpo ideal nas revistas masculinas é construído como algo conquistado exclusivamente por mérito, esforço e autocontrole — invisibilizando os condicionantes sociais, raciais e econômicos que determinam o acesso a práticas saudáveis e à conformidade com padrões estéticos. Trata-se, portanto, da construção de uma estética meritocrática da masculinidade [22].

Dessa forma, as edições da *Men's Health* Brasil não apenas divulgam informações sobre nutrição ou exercícios físicos: elas constroem uma “cartografia simbólica do corpo masculino ideal”, promovendo um modelo único de saúde, beleza e valor social. Esse corpo se torna um investimento constante, uma mercadoria a ser lapidada e um símbolo de sucesso moral — moldado não por necessidades subjetivas de bem-estar, mas pelas exigências de uma sociedade do desempenho e da visibilidade.

Ao instituir esse corpo como ideal a ser atingido, a revista contribui para a disseminação de uma cultura da comparação, da vigilância e da autoavaliação constante — fatores que impactam não apenas os comportamentos, mas também a autoestima e o sofrimento psíquico de muitos homens.

3. Narrativas meritocráticas

A ideia de que o sucesso é resultado direto do esforço individual é um dos pilares do imaginário meritocrático, amplamente disseminado nos discursos neoliberais. No campo da saúde e da construção corporal, essa lógica se manifesta por meio da valorização de condutas como disciplina, persistência e autossuperação — características que transformam o corpo em um índice visível de mérito pessoal. Esse discurso desconsidera, no entanto, os condicionantes sociais, econômicos e culturais que atravessam a possibilidade de adesão aos padrões idealizados de saúde e estética.

Dessa forma, as edições analisadas da *Men's Health* Brasil reforçam esse imaginário de modo contundente. Todas as 12 edições da revista propõem que alcançar o corpo ideal — magro, definido e musculoso — depende unicamente do empenho individual. Frases como “emagreça com treino e alimentação certos”, “vença a si mesmo” ou “construa o shape dos seus sonhos com dedicação” são recorrentes, promovendo uma retórica em que o sucesso corporal é sempre fruto do esforço, e o fracasso, sinônimo de preguiça, falta de foco ou incapacidade moral.

Essa lógica sustenta o que Ehrenreich e Hochschild identificam como “psicologia do desempenho”, em que a positividade, a perseverança e a autorresponsabilidade tornam-se não apenas estratégias individuais, mas exigências normativas [30]. Na revista, os depoimentos de transformação física operam como “metáforas da meritocracia”: homens que perderam “16kg depois de um aneurisma” ou que ficaram “sarado em 90 dias” são apresentados como exemplos de sucesso moral, apagando desigualdades estruturais e promovendo um ideal de superação constante.

Cook, Fallon e O’Reilly já haviam apontado que as matérias da *Men’s Health* frequentemente oferecem conselhos alimentares e de estilo de vida com tom imperativo e prescritivo, reforçando a noção de que há um caminho correto e universal para alcançar o corpo ideal [25]. Essa padronização de condutas é um elemento central das narrativas meritocráticas, pois naturaliza um único modelo de sucesso e atribui ao sujeito a responsabilidade total por atingi-lo ou fracassar.

O problema é que, como argumenta Chahal [22], essa meritocracia corporal desconsidera as desigualdades materiais e simbólicas que dificultam o acesso aos recursos necessários para cumprir tais exigências — como tempo, dinheiro, segurança alimentar, acesso à informação qualificada e condições emocionais. Ao ocultar essas variáveis, a narrativa meritocrática legitima a culpabilização do indivíduo, promovendo o que Gill e Orgad [31] denominam “*cruel optimism*” — a promessa de que todos podem alcançar o ideal, quando, na prática, essa possibilidade é acessível apenas a uma minoria privilegiada.

Além disso, as narrativas meritocráticas presentes nas revistas da *Men’s Health* não apenas silenciam desigualdades, mas também produzem efeitos psíquicos relevantes. O culto à performance e à constante autossuperação leva à construção de subjetividades baseadas em culpa, frustração e insuficiência. O sujeito é interpelado o tempo inteiro a “dar conta de si”, e qualquer desvio da norma — seja engordar, adoecer, descansar ou não ter resultados visíveis — é lido como fracasso pessoal.

Nas edições brasileiras analisadas, a associação entre sucesso corporal e valor moral aparece de forma reiterada, inclusive nos próprios títulos das reportagens. Em uma das edições, o leitor é desafiado a “superar seus limites” com o mesmo treino do ator de um filme de ação, sugerindo que o corpo esculpido da celebridade é acessível a qualquer um que se “esforce o suficiente”. Esse tipo de narrativa reforça o modelo de masculinidade performática, que valoriza a força, a resiliência e a superação, em detrimento de outras formas possíveis de cuidado e bem-estar.

Dessa forma, a *Men’s Health* Brasil atua não apenas como uma revista de saúde e fitness, mas como um agente ativo na produção e legitimação de um imaginário meritocrático do corpo masculino. Seu discurso contribui para naturalizar desigualdades, transformar padrões estéticos em obrigações morais e consolidar um modelo de masculinidade pautado na produtividade, no autocontrole e na negação da vulnerabilidade.

4. Masculinidade normativa

A masculinidade retratada nas edições da *Men's Health* Brasil é marcada por um padrão normativo que articula força física, controle emocional, heterossexualidade compulsória e êxito performático. Trata-se daquilo que Connell [14] denomina masculinidade hegemônica, um modelo de virilidade idealizada que se impõe como referência dominante, ainda que seja acessível a poucos. Esse ideal, amplamente promovido por revistas como a *Men's Health*, exclui e silencia outras formas possíveis de ser homem — especialmente aquelas associadas à fragilidade, à não-branquitude, à dissidência sexual ou ao não alinhamento com os padrões estéticos dominantes.

A análise das 12 edições da revista revela um padrão persistente: os corpos retratados são quase sempre brancos, jovens, heterossexuais e hipermusculosos. Não há representações de corpos gordos, com deficiência, racializados ou dissidentes de gênero. Essa homogeneização da imagem do “homem ideal” não apenas exclui, mas também hierarquiza masculinidades, promovendo uma lógica de valorização simbólica em que apenas certos corpos e subjetividades são legitimadas como saudáveis, produtivos e desejáveis.

Como observa Oliveira [32], o corpo masculino na mídia fitness é construído como território de afirmação da heteronormatividade e do autocontrole, em que qualquer sinal de vulnerabilidade é reprimido ou patologizado. A sexualidade dos homens retratados, ainda que raramente explicitada, é sempre pressuposta como heterossexual, reforçando o ideal de virilidade normativa e apagando experiências LGBTQIA+.

Crawshaw [8] argumenta que a *Men's Health* atua como um dispositivo de disciplinamento, promovendo um tipo específico de “cidadão saudável masculino” — aquele que é autônomo, viril, competitivo e vigilante de si mesmo. Esse modelo normativo vincula masculinidade à performance corporal, à produtividade e à recusa da fragilidade, dificultando a abertura para formas de cuidado mais afetivas, relacionais e coletivas.

Essa perspectiva é reforçada pelos discursos da revista, que apresentam o cuidado com o corpo como prática solitária, racionalizada e orientada por metas. Práticas como a musculação, o controle alimentar e os treinos de alto rendimento são tratados como rituais de construção da masculinidade, em oposição a outras formas de cuidado tidas como femininas, como a escuta emocional, a sensibilidade ou a busca por apoio psicológico.

Além disso, a linguagem das reportagens reforça a associação entre masculinidade e combate. Termos como “detone”, “supere”, “resista” ou “vença” são recorrentes e configuram uma narrativa que aproxima o corpo do campo de batalha — um território a ser conquistado, vencido e dominado. Nessa lógica, o homem é interpelado como guerreiro, e não como sujeito vulnerável. Como destaca Gill [26], essa linguagem bélica e performática reitera o ideal do “novo homem neoliberal”, que deve ser, ao mesmo tempo, emocionalmente aberto e fisicamente imbatível.

Portanto, ao promover um modelo homogêneo e normativo de masculinidade, a *Men's Health* Brasil atua não apenas como veículo informativo, mas como dispositivo regulador dos modos de ser homem na contemporaneidade. Seu discurso contribui para a manutenção de desigualdades

de gênero, raça e classe, ao silenciar corpos dissidentes e ao reforçar um ideal de homem que é, na prática, excludente, inatingível e moralmente coercitivo.

5. Consumo como cuidado

No contexto neoliberal contemporâneo, o cuidado com o corpo e a saúde é cada vez mais mediado por práticas de consumo. A racionalidade biopolítica que rege os discursos sobre saúde promove a ideia de que cuidar de si implica consumir os produtos, serviços e tecnologias “adequados” — sejam eles suplementos alimentares, roupas esportivas, planos de treino, aplicativos ou dietas específicas. A saúde, nesse sentido, se converte em um projeto individual de investimento permanente, que exige capital financeiro, tempo e atenção constante.

As edições da *Men's Health* Brasil analisadas evidenciam com clareza esse processo de mercantilização do cuidado. Em praticamente todas as edições, há seções voltadas à prescrição de produtos, suplementos e gadgets, com sugestões de marcas específicas e linguagem que aproxima o consumo de itens fitness da conquista de status, performance e autovalorização. Frases como “o suplemento ideal para o seu novo shape” ou “os gadgets que vão turbinar sua saúde” reforçam a ideia de que o bem-estar pode — e deve — ser adquirido por meio do consumo estratégico.

Esse modelo está em consonância com o que Rose [33] define como “economia política da vitalidade”, na qual o sujeito é convocado a agir continuamente sobre si mesmo por meio de técnicas de modulação corporal e emocional, muitas delas mediadas pelo mercado. O autocuidado, antes compreendido como prática relacional e coletiva, passa a ser entendido como um investimento individual voltado ao aprimoramento contínuo da performance, da estética e da produtividade.

Nesse sentido, cuidar de si não é mais uma escolha ética ou existencial, mas uma obrigação moral neoliberal. O sujeito saudável é aquele que consome responsabilmente os bens corretos, na hora certa e com os objetivos certos. Esse consumo, no entanto, é altamente classista, pois depende de acesso econômico e cultural que está longe de ser universal. Ao associar saúde e bem-estar ao consumo de produtos específicos, a revista contribui para aprofundar desigualdades e reforçar a exclusão simbólica de sujeitos que não podem ou não desejam aderir a esse modelo.

O trabalho de Cook, Fallon e O'Reilly [25] já havia alertado para esse fenômeno ao analisar as seções de nutrição da *Men's Health*: segundo os autores, os conselhos alimentares frequentemente estão atrelados a marcas, suplementos e estratégias de manipulação corporal que reforçam a ideia de que o consumo é o caminho mais eficiente — senão o único — para se alcançar o corpo ideal. A revista, assim, se posiciona simultaneamente como guia de saúde e vitrine de consumo, naturalizando a lógica de que ser saudável é, acima de tudo, consumir certo.

Gill e Orgad [31] também observam esse fenômeno em seu estudo sobre a cultura da confiança e autoestima, na qual o bem-estar passa a ser tratado como algo disponível a partir da aquisição de produtos específicos — e o corpo se torna um projeto de branding pessoal, um investimento que deve render status, admiração e sucesso social.

Nas edições brasileiras, esse discurso se entrelaça com os outros eixos analisados: o consumo é apresentado como extensão da responsabilidade individual, como via de acesso ao corpo meritocrático e como condição de entrada na masculinidade hegemônica. O homem que não consome, não se cuida. E o que não se cuida, falha consigo mesmo e com a sociedade. Dessa forma, o cuidado de si se transforma em consumo de si, em uma lógica que substitui o bem-estar subjetivo por performance, visibilidade e adequação aos padrões dominantes.

Por fim, é importante destacar que esse modelo também opera como forma de medicalização do cotidiano, conceito discutido por Conrad [34] ao analisar como experiências comuns da vida passaram a ser tratadas como condições médicas. Produtos como vitaminas, chás detox, alimentos funcionais e suplementos são apresentados não como complementos, mas como necessidades fisiológicas — ampliando a fronteira entre o saudável e o doente e reforçando uma visão de corpo como máquina a ser constantemente otimizada. Trata-se de uma nova forma de normatização da vida cotidiana, em que o cuidado não é sinônimo de pausa, escuta ou introspecção, mas de ação constante e investimento material contínuo.

CONCLUSÃO/CONCLUSION

Por meio de análise semiótica e de conteúdo aplicada às capas da revista Men's Health de 2015, esta pesquisa teve como objetivo analisar os sentidos atribuídos à saúde, ao corpo e à masculinidade nas edições da revista. A análise demonstrou que a revista opera como um veículo central na produção e reprodução de discursos que naturalizam a autogestão corporal, a idealização da performance física e a normatização de um modelo restrito de masculinidade.

Os resultados evidenciam que a saúde é apresentada como um projeto individual de constante aprimoramento; por sua vez, o corpo é visto como uma vitrine performática em que o mérito pessoal é a chave central que orienta esses sujeitos, ou seja, a saúde do corpo é uma prática essencial de cuidado. Essas construções discursivas contribuem para a consolidação de um modelo hegemônico de “homem saudável”, reforçando padrões excludentes e invisibilizando as dimensões sociais, culturais e coletivas do cuidado em saúde.

Como forma de continuidade, sugere-se que estudos futuros explorem os impactos subjetivos desses discursos na vida cotidiana dos leitores/consumidores da revista, especialmente em grupos com masculinidades dissidentes, além de uma análise que leve em consideração as interseccionalidades como raça, gênero, classe social, orientação sexual e deficiência. Também se recomenda a ampliação da análise para outras mídias e públicos, com foco na diversidade de corpos, identidades e experiências com a saúde.

A investigação de práticas alternativas de cuidado e resistência a esses modelos midiáticos pode oferecer contribuições importantes para políticas públicas mais inclusivas e sensíveis às múltiplas formas de viver o corpo e a masculinidade.

REFERÊNCIAS

1. Foucault M. *O nascimento da biopolítica: curso no Collège de France (1978-1979)*. São Paulo: Martins Fontes; 2008.
2. Bauman Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; 2008.
3. Sibilia P. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; 2008.
4. Rose N. *Powers of freedom: reframing political thought*. Cambridge: Cambridge University Press; 1999.
5. Connell RW, Messerschmidt JW. Hegemonic masculinity: rethinking the concept. *Gender & Society*. 2005;19(6):829–859.
6. Kimmel MS. *Guyland: the perilous world where boys become men*. New York: Harper; 2008.
7. Cook B, Rutland D, Cooper-Stanton M. Dietary advice for muscularity, leanness and weight control in *Men's Health* magazine: a content analysis. *Public Health Nutr*. 2014;17(12):2841–2848. <https://doi.org/10.1017/S1368980013003097>
8. Crawshaw P. Governing the healthy male citizen: men, masculinity and popular health in *Men's Health* magazine. *Soc Sci Med*. 2007;65(8):1606–1618. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2007.05.034>
9. Gill R, Henwood K, McLean C. Body projects and the regulation of normative masculinity. *Feminism & Psychology*. 2005;15(1):15–35.
10. Barthes R. *Mitologias*. 10. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil; 2009.
11. Bardin L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70; 2016.
12. Bourdieu P. *A distinção: crítica social do julgamento*. 2. ed. São Paulo: Edusp; 2007.
13. Ortner SB. Reading America: preliminary notes on class and culture. In: Ortner SB. *Anthropology and social theory: culture, power, and the acting subject*. Durham: Duke University Press; 2006. p. 111–135.
14. Connell RW. *Masculinities*. 2nd ed. Berkeley: University of California Press; 2005.
15. Gill R. Postfeminist media culture: elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*. 2007;10(2):147–166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
16. Defossez A. *La santé parfaite: une nouvelle idéologie*. Paris: L'Harmattan; 2013.
17. Turken S, Torkildsen G, Mosgaard A, Johansen D. Neoliberal governmentality and health discourses: an integrative review. *Crit Public Health*. 2024;34(2):135–148. <https://doi.org/10.1080/09581596.2023.2178345>
18. Sointu E. The rise of an ideal: health and the self in the late modernity. *Sociol Health Illn*. 2005;27(3): 331–350. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9566.2005.00444.x>
19. Crawford R. Healthism and the medicalization of everyday life. *Int J Health Serv*. 1980;10(3):365–388. <https://doi.org/10.2190/3H2H-3XJN-3KAY-G9NY>
20. Brasil. Ministério da Saúde. *Política Nacional de Promoção da Saúde (PNPS)*. Brasília: Ministério da Saúde; 2006.
21. Carvalho MM, Fialho PM, Moreira ALC. A saúde como responsabilidade individual: uma crítica às políticas públicas sob a lógica neoliberal. *Saúde Debate*. 2025;49(1):45–58.
22. Chahal C. *Masculinidade em forma: saúde e corpo em revistas masculinas [dissertação]*. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; 2009.
23. Cook B, Fallon F, O'Reilly M. Dietary advice for muscularity, leanness and weight control in *Men's Health* magazine: a content analysis. *Public Health Nutr*. 2014;17(12):2841–2848. <https://doi.org/10.1017/S1368980013003097>
24. Defossez E. Health and personal responsibility in the context of neoliberalism: cultivating alertness, autonomy and accountability through three contemporary health practices. *International Journal of Communication and Health*. 2013;1:45–60. Disponível em: <https://ijch.eu/index.php/ijch/article/view/6>
25. Cook R, Fallon M, O'Reilly J. Dietary advice for muscularity, leanness and weight control in *Men's Health* magazine: a content analysis. *Public Health Nutrition*. 2014;17(1):1–8. <https://doi.org/10.1017/S1368980013000413>
26. Gill R. Power and the production of subjects: a genealogy of the new man and the new lad. In: Benwell B, editor. *Masculinity and Men's Lifestyle Magazines*. Oxford: Blackwell; 2003. p. 34–56.

27. Bordo S. *The male body: a new look at men in public and in private*. New York: Farrar, Straus and Giroux; 1999.
28. Gill R, Henwood K, McLean C. Body projects and the regulation of normative masculinity. *Fem Psychol*. 2005;15(2):135–158. <https://doi.org/10.1177/0959353505050587>
29. Saguy AC, Almeling R. Fat in the media: obesity, health and moral discourse. *Soc Psychol Q*. 2008;71(1):53–75. <https://doi.org/10.1177/019027250807100108>
30. Ehrenreich B, Hochschild AR. *Global woman: nannies, maids and sex workers in the new economy*. New York: Holt Paperbacks; 2003.
31. Gill R, Orgad S. The confidence cult(ure). *Aust Fem Stud*. 2015;30(86):324–344. <https://doi.org/10.1080/08164649.2015.1011485>
32. Oliveira A. Masculinidades na mídia fitness: corpo, disciplina e normatividade. *Rev Estud Fem*. 2021;29(3):1–20. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2021v29n379537>
33. Rose N. *The politics of life itself: biomedicine, power, and subjectivity in the twenty-first century*. Princeton: Princeton University Press; 2007.
34. Conrad P. *The medicalization of society: on the transformation of human conditions into treatable disorders*. Baltimore: Johns Hopkins University Press; 2007.

Nota de Submissão

Este trabalho será submetido para avaliação na *Revista de Nutrição*, conforme as normas editoriais vigentes, com vistas à sua possível publicação.