

MADREL THEREZINHA LUZ

ANDERSON DOS SANTOS MACHADO

RAFAEL DALL'ALBA

MOSAICOS DO VIVER:

ciência e mídia na produção de sentidos
sobre saúde e vida no imaginário
contemporâneo



Coordenador Nacional da Rede UNIDA

Júlio César Schweickardt

Coordenação Editorial

Alcindo Antônio Ferla

Conselho Editorial

Adriane Pires Batiston – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Alcindo Antônio Ferla – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Ángel Martínez-Hernández – Universitat Rovira i Virgili, Espanha

Angelo Steffani – Universidade de Bolonha, Itália

Ardigó Martino – Universidade de Bolonha, Itália

Berta Paz Lorido – Universitat de les Illes Balears, Espanha

Celia Beatriz Iriart – Universidade do Novo México, Estados Unidos da América

Denise Bueno – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Dora Lucia Leidens Correa de Oliveira – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Emerson Elias Merhy – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Francisca Valda Silva de Oliveira – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Izabella Barison Matos – Universidade Federal da Fronteira Sul, Brasil

Heider Aurélio Pinto – Associação Brasileira da Rede UNIDA, Brasil

João Henrique Lara do Amaral – Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Julio César Schweickardt – Fundação Oswaldo Cruz/Amazonas, Brasil

Laura Camargo Macruz Feuerwerker – Universidade de São Paulo, Brasil

Laura Serrant-Green – University of Wolverhampton, Inglaterra

Leonardo Federico – Universidade de Lanus, Argentina

Lisiane Böer Possa – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Liliana Santos – Universidade Federal da Bahia, Brasil

Luciano Gomes – Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Mara Lisiane dos Santos – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Márcia Regina Cardoso Torres – Secretaria Municipal de Saúde do Rio de Janeiro, Brasil

Marco Akerman – Universidade de São Paulo, Brasil

Maria Luiza Jaeger – Associação Brasileira da Rede UNIDA, Brasil

Maria Rocineide Ferreira da Silva – Universidade Estadual do Ceará, Brasil

Paulo de Tarso Ribeiro de Oliveira – Universidade Federal do Pará, Brasil

Renan Albuquerque Rodrigues – Universidade Federal do Amazonas/Parintins, Brasil

Ricardo Burg Ceccim – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Rodrigo Tobias de Sousa Lima – Fundação Oswaldo Cruz/Amazonas, Brasil

Rossana Staevie Baduy – Universidade Estadual de Londrina, Brasil

Simone Edi Chaves – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Sueli Goi Barrios – Ministério da Saúde – Secretaria Municipal de Saúde de Santa Maria/RS, Brasil

Túlio Batista Franco – Universidade Federal Fluminense, Brasil

Vanderléia Laodete Pulga – Universidade Federal da Fronteira Sul, Brasil

Vera Lucia Kodjaoglanian – Fundação Oswaldo Cruz/Pantanal, Brasil

Vera Rocha – Associação Brasileira da Rede UNIDA, Brasil

Comissão Executiva Editorial

Janaina Matheus Collar

João Beccon de Almeida Neto

Projeto gráfico Capa e Miolo

Editora Rede UNIDA

Diagramação

Diego Marenco

O livro apresenta a análise da retórica das imagens presentes nas capas de revistas de divulgação científica e busca interpretar seu papel no imaginário contemporâneo da vida, saúde e doença. Esse trabalho é fruto de uma pesquisa desenvolvida na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS-2012/2015).

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO-CIP

L979m Luz, Madel T. Mosaicos do viver: ciência e mídia na produção de sentidos sobre saúde e vida no imaginário contemporâneo / Madel T. Luz, Anderson dos S. Machado, Rafael Dall'Alba – 1.ed. – Porto Alegre: Rede UNIDA, 2017. p.165 : il. ISBN: 978-85-66659-81-8 DOI: 10.18310/9788566659818 1. Imaginário social. 2. Divulgação científica. 3. Mídia – Saúde. 4. Informação em saúde. I. Machado, Anderson dos S. II. Dall'Alba, Rafael. III. Título. CDU: 614 NLM: W26.5	Copyright © 2017 by MADEL THEREZINHA LUZ, ANDERSON DOS SANTOS MACHADO e RAFAEL DALL'ALBA.
---	---

Bibliotecária responsável: Jacira Gil Bernardes – CRB 10/463

Todos os direitos desta edição reservados à Associação Brasileira Rede UNIDA
Rua São Manoel, nº 498 - CEP 90620-110, Porto Alegre – RS Fone: (51) 3391-1252
www.redeunida.org.br

MADEL THEREZINHA LUZ

ANDERSON DOS SANTOS MACHADO

RAFAEL DALL'ALBA

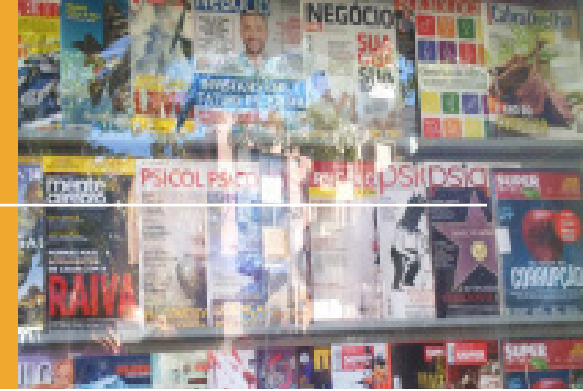
MOSAICOS DO VIVER: ciência e mídia na produção de sentidos sobre saúde e vida no imaginário contemporâneo

1ª Edição

Porto Alegre, RS – 2017

Rede UNIDA

Sumario



PREFÁCIO.....09

Maíra Baumgarten

APRESENTAÇÃO.....15

Madel Luz

INTRODUÇÃO: Ciência e sociabilidades de saúde e vida na cultura midiática.....21

CAPÍTULO 1 - Revistas de divulgação científica: mensagens sobre comportamentos em saúde e vida?.....27

CAPÍTULO 2 - À procura de um instrumento de análise: construção de uma abordagem teórico metodológica das capas de revista.....33

CAPÍTULO 3 -_Conhecendo o campo: descrição das bancas no espaço social.....41

3.1 Conjunto de procedimentos para observação do campo

3.2 Uma descrição analítica do campo

3.2.1 As bancas na cidade do Rio de Janeiro

- Produtos encontrados nas bancas

- As bancas no cenário urbano do Rio de Janeiro

- 3.2.2 *As bancas em Duque de Caxias (RJ)*
- 3.2.3 *As bancas observadas em Porto Alegre*
- 3.2.4 *Síntese das visitas a campo*
- 3.3 *Resultados obtidos no trabalho de campo***

CAPÍTULO 4 - Descrevendo as revistas no campo: mosaico de sentidos nas vitrines.....75

4.1 *Classificação das revistas observadas*

- Descrição das Revistas quanto ao Grau de Proximidade Decrescente com a Difusão Científica

CAPÍTULO 5 - Imagem e palavras nas capas das revistas: análise e interpretação das mensagens.....85

5.1 *Exemplos de análise e interpretação de capas de revista*

5.2 *Conclusões da análise das capas selecionadas*

CAPÍTULO 6 - Resultados e conclusões gerais...99

- Reflexões sobre o imaginário de saúde estampado nas capas de revistas

REFERÊNCIAS.....112

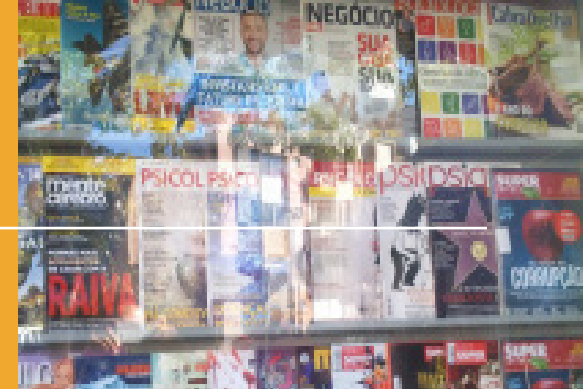
ANEXOS.....117

ANEXO 1 - Descrição Detalhada das Revistas Observadas

ANEXO 2- Busca Virtual De Revistas.....135

ANEXO 3- Instrumento de Coleta de Dados das Capas das Revistas.....151

PREFÁCIO



Maíra Baumgarten¹

No mundo contemporâneo, Informação e comunicação desempenham um papel fundamental. Nessa sociedade complexa, multidimensional e multifacetada, diferentes formas de comunicação constroem imaginários sociais cada vez mais interligados por fluxos que conectam os produtores de conhecimentos e de significados entre si e com a população. Cientistas, tecnólogos, políticos e diferentes grupos sociais estão em contato através de distintos instrumentos. As revistas de divulgação científica são um desses meios.

A celeridade da globalização e os processos atuais de internacionalização da ciência, impulsionados pelos interesses de mercado das grandes editoras internacionais vem trazendo uma certa homogeneidade para os objetivos da ciência, tornando seus contextos de produção muitas vezes irrelevantes e, de certa forma, padronizando seus resultados e sua divulgação.

Os efeitos dessas características atuais da produção e dis-

¹ Professora do Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Coordenadora do Laboratório de Estudos e Divulgação de Ciência, Tecnologia e Inovação Social (LaDCIS/UFRGS).

seminação do conhecimento se fazem sentir em âmbitos diversos, influenciando o imaginário do sistema mundo e suas distintas formações culturais ao norte e ao sul. A perda de identidade linguística e cultural e os processos de padronização cultural se aprofundam com a variedade e quantidade dos meios de disseminação das formas hegemônicas de pensar o mundo e produzir conhecimentos.

O livro *Mosaicos do viver: o imaginário de vida e saúde nas capas de revistas de divulgação científica* de Madel Luz, Anderson Machado e Rafael Dall'Alba desvela uma dessas formas de comunicação.

Como se constrói o imaginário social? Que elementos são importantes para essa construção? Qual o papel da ciência na visão que as pessoas têm do mundo e na cultura de uma população? Em suas formas de agir e de pensar? Como são divulgadas ciência e tecnologia? Há debate público sobre temas científicos e tecnológicos que fazem parte de nossa existência cotidiana? Essas são algumas das questões que, de uma ou outra forma, o livro nos coloca ao propor a análise do papel atual da visão sobre saúde e vida, que emana das biociências, no imaginário social e na cultura.

Os autores recorrem à análise da relação imagem e palavra, como recurso retórico para “identificar representações e sentidos induzidos pelas práticas discursivas das biociências em meio impresso”, argumentando que “a força da imagem, ancorada pela palavra, gera uma profusão de sentidos (...) que vão moldando o imaginário social, reforçando representações imagéticas do corpo e do viver, oriundas da divulgação da prática científica”.

O livro é instigante desde o seu objeto: a relação da imagem com a ciência e tecnologia, com a cultura e a construção de signi-

ficados. É, também, criativo ao propor novos conceitos como o de “retórica da imagem” e ao trabalhar com uma metodologia inovadora: a análise da simbiose imagem/palavra.

Uma questão essencial que o livro contém é o debate referente ao imaginário social sobre vida e saúde, como ele se constrói e se realimenta a partir da retórica da vida e da saúde encontrada nas revistas científicas e de divulgação da ciência, assim como o papel significativo das biociências na construção simbólica relativa ao tema.

O papel dos *media* na informação coletiva e na comunicação entre as pessoas na sociedade atual é, como já afirmaram inúmeros autores, algo complexo e que requer atenção e estudo pela sua capacidade de construção social. A criação, recriação e substituição de sociabilidades e de representações e práticas sociais têm origem em imaginários gerados por fluxos de informação e comunicação intensos e variados.

Muitas dessas informações, mais que conhecimentos, vêm de áreas hegemônicas e estratégicas da ciência, que se articulam a processos de geração de lucro e passam a integrar de maneira privilegiada, através de processos de divulgação científica e midiática em geral, a formação do imaginário social.

É interessante observar as distinções, apontadas pela pesquisa, na abordagem da saúde apresentada por revistas de ciências/biociências e periódicos das ciências sociais/ humanas. Nas primeiras, a saúde é apresentada como “saúde do corpo”, sem que esse corpo pertença a um sujeito; enquanto nas outras, os adoecimentos aparecem como doenças do ser humano e relacionadas também a causas sociais.

No caso das visões de vida e saúde, advindas das biociências (área hegemônica no campo da ciência e articulada a interesses dominantes na sociedade), está sempre presente a possibilidade de modificações retificadoras do corpo que funciona como um biomecanismo complexo, visando seu aperfeiçoamento, correção ou restauração.

As tecnologias de diagnose da biomedicina, a neurociência, a biotecnologia e a genética e seus recentes desenvolvimentos têm relação estreita com uma representação do humano como algo que, tal como a natureza, se pode manipular e transformar, supondo uma utopia em que a humanidade (e porque não o conjunto dos seres vivos do planeta?) pode ser conduzida a uma busca que, através das tecnologias inovadoras advindas das biociências, a leve a superar os limites naturais vigentes, criando *transhumanos* ou super-humanos.

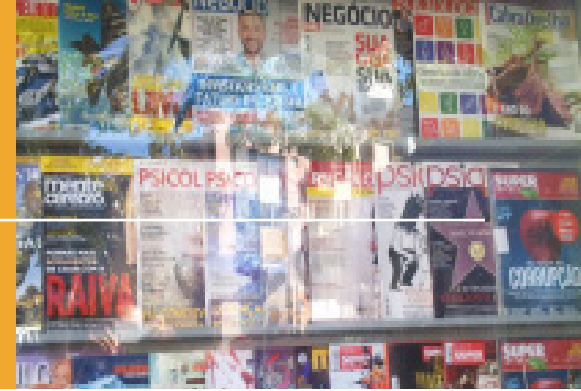
O imaginário social que emerge das mensagens divulgadas pelo complexo aparato simbólico dos *media* torna-se referência para o sentir, o viver e o pensar das pessoas no mundo contemporâneo, suas formas de perceber a realidade natural e social estão mediadas pela tecnociência, uma construção humana voltada à intervenção na natureza e na sociedade visando obtenção de determinados resultados e produtos, e que se torna, ela própria construtora do ser humano e de suas formas de ver o mundo e de nele agir.

A pesquisa e seus resultados, apresentados por Madel Luz, Anderson Machado e Rafael Dall'Alba, nos fazem refletir sobre questões essenciais que se encontram na relação entre ciência, tecnologia e sociedade. Ciência e a tecnologia, além de construção humana são também, construtores da humanidade e seu ambien-

te? Ciência e tecnologia são forças autônomas que determinam os rumos da sociedade ou podem (e devem) ser pensadas como produção humana e, como tal, articuladas a interesses hegemônicos na sociedade. A comunicação pública da ciência e tecnologia pode ajudar no processo de criação de um debate público que apoie a democratização da ciência, o acesso da população a informação e conhecimentos e sua capacidade de influenciar nas decisões sobre o que pesquisar, que tecnologias desenvolver, que conhecimentos são estratégicos, que políticas públicas devem ser implementadas nessa área?

Os textos de Madel Luz sempre me fazem refletir e me levam a lugares inexplorados e interessantes de minha própria mente. Creio que isso é algo inestimável, pois indica a inquietação, a capacidade de instigar, de provocar e o brilhantismo que estão sempre presentes no que Madel faz. São essas características que tornam possível a coordenação de pesquisas como a que serviu de base para esse livro, cuja leitura será certamente também instigante e desafiadora.

APRESENTAÇÃO

**Madel Therezinha Luz²**

Este volume é fruto do trabalho de quase cinco anos de atividades de um projeto de pesquisa cujos trabalhos de campo foram desenvolvidos entre 2011 e 2014. Não se incluem no período mencionado as atividades de “finalização” da pesquisa: a redação do relatório final e de um artigo conclusivo publicado em 2017, que resumem as invenções e descobertas decorrentes do desenvolvimento da pesquisa, assim como as questões que o estudo levanta para a relação ciência/cultura.

O estudo centrou-se na análise do papel atual na cultura da visão sobre saúde e vida que emana do conjunto de disciplinas que denominamos *biociências*, para o imaginário social, tomando-se como ponto de partida de exame e de análise a mídia escrita, tipificada em periódicos regulares de divulgação biocientífica ex-

² Coordenadora do projeto “A Ciência como Cultura no Mundo Contemporâneo: Divulgação Midiática de Saberes Científicos e Construção do Imaginário Social”, desenvolvido na UFRGS.

postos em bancas de revistas.

As revistas de *difusão científica*, geralmente centradas na divulgação interpares de resultados de pesquisa em projetos disciplinares, ou interdisciplinares, não constituíram objeto de estudo nesta pesquisa. Seu conteúdo, assim como seu modo de exposição e linguagem não se enquadra no que constituiu o objetivo principal do projeto, isto é, *captar o papel retórico*, de convencimento social da mídia escrita estampada em capas de revista sobre vida, saúde e doença na atualidade. Em outras palavras, captar seu papel atual na cultura, isto é, no imaginário social sobre vida, saúde e doença.

As questões que deram origem ao projeto referem-se, assim, ao convencimento envolvente, sedutor, do ponto de vista social, do conjunto de meios de informação/divulgação social enfeixado sob a rubrica “mídia”, centrados em recursos visuais, sobretudo a imagem, ou ainda auditivos, cujo precursor é o rádio, ou ainda escritos.

A *escrita*, que teve como precursora – ou antepassada – como meio de comunicação cultural a imprensa, tornou-se, em poucas décadas, uma servidora reduzida da imagem, assim como da unidade imagem/som (caso do cinema e da TV, e posteriormente das redes, como *Facebook*, *Twitter*, etc).

A *imagem*, associada ou não ao som, torna-se rapidamente, em termos de tempo social, um elemento difusor de mensagens política e economicamente dominantes em diversas áreas do viver, estar e agir sociais. A vida, a saúde, o viver, tornam-se elementos estratégicos de difusão dessas mensagens “convincentes” extraordinariamente convincentes, sejam elas publicitárias ou não, como

parte de uma visão estruturada sobre o que é a saúde e o viver, e como agir e ser para bem viver, e viver longamente. A esta sedução social, baseada em chamamentos ao leitor através da fusão de imagens fortes e palavras-chave, demos o nome de *retórica da imagem*, pois não há demonstração nem explicação dos “fatos” apresentados como proposta, ou objetivo da mensagem implícita na fusão, mas sim a conquista de opiniões.

O presente estudo, centrado no estudo e análise de capas de revistas buscou demonstrar a presença da imagem/palavra no cotidiano das pessoas através da aceitação do processo da repetição de imagens impressionantes associadas a palavras-chave, e do efeito retórico (de convencimento) no pensar/agir das pessoas face à sua saúde e bem viver, isto é, face à certeza de viver adequadamente conforme as mensagens registradas.

Todos os meios atualmente existentes de divulgação, que apelam ao olhar (ou ao ler), assim como ao ouvir social, através de conjuntos de mensagens similares ou idênticas repetidamente transmitidas, assim como ao estímulo do ver e entender coletivos pela convicção da “verdade” das mensagens recebidas, desenvolveram, no decorrer da segunda metade do século XX, um “enfeixamento” progressivo midiático, com dominância progressiva da imagem. Este “enfeixamento” encontrará sua plena realização com o surgimento da *mídia virtual*, ligada à internet e às redes de interação que esta propicia.

No espaço de quatro décadas, desde os anos 80s, o próprio universo dos meios de comunicação será “reformatado”, isto é, reprogramado em função do papel da imagem e de seu movimento no espaço do meio de divulgação em que se insira (revistas

e periódicos em geral, televisão, tecnologias e artes, internet, redes sociais, etc). A caracterização deste processo, visando ao convencimento dos indivíduos e coletividades é detalhadamente analisada durante o desenvolvimento deste estudo.

Para procedermos a esta análise, uma metodologia de análise teve de ser criada, estruturada em base teórica distinta das habituais análises de conteúdo, pois não era nosso objetivo medir o que era dito nem se era verdadeiro o transmitido. O segundo capítulo (À procura de um instrumento de análise: construção de uma abordagem teórico metodológica das capas de revista) foi elaborado pelos pesquisadores neste sentido, baseado nos conceitos dos autores que fundamentam o método criado, assim como os de nossos trabalhos já previamente publicados, a partir do trabalho de campo desenvolvido entre 2012 e 2014, apresentados nos capítulos 3 a 5.

O livro como um todo é uma abertura de caminhos, não apenas no sentido de seu objeto, construído de modo a atender às questões iniciais do estudo, relativas às relações ciência e cultura, como também em relação à metodologia criada, inovadora, ao nosso ver, assim como às interrogações que o estudo lança sobre o papel da ciência na cultura contemporânea, especificamente das biociências, neste caso, em relação à vida, à saúde e à doença.

INTRODUÇÃO

Ciência e sociabilidade de saúde e vida na cultura midiática



O papel dominante da mídia, não apenas na informação coletiva, mas na *comunicação* entre as pessoas na cultura atual, é reconhecidamente um acontecimento social complexo (MEDRADO, 2000; CHAMPAGNE, 1998; LUZ, 1986; LUZ; SABINO; MATTOS, 2013; COSTA, 2001). Sua função de construção social é amplamente discutida pelas Ciências Sociais e a Comunicação Social há mais de meio século, se tomarmos como marco David Riesman e sua “Multidão Solitária” (1971),³ bem como Niklas Luhmann (1995), que pontuou a comunicação como importante dispositivo de poder.

Neste contexto, sociabilidades (LUZ, 2001, 2013) são criadas, atingem auges de popularidade, acabam sendo substituídas por outras, frequentemente transitórias, fruto da variabilidade, intensidade e extensão social quase onipresente nos distintos meios de comunicação coexistentes no espaço cultural contemporâneo (LUZ, 2013; LUZ; SABINO; MATTOS, 2013; BAUMAN, 1999). Este conjunto de meios de divulgação/informação gera representações e práticas sociais temporárias (LUZ, 1998; 2013; SPINK, 1996), capazes de configurar um imaginário, (MAFFESOLI, 2001; DURAND, 1993; SILVA, 2006; CASSIRER, 1992) que “disponibiliza” para seus públicos modos de ser e agir específicos, voláteis, qualificados por

³ Publicação original do livro data de 1949. É deste autor a expressão “babá eletrônica” referindo-se ao papel da televisão na socialização das crianças.

Bauman (2001) como *líquidos*, aos quais devem adaptar-se, visando à inserção social, mesmo que esta seja pouco satisfatória no que concerne as relações humanas, dando lugar a sensação generalizada de insatisfação e vazio no universo das relações de gênero, família e trabalho (LUZ et al., 2013; LUZ; SABINO; MATTOS, 2013; LUZ, 2013). O sentimento coletivo de competição e isolamento presente nas relações de trabalho, por exemplo, é frequentemente associado a diversas formas de adoecimento individual e coletivo na contemporaneidade (MATTOS, 2015; LUZ, 2013).

Todo esse dispositivo social atua, por outro lado, como *poder político*, (BOURDIEU, 1989; LUHMANN, 1995) colocando em ação estratégias variáveis, através da circulação de notícias e “eventos”, ou mesmo através da produção de “imagens sociais” (personalidades, hábitos, estilos de vida e comportamentos, etc.), ou ainda via discursos que buscam a persuasão de públicos específicos (BAUER, 2002; MEDRADO, 2000; LUZ et al., 2013). O universo social de sentidos gerados desta forma conduz a um imaginário praticamente programado, em que as mensagens divulgadas pelo complexo aparato simbólico transmitido pela mídia tornam-se referência para o pensar, o sentir e o viver das pessoas na sociedade atual.

Neste universo simbólico, a difusão sistemática da prática científica, de seu método e resultados factuais adquiriu, nas últimas décadas, papel estratégico na formação do imaginário. A ciência, com especial destaque para a tecnociência, voltada para a intervenção na natureza e na sociedade, visando à obtenção de resultados/ produtos, consolidou um estatuto de legitimidade discursiva para o saber científico, que conquistou autoridade epistemológica talvez inédita na história social.

No amplo campo da produção científica destacamos as experiências concernentes à vida e à saúde, frequentemente divulgadas por todas as mídias, e assumidas como critério de representação e comportamento social por todas as camadas da sociedade.

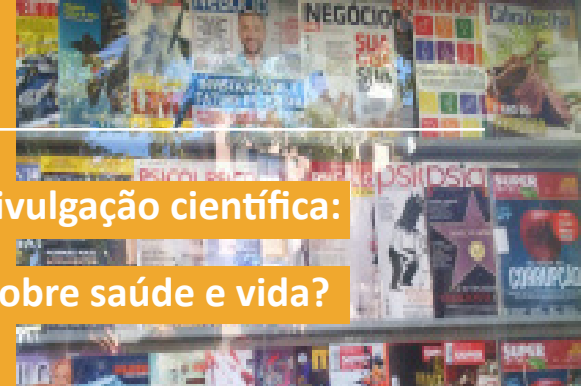
Neste cenário, a divulgação científica sobre saúde e doença se apresenta como estratégica via de conduta universal, propondo modelos higienistas, preventivistas e de recuperação da saúde, além de modos considerados adequados de conduzir a vida. Não apenas os comportamentos como as representações sociais, e o próprio imaginário sobre vida e saúde adquirem as tonalidades propostas pela divulgação das atividades científicas em andamento ou recém descobertas nesta área, ou mesmo em projeto.

Destas constatações e preocupações teóricas nasceu o projeto de pesquisa “A Ciência como Cultura no Mundo Contemporâneo: Divulgação Midiática de Saberes Científicos e Construção do Imaginário Social”, desenvolvido entre 2011 e 2015 na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)⁴. A partir de 2011, iniciaram-se observações e discussões concernindo a produção bibliográfica referente ao tema, bem como estudos e publicações da coordenadora da pesquisa e seus colaboradores próximos (LUZ, 1994; 1998; 2009; MATTOS; LUZ, 2009, 2012; LUZ; SABINO; MATTOS, 2013). Evidenciaram-se neste processo, relações entre cultura contemporânea, vida e as biociências, bem como o crescente papel simbólico

⁴ O projeto de pesquisa desenvolvido entre 2011 e 2015 no Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva (PPGCol/UFRGS), sob coordenação geral da Prof^a. Dr^a. Madel Therezinha Luz. A proposição teórica do estudo foi publicada na revista Sociologias ano 15, nº 32, (LUZ; SABINO; MATTOS, 2013). O trabalho de campo e seus levantamentos foram divulgados na Revista Interface vol. 17 nº 47 (LUZ et al., 2013). Um artigo com resultado de análises e conclusões foi recentemente submetido à Revista Interface.

da divulgação midiática relativa à saúde, às atividades corporais, à alimentação e ao viver em geral, profusamente “estampadas e ilustradas” nos meios de comunicação de massa. Destacam-se, neste conjunto, as revistas de divulgação científica distribuídas em bancas de jornal e periódicos. Para o desenvolvimento do projeto, detivemo-nos no estudo das revistas presentes nessas bancas, concentrando-nos na análise das capas e suas ilustrações, retendo para a análise as fotos e palavras-chaves das chamadas de capa.

CAPÍTULO 1

Revistas de divulgação científica:
mensagens sobre saúde e vida?

As ideias e imagens que os periódicos difundem, a começar pelas *chamadas de capa*, aparentam, desde a primeira vista, atuar como meios estratégicos para a divulgação de resultados de experiências em andamento ou recém concluídas pelas Biociências. Mensagens com sentidos específicos sobre imagens do corpo e da saúde, atividades físicas, alimentação, prevenção e tratamento de doenças, etc., propõem geralmente diversas formas de medicalização da vida, ratificando modos hegemônicos de conduzir a saúde na cultura atual.

Desde a fase pré-campo do projeto fomos levados à constatação da necessidade da construção de um instrumento metodológico inovador para abordagem e tratamento dos dados a serem observados nas bancas. Em primeiro lugar, ratificamos, na pré-observação, em acordo com constatações já consolidadas no campo da Comunicação Social, que o público tende a comprar suas publicações em função da *atratividade* das capas. (MATTOS, 2014).

As chamadas de capa são constituídas não apenas por imagens, mas por palavras-chaves que reforçam as imagens estampadas. Cria-se, desta forma, um processo de **sugestão e convencimento**. Nomeamos este processo de convencimento no projeto, de *retórica da imagem* considerando o conjunto imagem/palavra

como um **todo retórico**, em *simbiose* simbólica. (LUZ et al., 2013). A retórica constitui-se desde então, por seu efeito de influência e convencimento social, no núcleo central de nossa análise. Interessamos, do ponto de vista metodológico, mais o “tom” do discurso que seu *conteúdo*, seja ele verdadeiro ou falso em termos informativos, comunicativos ou ideológicos. Não nos interessa, portanto, realizar uma análise linguística estrutural clássica com uso de semiótica, (EAGLETON, 1997), mas compreender como a associação simbólica imagem/palavras sobre vida e saúde podem exercer um *pathos retórico* sobre os sujeitos, quando proveniente do discurso das biociências.

Consideramos necessário retomar o texto clássico de Aristóteles, origem do pensamento ocidental dedicado ao tema. A retórica, segundo Aristóteles, (1998), tem três finalidades principais:

- 1) influenciar a escolha;
- 2) influenciar o julgamento;
- 3) comover.

Julgamos necessário acrescentar uma quarta finalidade às três mencionadas, no caso do papel da retórica das revistas de divulgação biocientífica: o medo coletivo⁵, o temor social de punição se as regras e normas de conduta propostas como objetivas, resultantes da pesquisa científica, não forem seguidas pelas pessoas.

Há aqui uma aproximação com o que Foucault (2000) denominou *biopoder*. Trata-se de um conjunto de relações de poder/saber que incide sobre a vida, normatizando-a e controlando-a inin-

⁵ Sabemos que este sentimento de “temor coletivo” é uma das finalidades atribuídas por Aristóteles à tragédia.

terruptamente. A vida procura se ajustar a essas regulações buscando “boa saúde.” (FOUCAULT, 1976; 1997; 2004a; 2004b) Em consequência, propusemos que a retórica imagem/palavra das capas de revista buscasse um novo procedimento metodológico, em que a questão do conteúdo discursivo, isto é, sua “verdade” ou “falsidade” não fosse o ponto central da interpretação. Do debate destas questões nasceu em 2012 o primeiro fruto publicado do projeto, (LUZ; SABINO; MATTOS, 2013), em que se discute a necessidade de instrumentos específicos de pesquisa para analisar a retórica midiática contemporânea, sobretudo a concernente às imagens das capas, que não se restringem às fotos, muitas vezes sofisticadas montagens imagéticas geradas a partir de computação e outras técnicas gráficas.

O que nos remete, mesmo que de passagem, à abordagem socioantropológica de signos, significados e discursos presentes na cultura e aos papéis que nela cumprem. Remetem-nos, além disso, aos modos como são transmitidos ou difundidos socialmente, situando-nos assim no campo da Comunicação Social e da Sociologia da Comunicação.

No nosso estudo, necessariamente interdisciplinar, coube, portanto, um conjunto de interrogações iniciais tais como: 1) Que função(ões) cumpre(m) as biociências e sua divulgação na cultura contemporânea? 2) Seria por exemplo, o de instaurar uma *utopia da saúde perfeita*, como concluiu Sfez (1996) em seu estudo sobre as Biociências? 3) Haveria outras funções, alternativas, como a automação completa do ser humano? 4) Ou a evolução do homem em direção à imortalidade?


O projeto se estruturou, tanto teórica quanto metodologi-

camente, em torno dessas e outras questões como eixo central, embora focando também o papel estratégico que exerce a saúde e a vida saudável na sociedade civil atual.

Independentemente da divulgação biocientífica, um conjunto de apelos publicitários ao consumo coletivo, a modos de viver e relacionar-se circulam em torno dessas questões, que acabam por envolver a ciência em suas múltiplas atividades, inclusive quanto às tecnologias que dela resultam. Além disso, a rede midiática cobre atualmente um conjunto de meios “alternativos” de comunicação, às vezes dispersos, às vezes coordenados, centrados na divulgação da conservação do corpo e da saúde, representados de modos bem específicos, tais como boa forma física, “boa” alimentação, aparência juvenil, preservação da idade com extensão do período e “qualidade de vida”, etc. (MATTOS, 2014; FREITAS, 1999). Neste contexto cultural, a divulgação impressa, nosso foco de estudo, é um dentre os meios de circulação social de um imaginário centrado nesse conjunto de representações da vida e do viver. As mídias virtuais, as redes sociais e as práticas corporais supõem modos específicos de sociabilidade, assim como de partilha dessas representações, que atingem os grupos e indivíduos da sociedade contemporânea com mais frequência que os periódicos das bancas de jornal.

No entanto, o aspecto central, que exerceu apelo à análise e interpretação no nosso objeto de pesquisa, foi a questão dos sentidos presentes nas mensagens divulgadas nas capas dos periódicos impressos, bem como o efeito de convencimento que podem exercer sobre o leitor das mensagens ali veiculadas. Em torno desta questão central, buscamos estruturar objeto, método, e interpretação teórica do projeto.

CAPÍTULO 2



À procura de um instrumento de análise: construção de uma abordagem teórico-metodológica

Partimos do reconhecimento que a construção narrativa, ou o relato midiático de um fato, constitui-se em uma *construção social* da realidade, passível de nela produzir efeitos práticos, de controle ou liberação social, tornando-se, portanto, objeto de análise e interpretação pelas ciências sociais. (LUZ et al., 2013). Buscamos nesse sentido, construir uma análise metodológica capaz de ilustrar, e mesmo interpretar, os sentidos e representações recorrentes na divulgação *midiática* de revistas exibidas em bancas de jornal, examinando *estilos* de prática discursiva científica presente nos periódicos selecionados, visando a interpretar a **retórica** do discurso neles presente, analisando como esta retórica influencia o imaginário social, assumindo, por vezes, um caráter normativo (MEDRADO, 2000; SPINK; MEDRADO, 2000; BOURDIEU, 1989; CASTRO, 2012).

A construção de uma abordagem metodológica que fugisse do foco da análise de discurso e da semiótica estrutural clássica, e colocasse a retórica como categoria significativa em relação à função sociocultural das revistas de biociências na construção do imaginário de saúde e vida, tornou-se um dos objetivos centrais da pesquisa após ida a campo. O trabalho de campo desenvolveu-se entre 2012 e 2014, totalizando 12 meses de atividades, entre pré-campo, campo e retorno a campo.

Alguns autores embasaram metodologicamente a etapa de retorno ao campo, que buscou uma captura mais aprofundada do ambiente de pesquisa e de itens mais relacionados com seu objeto central⁶. Nossa unidade central de análises concentrou-se no conjunto de representações sociais recorrentes no imaginário contemporâneo, referidas prioritariamente às biociências, mas não exclusivamente a elas, e sua (re)produção discursiva. O procedimento metodológico decorrente, necessariamente qualitativo, centrado na observação de revistas expostas em bancas de jornal, focado nas capas das revistas, visou captar as representações sociais estampadas nessas capas, buscando estabelecer ligações existentes entre mensagens das palavras e ilustrações presentes nas capas examinadas e o discurso biocientífico contemporâneo a respeito de vida, saúde e doença.

O processo de coleta de dados levou-nos também à necessidade de elaboração de tratamento metodológico específico dos dados captados nas bancas. As chamadas de capa são constituídas não apenas por imagens, mas por palavras que reforçam as imagens estampadas. Cria-se desta forma um processo de **convencimento**, no qual o que está sendo dito e mostrado (palavra/imagem) sugere ao futuro leitor que o conteúdo merece crédito e deve ser de algum modo *seguido* se o consumidor deseja ter saúde, força, ou se pretende afastar o perigo de alguma doença crônica ou aguda.

As imagens, núcleo de nosso estudo, podem denotar referência a signos culturais importantes, aliando-se a palavras que

⁶ Entre esses autores, podemos destacar Roland Barthes (2007), Isaac Epstein (1985), Martine Joly (1994; 2005), Jacques Aumont (2012), Gilbert Durand (1993), Patrick Legros et al. (2007), Abraham Moles (2005), todos eles referidos à análise do imaginário e/ou da imagem. Além desses, há referências conceituais como Walter Benjamin (1994), constantes da bibliografia deste Relatório.

funcionam com certos sentidos que as reforçam em *simbiose simbólica*, em uma comunicação dada, no contexto de uma pluralidade específica de sentidos atribuídos. Denominamos, por isso, neste estudo, certos conjuntos de sentidos relativos à normatização da vida e do viver, ao corpo e a sua manutenção biológica, de *retórica de saúde e vida* nas imagens.

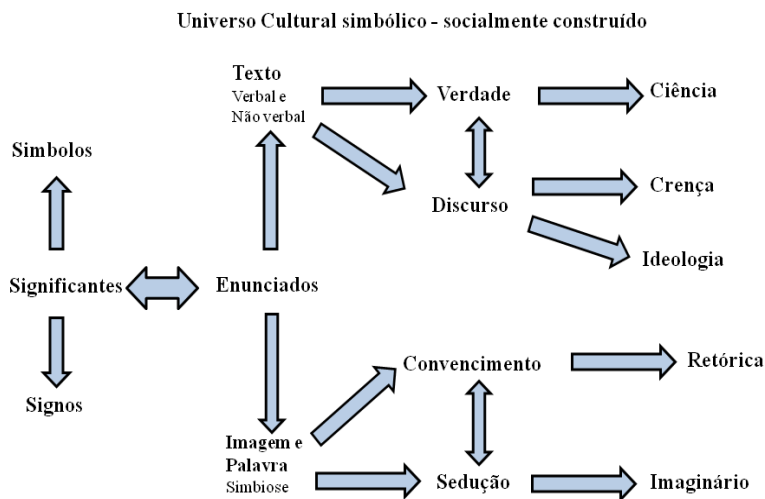
Em termos teóricos o *nível simbólico*, enquanto dimensão irreduzível da cultura, constituiu-se, de acordo com a orientação conceitual adotada neste estudo, de *signos e significados*, discursivos ou não, de sentidos socialmente elaborados e partilhados, referentes ao conjunto de significantes presentes em culturas complexas como a ocidental, sobretudo a nossa cultura atual.

Os signos e sentidos atribuídos nas ilustrações das capas se ordenam segundo linguagens não necessariamente discursivas, não sendo sempre constituídas de palavras, embora sejam sempre **portadoras de sentidos**.

A aliança simbólica entre imagens e palavras-chaves, em mútuo reforço da mensagem, visando transmitir “discursos convincentes” sobre a vida em *retórica discursiva*, de acordo com nossa proposta pode ser ilustrada, segundo o esquema abaixo, efetuando-se as conexões necessárias entre os elementos conceituais base da análise.

O universo simbólico - e seus signos - considerado socialmente construído pode, portanto, ser esquematicamente representado conforme linhas/setas abaixo:

Figura 1- Universo cultural simbólico – socialmente construído



Esquema elaborado por Madel Luz e Anderson Machado.
 Fontes: Barthes, 2007; Luz et al., 2013; Luz, Sabino e Matos, 2013; Silva, 2006.

Na figura acima propomos que os elementos simbólicos (símbolos, significantes, signos) se constroem em interface com o texto (verbal e não-verbal), criando enunciados em conexão com a imagem, atuando em **simbiose**. A partir da relação verdade e discurso, origina-se a base discursiva para atuação simbólica da ciência (verdade/episteme), ainda que *verdade* e *discurso* estejam relacionadas de modos distintos com outras instâncias discursivas, como crença e ideologia.

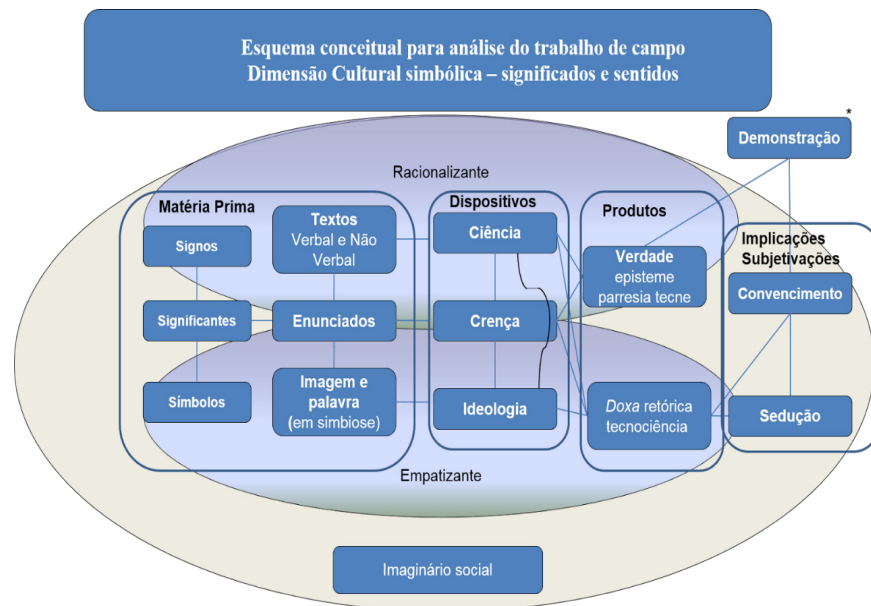
Tomando a simbiose imagem/palavra como elemento de análise, procuramos ilustrar o processo retórico de *convencimento* e *sedução* nela presente. Podemos perceber que o convencimento é um indício do sucesso da atuação da retórica como estratégia discursiva. Do mesmo modo, a sedução nela presente pode agir no

imaginário singular ou coletivo.

No nível teórico da análise, reestruturamos os elementos conceituais de base anteriormente ilustrados, de modo a estabelecer correspondências entre eles, em função do núcleo central do objeto de pesquisa. Reorganizamos, assim, o todo, visando a dar maior organicidade e clareza ao processo de análise, de modo a ilustrar como se dá o convencimento do leitor de revistas acerca dos temas de divulgação científica presentes nas capas.

A análise/interpretação da observação leva em consideração esses elementos conceituais esquematicamente alinhados na figura 2.

Figura 2– Esquema conceitual para análise do trabalho de campo⁷



⁷ Esquema elaborado por Madel Luz, Anderson Machado, Rafael Dall'Alba e Mayna de Ávila.
 Fontes: Barthes, 2007; Luz et al., 2013; Luz, Sabino e Matos, 2013; Silva, 2006.

Nesta ilustração, caracterizamos como conjunto de *dispositivos de produção de verdades* (FOUCAULT, 2000, 2009; BOURDIEU, 1989), os campos de produção discursiva em que a **verdade** tem papel preponderante. Destacamos, neste sentido, a *ciência*, a *ideologia* e a *crença*, religiosa ou laica.

Embora não representada nos esquemas ilustrativos propostos, vale observar a constatação do papel crescente da mídia, inicialmente uma operadora de dispositivos de verdades, com a tendência de tornar-se ela mesma um dispositivo produtor de verdades ligadas às ciências, sobretudo as *Biociências*, face ao imaginário social relativo a saúde e vida.

Foucault (2000) afirma que os dispositivos de produção de verdades atuam como conjunto cultural decididamente heterogêneo, englobando discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, assumimos com Foucault, que o dito e o não dito são elementos básicos do dispositivo de produção de verdades, que é, de fato, a rede que *se pode tecer* entre estes elementos (FOUCAULT, 2000). Os dispositivos de produção de verdade atuam como processadores estruturais da *matéria-prima simbólica*, constituída tanto por *elementos de linguagem* (texto verbal e não verbal, enunciados e imagem/palavra) quanto *semióticos* (signos, significantes e símbolos). Para que esses dispositivos de produção de verdades possam ser apreendidos como tal, entendemos ser necessário analisar esta matéria-prima simbólica. Ela pode ser descrita como substrato simbólico que fornece elementos de base interpretativa para a produção do imaginário na análise dos materiais coletados.

Sugerimos, então, na figura 2, que a matéria-prima simbólica, ao ser processada pelos dispositivos, assume diferentes configurações de sentidos, que a situam na instância discursiva de produção de verdades em seus diversos níveis: *episteme*, *parresia* e *tecné*; ou ainda, no plano de produção de *doxa*: *retórica* e *tecnociência*.

Entendemos, por outro lado, que em geral a tecnologia, e a *tecnociência* em particular, tem um poder de convencimento discursivo tão poderoso na contemporaneidade quanto o da *ciência moderna* no período clássico (séc. XVII a XIX), estabelecendo certos “dogmas laicos”, ainda que temporários (LUZ, 1988). Trata-se, na verdade, de um poderoso dispositivo produtor de verdades na cultura atual.

Os produtos científicos, tidos como isentos do ponto-de-vista da verdade, só têm peso *epistemológico*, que gera convencimento, quando são frutos do processo de experimentação/demonstração próprio do método científico. Vale sublinhar que *ideologia* e *crença* geram convencimento com igual magnitude ou mesmo superior à da ciência como produtora de verdades.

Cabe ressaltar, entretanto, que a ciência, como saber enraizado em princípios doutrinários implícitos, pode alimentar a via discursiva da *retórica* e seus processos quando influenciada por correntes, doutrinas e ideologias, que evanesce o valor simbólico da *demonstração científica*, aproximando-a do processo de *convencimento*, através de dinâmica *retórica*. Aproxima-se, assim, o caráter demonstrativo da ciência ao da crença e da ideologia.

CAPÍTULO 3

Conhecendo o campo:

uma descrição das bancas no espaço social



A busca de embasamento teórico consistente e a construção de um caminho metodológico inovador foram necessárias para a realização do trabalho de campo adequado a nossa proposta de pesquisa. Foi importante elaborar elementos conceituais teoricamente bem delineados e coerentes para dar consistência à análise e interpretação dos dados. Por outro lado, o universo do campo sempre surpreende esquemas, conceitos e teorias pré-concebidas pelo pesquisador. De fato, a composição do objeto de estudo idealmente estruturado no projeto - bancas de jornal e revistas - surpreendeu, no ambiente a ser investigado, pela imensa variedade e diversidade de itens presentes nas vitrines, na disposição dos produtos no interior e exterior das bancas, na forma de exibição e distribuição de revistas e jornais, configurando um universo social estruturado de modo muito mais complexo do que o suposto de início.

Neste capítulo propomo-nos a apresentar as atividades de campo desenvolvidas entre 2012 e 2014 nas cidades do Rio de Janeiro, Duque de Caxias e Porto Alegre. Os territórios escolhidos e pesquisados apresentam características socioculturais distintas. Por serem grandes centros urbanos, consideramos tais centros passíveis de ilustrar o mercado editorial no Brasil.

A observação foi centrada na coleta de dados de divulgação da produção de conhecimento biocientífico, com foco nas capas das revistas e sua retórica como temática da pesquisa. O procedimento foi realizado através de observação de bancas de jornal e revista, assim como através de conversas informais e fotografias das bancas feitas pelos pesquisadores.

Num primeiro momento, foi conduzida a observação de campo e a aproximação com os periódicos realizadas por meio de leitura flutuante⁸. Foram mantidas também conversas informais com donos ou responsáveis de bancas e clientes, que serviram de parâmetro para melhor aproximarmos-nos do universo das bancas. Buscou-se observar ainda de que modo as revistas de divulgação das biociências, assim como aquelas de caráter mais jornalístico ou popular, se apropriam do conhecimento acadêmico no tratamento da temática da vida e da saúde, no sentido de divulgá-lo conforme seus interesses.

Julgamos a mídia *física*, sobretudo periódicos impressos, como importante elemento representativo da divulgação científica. Embora reconhecendo o inegável crescimento do segmento de leitura digital, o consumo (e possível leitura) da mídia física - em

⁸ Entende-se aqui como leitura flutuante, o percorrer com os olhos atentamente o todo da página das revistas, sem atenção concentrada no conteúdo do artigo, buscando palavras-chave recorrentes importantes para o estudo. No nosso caso, priorizamos termos como patologia, doença, saúde, força/energia, cérebro, bem como nomes de patologias específicas, especialmente doenças crônicas, tais como Alzheimer, depressão, adicção, obesidade. Uma vez identificada a palavra-chave, procura-se o contexto de frase para apreender eventual “indução retórica” no parágrafo lido. Trata-se de uma técnica qualitativa de análise, importante para apreender-se a normatividade – através do convencimento - implícita no discurso dos meios de comunicação de massa, como acontece em publicidade e propaganda.

revistas - prevalece sobre a mídia eletrônica.

Corroborando essa afirmativa, um estudo realizado durante cinco anos nos países Austrália, Brasil, Canadá, China, Alemanha, Cingapura, Espanha, Inglaterra e Estados Unidos da América, ao analisar o consumo midiático dessas populações, apresentou resultados indicando a persistência do consumo da mídia impressa (KPMG, 2013).

Costa (2001) argumenta que a informação veiculada pelos meios de comunicação não pode ser separada do modo de produção industrial e da lógica do mercado. Em outra perspectiva, Goetz et al. (2008) afirmam que revistas são ambientes de circulação e difusão de representações sociais, sendo portanto consideradas fontes legítimas para pesquisas qualitativas.

Nosso estudo das capas privilegiou a análise das imagens, palavras e conteúdos implícitos que veiculam informações e representações sobre vida, saúde e doença. A coerência da análise das capas deve ser avaliada não como “leitura da verdade” – sua objetividade –, mas em termos do teor de convencimento/persuasão presente nos materiais analisados. Bauer (2002) considera que uma amostra pequena, sistematicamente selecionada, é muito melhor do que uma grande amostra de materiais escolhidos ao acaso.

3.1 Conjunto de procedimentos para observação do campo

No sentido de garantir uma coleta de dados coerente com o objeto de estudo, organizamos um conjunto de procedimentos metodológicos para uma adequada observação do campo.

1. Procedimentos de Contextualização

- a. Cenários sociais/urbanos das bancas: caracterização, descrição dos locais.
- b. Registro fotográfico das bancas e definição de critérios para tal;
- c. Conversas informais com donos/representantes das bancas.
- d. Levantamento do universo fotografado: quantas bancas, onde, por quê.
- e. Caracterização das fotos feitas pelo grupo (Rio e Porto Alegre) – do universo de pesquisa.
- f. Revistas selecionadas para análise durante o período de observação.
- g. Justificativa de porquê análise de **capas** e não de conteúdo de **artigos** do interior das revistas: não é o conteúdo do artigo e sua objetividade o objetivo do estudo.

2. Procedimentos empíricos pré-campo

Para auxiliar no trabalho de campo, foram levantadas questões norteadoras relativas às técnicas de pesquisa utilizáveis na

captura de dados referentes à retórica das capas e o papel de convencimento de seu público:

- a. Que temas aparecem do objeto de estudo, suas questões e hipóteses?
- b. Como se repetem, com que frequência, quais os mais persistentes?
- c. Mapeamento e classificação de assuntos/mensagens com suas repetições (locais das bancas, se possível).
- d. Quais revistas mais “aparecem” nas bancas, quais tem mais visibilidade na vitrine? Quais foram selecionadas, em que períodos, e com que critérios?
- e. Que diferentes mensagens/sentidos podem ter as distintas revistas, sejam elas oriundas do campo das biociências, da nutrição, da saúde, do “viver bem”, enfim, das diferentes áreas envolvidas na divulgação das mensagens?
- f. Qual o papel da categoria de análise *mensagem*, do campo da Comunicação Social, no estudo: quem fala (emissor), para quem (público), com que mensagem, em função de que propósito(s)
- g. Quais os atores/protagonistas envolvidos tanto num quanto noutro polo (emissor/receptor)?
- h. Como captar empiricamente - com que técnicas de pesquisa - o processo de persuasão nas mensagens das imagens/palavras estampadas nas capas?

- i. Que tipo de análise aplicar à retórica das imagens/palavras das capas de revista?
- j. As imagens/mensagens podem ser apreendidas no processo comunicativo símbolo/signo/sinal, por exemplo? Através de que procedimento(s)?

3.2 A descrição do campo

As fotografias das bancas foram realizadas com aparelhos digitais portáteis e câmeras profissionais nas localidades pesquisadas, buscando registrar sobretudo a “entrada” das bancas e o que denominamos “vitrine” (convencionalmente chamados de *expositores*), isto é, a parte lateral das mesmas, estando as revistas dispostas em forma de painéis, onde habitualmente se alinham os temas centrais do objeto da investigação (biociências, vida, saúde, atividades físicas, alimentos).

Foram também observadas e fotografadas outras partes das bancas, como as laterais, bem como o interior das mesmas, onde são acomodados os jornais cotidianos ou semanais e variados tipos de publicação (quadrinhos, revistas infantis, publicações de meses anteriores, etc.), além de quebra-cabeças e outros jogos.

3.2.1 As bancas na cidade do Rio de Janeiro

A descrição detalhada nesta seção amplia, ratificando (ou retificando) as características principais de bancas de jornal e revistas observadas na zona sul da cidade do Rio de Janeiro, nos bairros Catete, Flamengo e Botafogo.

No Rio de Janeiro, as bancas de revistas e jornais são espaços com superfície variável de armazenamento e exposição de impressos relativamente estáveis, geralmente com estrutura em aço e alumínio, constando de uma frente com cerca de dois metros de altura, laterais com revistas em “painéis” e uma “vitrine”, isto é um espaço protegido por vidros onde se enfileiram periódicos com temas estratégicos em termos de vendas. Entre eles estampam-se frequentemente assuntos relativos às biociências e seu papel na vida, na alimentação, no processo saúde/doença, nas curas, etc.).

Há, além disto, uma grande entrada frontal e considerável espaço interno armazenador, medindo as bancas de maior porte em média de 12 a 20m². Atualmente, com a mudança do perfil imobiliário nos grandes centros, já há moradias - “studios” seguindo a denominação francesa - no Rio de Janeiro e São Paulo com tais dimensões.

Na entrada da banca, acima do alcance das mãos, mas na altura do olhar, enfileiram-se revistas, cujos temas variam de acordo com a preferência do responsável, ou de acordo com o público que a busca costumeiramente, em parte clientela fiel, e em parte – maior - clientela flutuante.

A ordem das revistas obedece, segundo depoimento de alguns responsáveis, à lei da oferta e da procura, (“busca do cliente”) mas podemos observar revistas de divulgação científica colocadas nesta posição de entrada, de fácil visibilidade ao passante, buscando causar impacto visual, o primeiro passo da retórica da imagem: seduzir pelo olhar para convencer à compra.

Com a descrição até aqui realizada, queremos chamar a atenção para as diversas “funções” que costumam desempenhar as bancas no contexto espacial cultural em que se situam. As aspas colocadas em *funções* significam que não assumimos aqui o termo como um conceito da teoria funcionalista, mas sim como conjunto de referências e tarefas que as bancas podem desempenhar no meio social.

Tais tarefas variam consideravelmente conforme as regiões e respondem por demandas de pequenos hábitos da população que circula na região. Tomemos como exemplo a venda de cigarros à varejo. Todo fumante de modestas posses procura o varejista da banca como fornecedor.

Também o fato de as bancas serem ‘ponto de referência’ para informações sobre ruas, meios de transporte, como ônibus e metrô, locais de comércio ou turismo, clínicas, postos de polícia, empresas, museus etc.

Além disso, há uma **demanda** social constante de variados produtos da população às próprias bancas, para além de revistas e jornais, sendo possível enumerar os itens e construir uma lista provável da variedade de produtos à venda, distribuídos no interior, ou na parte da entrada de uma banca de jornal típica da região Catete/Flamengo/Botafogo, no Rio de Janeiro:

Produtos encontrados nas bancas

a) Água mineral, em garrafas de 330 ml, as vezes copinhos de 200ml, além de refrigerantes, guaraná, mate, etc. vendidas em latinhas ou garrafas. Esta demanda faz com que as bancas tenham

geralmente ao menos um refrigerador ou *freezer* (geralmente ambos), o que ocupa um espaço considerável da superfície do interior da banca.

b) Biscoitinhos, salgados e doces: batatinhas, roscas, bombons e balas de todos os tipos, gomas de mascar, além de variados tipos de alimentos não cozidos. Estes são colocados em prateleiras especiais no interior da banca, ou mesmo distribuídos por cima de certos periódicos menos demandados, ou pendurados em cordéis/arames em espaço interno da banca. Muitas pessoas apressadas compram esse tipo de alimento – não interessando aqui seu valor nutricional - por poucos reais nas bancas.

c) Pequenos brinquedos, de coleção ou não: há brinquedos de pelúcia; brinquedos movidos por mecanismos, como carrinhos; super-heróis de quadrinhos em plástico ou material semelhante, etc. Também pequenos jogos de cartas – não nos referimos a baralhos – álbuns de coleções, sobretudo esportivas, com pacotes de figurinhas referentes a cada uma dessas coleções: futebol, super-heróis, etc.

d) Artefatos e objetos relacionados a ofertas de editoras relativas a coleções de revistas; trata-se de miniaturas de objetos tais como relógios, perfumes, bonecos, etc.

e) Figurinhas relativas aos álbuns dos mais diversos temas, sobretudo esportivos, bem como os próprios álbuns.

f) Pilhas de todos os tamanhos, para carregadores de aparelhos geralmente.

g) Chips de operadoras de celular e recargas de créditos.

h) Em algumas bancas há também a oferta certos itens específicos como incensos e outros produtos “exóticos” (velas, ervas, itens religiosos, etc.);

i) Há ainda outros itens não esperados na comercialização de banca de revista, tais como comprimidos: aspirinas e *paracetamol*, por exemplo, vendidos como os cigarros, a varejo, guardados no interior ou na entrada da banca;

i) Camisetas, cartazes e adesivos alusivos a clubes de futebol, sobretudo os mais populares, como o Flamengo, ou Fluminense, Botafogo e Vasco da Gama, mais populares na cidade.

j) Livros: romances, novelas policiais, clássicos da literatura e mesmo das ciências humanas como psicanálise, psicologia e filosofia, em formato livros de bolso. Os preços são acessíveis à pequena classe média, sejam estudantes ou apreciadores dos gêneros.

l) Acessórios para banho de mar, como óculos de praia de plástico, protetor solar, bolas, sobretudo infantis, e mesmo sandálias de praia, aparecem em bancas de tamanho maior.

Com base em todos esses itens, que não se esgotam nesta lista, podemos fazer uma aproximação das grandes bancas de jornal com as “*drugstores*” americanas da primeira metade do século XX, tanto do ponto de vista do consumo como da sociabilidade que mobilizam no entorno em que se situam.

As bancas no cenário urbano do Rio de Janeiro

A região socioespacial que inclui os bairros Flamengo, Ca-

tete e início de Laranjeiras, na zona sul do Rio de Janeiro é mediada pela grande praça situada em seu centro, denominada Largo do Machado. É uma região com aparente diversidade de classes, comparável ao atual bairro de Copacabana, em proporções menores.

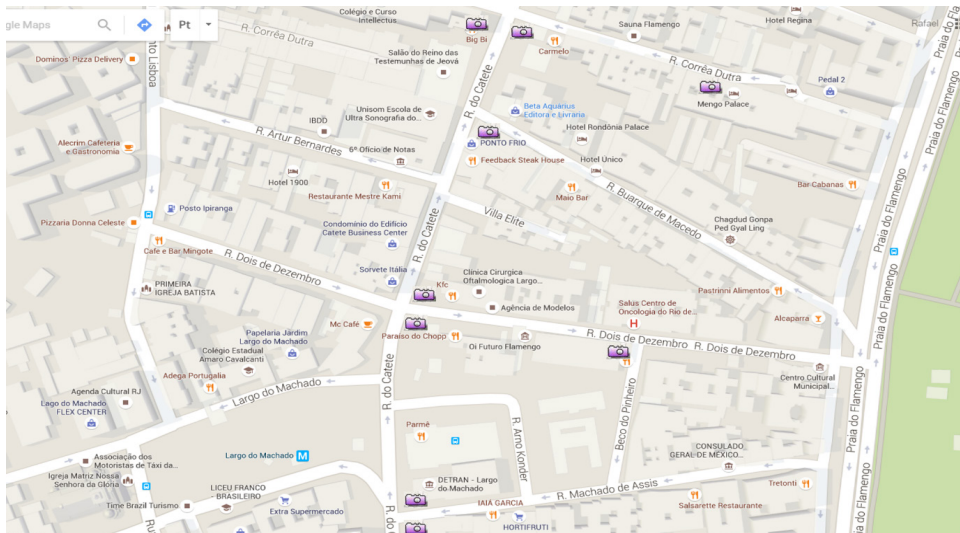
Acolhe intenso turismo, nacional e internacional com seus hotéis variando de cinco estrelas a modestos *hostéis* localizados nas ruas mais afastadas da Praia do Flamengo, ou no interior de favelas “pacificadas”, possuindo comércio abundante, clínicas de todo tipo, incluindo crescentes clínicas estéticas, numerosos restaurantes, farmácias e supermercados, academias de ginástica, sempre lotadas, e o famoso Parque do Flamengo, conhecido como Parque do *Aterro*, planejado por Burle Marx à beira mar, frente ao cartão postal Pão de Açúcar/Morro da Urca, palco de constantes eventos esportivos e musicais.

Neste sítio, os praticantes de atividades físicas desenvolvem suas variadas modalidades do nascer ao pôr do sol, e numerosos idosos - a região Catete-Flamengo é a segunda do Rio em população idosa - caminham e tomam sol, uma vez que a praia, poluída, não tem muitos frequentadores durante a semana, ao contrário dos fins de semana.

Nesta região podem ser encontrados representantes de todas as camadas sociais: média alta, média baixa, classe média “tradicional”, remanescente do período histórico em que o Rio de Janeiro era a capital da República, e o Palácio do Catete, hoje *Museu da República*, era a sede do governo federal. Convivem também com os trabalhadores habitantes das “comunidades” Tavares Bastos e Pedro Américo, em harmonia aparente em seu cotidiano –

apesar do crescente número de moradores de rua e dos constantes assaltos nessa região.

Não estamos incluindo aqui a tensão social crescente nesta região, expressa durante as fortes manifestações coletivas de 2013, bastante agressivas nos bairros Catete e Flamengo. Limitamo-nos tanto ao cotidiano de trabalho, como às atividades de diversão: cinemas, restaurantes, cafés, salas culturais, escolas de dança, etc. Assim, não existe a polarização social tão típica de bairros como o Leblon, Gávea ou Ipanema. Há mendigos e grupos de sem teto, em número crescente, mas o policiamento na região Catete/Flamengo, foco da observação realizada, é, em geral, intenso e constante. O clima de sociabilidade e diversidade social no bairro é notável. (Ver figura 3) Figura 3 - Mapa da Região do Catete. Os ícones representam as bancas registradas na pesquisa.



Fonte: site Google Maps, com identificação dos pontos pelos pesquisadores.

No bairro de Botafogo, na Zona Sul da cidade, examinamos uma banca. O aspecto da mesma muda - em comparação a bancas na região Catete/Flamengo e Duque de Caxias -, não apenas em relação à quantidade de produtos e publicações expostos, mas também em relação ao modo de exposição dos itens. Há uma vasta gama de jornais nacionais e estrangeiros (*Le Monde Diplomatique*, por exemplo), revistas de Filosofia, periódicos de música com CDs, revistas de Psicanálise e Psicologia, revistas de História, além de grande variedade de revistas voltadas para o corpo, a saúde, e a estética. São vendidos, além disso, livros clássicos em formato de bolso, além de DVDs (Coleção *Jazz*, por exemplo) e bilhetes de loteria.

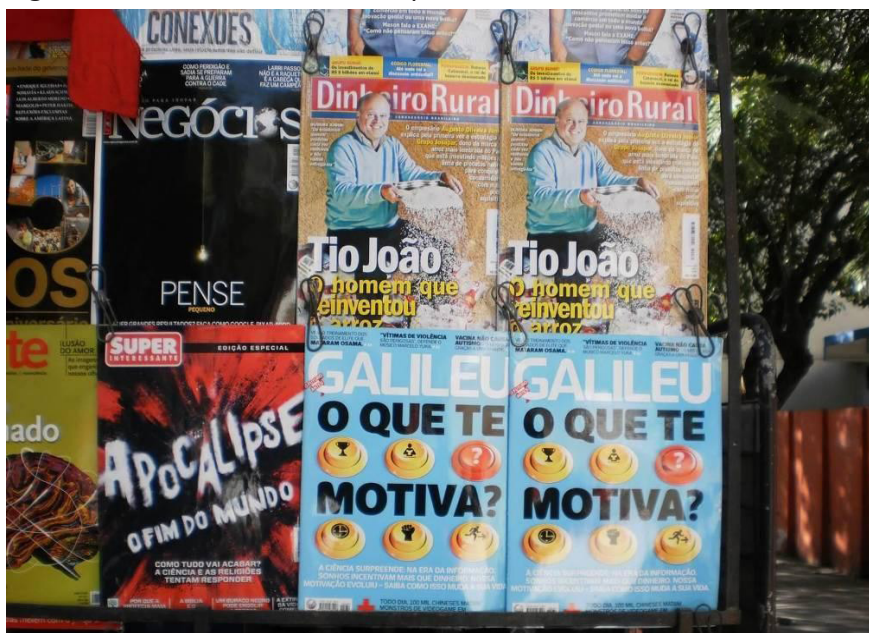
As revistas que abordam as questões da saúde como forma corporal são expostas no alto das bancas, de forma que fiquem à altura do campo visual de quem passa na calçada, assim como ficam todas as revistas de nu feminino e masculino, e as de fisiculturismo, de *running* e de *fitness* (*Men's Health*, *Women's Health*, *Flex*, *Bodybuilding Magazine*); além de uma gama de revistas de "boa saúde", como *Boa Forma*, *Saúde é Vital*, etc.

Figura 4 - Banca no Bairro Catete, Rio de Janeiro



Fonte: Registro fotográfico realizado pelos pesquisadores durante a pesquisa de campo.

Figura 5 – Detalhe de Banca: capas sobre diversos temas.



Fonte: Registro fotográfico realizado pelos pesquisadores durante a pesquisa de campo

Ficam em destaque, para terem suas capas amplamente visualizadas de longa distância pelos transeuntes, revistas como *Mente e Cérebro*, *Scientific American*, *História Viva*, *Conhecer*, etc.

A banca de Botafogo explora todos os espaços possíveis, do chão ao teto, expondo não apenas todos os tipos de jornais – inclusive internacionais – como também publicações variadas. Deve ser ressaltado que é significativa a quantidade de publicações voltadas para questões do corpo, da estética corporal, dos exercícios físicos, da alimentação, sendo que as capas das publicações apresentam sempre corpos “trabalhados”, isto é, adequados ao padrão estético hegemônico.

De forma similar, revistas sobre assuntos de arte, ciências, filosofia e política são expostas paralelamente àquelas ligadas ao corpo e à saúde, quando não há intersecção de assuntos, ou seja: revistas de divulgação científica com matérias de capa – fotos - voltadas para os cuidados estéticos, corporais e alimentares.

3.2.2 As bancas em Duque de Caxias (RJ)

O bairro de Jardim América, em Duque de Caxias, está situado à altura da Via Dutra, sendo considerado pelos órgãos do Governo do Estado como um bairro de classe média baixa. É rodeado por comunidades pobres, como as favelas da Ficap, Dique, Furquim Mendes, fazendo também fronteira com a comunidade de Vigário Geral.

Conseguimos localizar três bancas em toda a extensão territorial do bairro, sendo que duas delas estão localizadas na calçada esquerda da rua principal (Rua Franz Liszt) para aqueles que che-

gam ao bairro vindo da Avenida Brasil, e uma outra banca situam-se na esquina da mesma.

A característica principal destas bancas é o escasso número de periódicos, que não sejam revistas sobre novelas e cotidiano de celebridades. Mesmo os principais diários do Rio de Janeiro chegam em pouca tiragem e acabam cedo. Por volta das dez horas da manhã já não são encontrados quaisquer diários como *O Globo* ou *O Dia*, por exemplo, sobrando apenas os jornais mais baratos, claramente voltados para a população de baixa renda.

Estes periódicos populares apresentam um número de páginas reduzido se comparadas às páginas dos jornais tradicionais, apresentando linguajar mais simples, até mesmo com gírias. Primam por relatos de casos policiais e tragédias nas primeiras páginas. Concedem, ainda, grande atenção à vida de atrizes, jogadores de futebol e “celebridades”, além de não raro estamparem, fotos de mulheres seminuas em suas primeiras páginas.

Não há, nesses pontos de venda, quaisquer publicações de divulgação científica ou filosófica, ou mesmo periódicos que versem sobre saúde e vida. O que é mais exposto são revistas sobre entretenimento, como as revistas *Caras*, *Contigo*, *Tititi* e *Todateen*, por exemplo. O lucro destas bancas advém também da venda de bilhetes de prêmios lotéricos, como a “raspadinha do Rio”.

Os periódicos ficam expostos nas paredes externas das bancas, destacando-se jornais populares e de concursos, produto muito comum nessa localidade, além das revistas já citadas. Em comparação com as bancas de bairros de Duque de Caxias, as de

Jardim América apresentam um número reduzido de exemplares de jornais e revistas dispostos na vitrine.

No centro de Duque de Caxias foi observada uma grande banca, instalada próximo ao terminal rodoviário. Este ponto apresenta, em contraposição aos de Jardim América, uma vasta gama de periódicos de todos os tipos, jornais e revistas, todos nacionais, inclusive os de maior circulação, além das revistas que divulgam assuntos científicos. Ocorre que estas últimas ficam no interior da banca – pois se trata de uma ampla superfície – e a disposição das publicações no exterior das bancas apresenta em primeiro plano os jornais de grande circulação, os diários populares, as revistas sobre novelas e “fofocas” sobre atores e celebridades, além das revistas de nu feminino e algumas referentes a sexo e aconselhamento sexual.

Os jornais *Extra* e o *Última Hora*, juntamente com os jornais de concursos (em sua maior parte públicos) recebem grande destaque de disposição nessa banca. Da mesma forma, destacam-se revistas para adolescentes, além de publicações com músicas cifradas para violão, ou ainda, aquelas que ensinam os passos iniciais do instrumento.

As revistas de divulgação científica são raras, e, como dissemos, ficam praticamente ocultas no interior da banca. A de maior destaque, neste caso, é a *Superinteressante*, a única voltada para divulgação de questões científicas.

Nenhuma publicação relacionada às ciências humanas, como Sociologia ou História foi encontrada, nem Psicologia ou Psicanálise. Há, entretanto, considerável exposição de revistas de nu

feminino. Já a revista *Boa Forma* compareceu com dois números expostos ao lado das revistas *Men's Health* e *Women's Health*.

3.2.3 As bancas observadas em Porto Alegre

Em Porto Alegre, a observação de bancas foi concentrada na região central da cidade. Trata-se de uma região de classe média, que foi observada por possuir considerável quantidade de bancas de revistas e jornais numa área de alta circulação de tráfego, com concentração de terminais de ônibus.

Reúne em seu entorno, uma diversidade de serviços públicos, tais como hospitais, universidades, farmácias, restaurantes, comércio abundante e contínua circulação de pessoas de faixas etárias variadas. Está também próximo a pontos turísticos importantes da capital gaúcha, como o Mercado Público e o Parque Farroupilha.

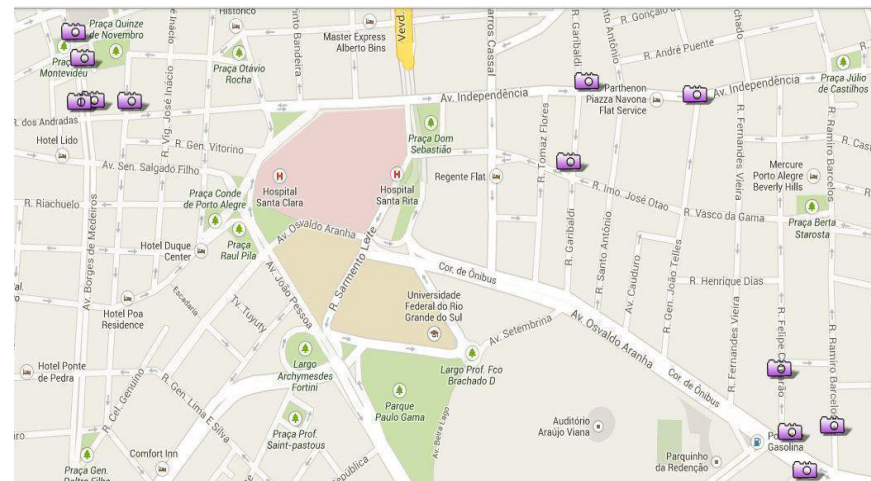
Os bairros pesquisados, Bom Fim, Independência, Santa Cecília, Cidade Baixa e Centro Histórico são sítios residenciais e comerciais, com grande fluxo de circulação de pessoas durante a semana, predominantemente em horário comercial.

Por serem atravessados por grandes avenidas importantes para a mobilidade em Porto Alegre, há também pessoas de passagem a caminho de outros locais da cidade. A presença de grandes hospitais públicos (Hospital de Pronto Socorro, Clínicas, Santa Casa e Hospital Materno Infantil Presidente Vargas), movimentam um público específico em busca dos serviços de saúde.

O Centro Histórico de Porto Alegre pode ser caracterizado pelas grandes construções comerciais e terminais de ônibus, sendo também um local de circulação intensa de pessoas. Na antiga

Rua da Praia, hoje nomeada Rua dos Andradas, concentra-se um comércio de artesanato, barracas de vendas de objetos de consumo diversos, convivendo com frequentes intervenções de artistas de rua. (Ver mapa a seguir)

Figura 6 - Mapa da Região Central de Porto Alegre. Os ícones representam as bancas registradas na pesquisa.



Fonte: site *Google Maps*, com identificação dos pontos pelos pesquisadores.

As bancas de revista, em Porto Alegre, similarmente ao Rio de Janeiro, são estruturas de armazenamento e exposição de impressos relativamente estáveis, geralmente com suporte em aço e alumínio, constando de uma frente com cerca de dois metros de altura, laterais com revistas em ‘painéis’ e uma ‘vitrine’, isto é, um espaço protegido por vidros onde se enfileiram periódicos com temas estratégicos em termos de vendas.

A estrutura física e as atividades das bancas são regidas pela lei municipal Nº 10.605, de 29 de dezembro de 2008, que qualifica quatro tipos de bancas. Apenas uma das bancas visitadas se localiza dentro de um imóvel; todas as demais seguem o padrão municipal

e se encontram nas calçadas.

De acordo com os proprietários e vendedores das bancas, os fornecedores de periódicos classificam as bancas como generalistas ou especializadas, conforme a composição dos conteúdos disponibilizados para venda. As bancas generalistas se apresentam em maior quantidade e seu conteúdo é diversificado, voltado para o maior número possível de leitores. Diversas outras mercadorias são oferecidas aos consumidores, configurando-se assim uma semelhança de “pequeno comércio” (*drugstore*) com as bancas observadas no Rio de Janeiro.

As bancas especializadas, por sua vez, não são muito frequentes e primam por uma seleção de clientela a partir da escolha da oferta de seus produtos. Optam pela restrição da comercialização de certos tipos de mercadoria, como cigarros ou pornografia, por exemplo. Essa restrição na oferta, associada ao formato da distribuição dos periódicos na banca, induz a uma “seleção natural” a um determinado perfil de consumidor, que demanda assuntos similares.

Segundo o relato de um responsável de banca, as revistas localizadas na altura dos olhos dos clientes seguem o que o público, em parte clientela fiel, mas predominantemente clientela flutuante, busca. Ainda de acordo com os responsáveis, tal como no Rio de Janeiro, as prateleiras colocadas no interior das bancas na parte superior são reservadas e utilizadas especialmente como “acervo” de revistas que não foram ainda vendidas, mas são procuradas, com possibilidade de venda.

Pode-se observar que cada banca de revista possui um tipo de público específico, que costuma frequentá-la e que compra seus produtos em função da localização da banca. Temos, por exemplo, uma banca próxima ao Hospital Presidente Vargas, que apresenta maior visibilidade dos temas relacionados à saúde, especificamente capas com títulos sobre patologias. Segundo a informação do atendente, que era também responsável pela organização da disposição das revistas na banca, os clientes adentram a banca já sabendo o tipo de conteúdo temático que desejam adquirir, por saírem do hospital em busca de informações sobre suas doenças e tratamentos possíveis.

Ainda segundo os atendentes, a escolha dos consumidores tem a capacidade de determinar a disposição das revistas no espaço da banca onde as publicações mais vendidas tendem a ocupar lugares de maior visibilidade. Assim, podemos inferir que, de maneira inversa às bancas especializadas, a disposição dos conteúdos das bancas generalistas é moldada pela procura dos clientes.

Outro fato observado nas bancas em questão é que os próprios atendentes, quando questionados quanto a revistas que tratam de saúde, indicavam revistas relacionadas com fitoterápicos e alimentação, compreendendo ervas e alimentos como mantenedores da saúde, ou alternativos aos tratamentos alopáticos.

Foi identificado também que esses periódicos estavam frequentemente colocados próximos a outras publicações geralmente voltadas para o público feminino, como as revistas de telenovelas, “fofocas”, decoração e artes manuais, entre outras, sendo dispostas de modo a chamar a atenção deste público consumidor específico.

Essa inferência de gênero pode ser confirmada pela fala de um atendente que relatou a disposição preferencial desses dois tipos de revistas e a preferência de consumo pelo público feminino. Segundo o informante, o público masculino geralmente não consome este tipo de revista de “saúde”.

As revistas que abordam dietas e alimentação saudável são mais vendidas à medida que o verão se aproxima. Frequentemente, nestas edições que apresentam chamadas sobre dieta há uma ordem expressa no imperativo dos verbos como por exemplo *secar* - “seque gorduras” - que imprime um tom de eficácia na estratégia a ser adotada como preparação para o próximo verão. As revistas sobre saúde compõem efetivamente a disposição em vitrine e em cartazes nos expositores externos às bancas. Conforme apontou um dos proprietários de banca, os homens procuram por notícias e reportagens, por isso o destaque para as revistas gerais (Veja, Isto É, Época...). Já o público feminino procura prioritariamente revistas relacionadas com saúde e doenças.

O perfil recorrente de compradoras, segundo os vendedores, é de mulheres com mais de 35 anos até os 60 anos. Ainda segundo eles, essa faixa etária está mais interessada em temas da saúde, por já sentirem efeitos das doenças crônicas, como o diabetes. “Os mais jovens não tem essa preocupação, só querem comer chocolate, essas coisas...” relatou um dos responsáveis pelas bancas.

Diabetes, pressão alta, colesterol e alimentação são carros-chefes da procura neste segmento, como apontou o vendedor da banca da Avenida Venâncio Aires. Diabetes é um tema recorrente

nos periódicos, inclusive com edições especiais com receitas, normas de comportamento para o paciente, hábitos saudáveis para diabéticos e enfermidades decorrentes desta doença.

As revistas de nutrição que abordam “o poder” de determinado tipo de alimento são muito procuradas. Numa banca próxima ao Hospital de Pronto Socorro, por exemplo, a revista “O poder das saladas” só tinha um exemplar dos 40 encomendados na última remessa. E já haviam sido vendidos mais de 150 exemplares desde o lançamento da publicação. O vendedor acreditava que uma nova remessa teria público certo. A capa desta revista destaca 63 opções de receitas saudáveis, com ênfase no controle da pressão arterial e na desintoxicação do organismo. Também traz chamadas para artigos sobre o “supergrão” que ajuda a emagrecer.

O fato de uma determinada revista estar exposta externamente, de maneira visível para quem cruza a banca, é considerado fundamental para que determinada edição tenha maior procura. Mas a composição da capa acaba sendo decisiva, como se verá no processo de análise, para a compra por parte dos leitores flutuantes, que não são os compradores fiéis de uma revista.

Revistas de *fitness*, musculação, ginástica e exercícios físicos não foram considerados pelos proprietários das bancas visitadas como pertencendo ao campo da saúde, como apontou o vendedor da banca da Rua João Telles, por exemplo. Questionados se tais revistas faziam parte da temática saúde, os vendedores disseram que isso não era assim considerado pelos clientes, sendo de interesse apenas de leitores geralmente voltados para práticas de atividades físicas.

Sobre as revistas de divulgação científica, como *Scientific American* e *Superinteressante*, geralmente estavam colocadas separadas das de nutrição e conselhos de prevenção em saúde. Também não eram referidas como publicações de saúde. O público que procura estes periódicos é referido como de maior escolaridade, como apontou o proprietário da banca da Avenida Venâncio Aires, já que buscam conhecimentos mais estruturados.

Sempre que essas revistas trazem um tema de saúde como destaque de capa, a procura cresce acentuadamente entre os demais leitores, e estas publicações acabam indo para locais de exposição externos da banca, a partir da percepção de que despertarão um interesse maior que o apresentado com outras temáticas.

A capa da *Scientific American* de outubro de 2013 foi uma desses casos que despertaram interesse em função da temática sobre mudanças nos critérios para o cálculo de calorias na alimentação, mobilizando a atenção de muitos leitores.

As revistas relacionadas às áreas de Ciências Humanas, como Filosofia e Sociologia, ficavam mais escondidas no interior da banca, embora também tivessem sempre um representante nos expositores externos, dando destaque a autores renomados nessas disciplinas, como Freud na Psicanálise.

Quanto às revistas mais populares tematizando saúde, que se baseiam essencialmente nos resumos de telenovelas e na vida das “celebridades”, o tema da saúde nunca figura como destaque de fato, porém é presença obrigatória em chamadas secundárias, seguindo sempre a linha de “dicas” de alimentos para a perda de peso, atividades físicas para sair do sedentarismo ou cuidados com

cabelo e estética corporal.

Não foi identificada uma procura direta às revistas de divulgação científica como fator determinante para a escolha por parte dos leitores. De modo genérico, entretanto, a informação de natureza acadêmica especializada é frequentemente atribuída como um reforço da chancela da ciência.

De qualquer forma, o reforço de representações das Bio-ciências, como a concepção do corpo humano como máquina que requer manutenção, fica reforçado pelas composições das capas, com a abordagem contínua de corpos na máxima forma, alimentos com superpoderes para curar doenças, fórmulas infalíveis de reprogramação cerebral que visam a mudar comportamentos sem desenvolver o esforço necessário. Isto parece evidenciar-se numa primeira observação do interior das bancas com as revistas aglomeradas, parcialmente à mostra. Há ali palavras e imagens que direcionam o leitor ao consumo de uma saúde que pode ser “comprada” com a aquisição da revista.

3.2.4 Síntese das visitas a campo

Abaixo resumimos em quadro síntese o conjunto de observação do trabalho de campo (bancas de jornal visitadas no Rio de Janeiro, Duque de Caxias e Porto Alegre).

Quadro 1- QUADRO SÍNTESE DO CAMPO

TEMPO DE PESQUISA E CARACTERIZAÇÃO SOCIOESPACIAL DAS BANCAS POR LOCALIDADE

	RS PORTO ALEGRE	RJ ZONA SUL	RJ BOTAFOGO	RJ ZONA NORTE	RJ DUQUE DE CAXIAS	BUSCA VIRTUAL
Tempo de pesquisa	3 meses	12 meses	4 meses	4 meses	4 meses	2 visitas em cada site
Bairros visitados	Centro, Independência, Bom Fim, Farroupilha	Catete e Flamengo	Botafogo	Jardim América	Centro de Caxias	Sites das editoras
Perfil social do(s) bairro(s) pesquisado(s)	Região de classe média; áreas residenciais; grande fluxo de pessoas durante a semana (horário comercial); dois grandes hospitais na região.	Intenso turismo (nacional e internacional); comércio abundante; clínicas de todo tipo; Parque do Flamengo (palco eventos esportivos e musicais).	Intenso turismo (nacional e internacional); comércio abundante; clínicas de todo tipo; espaço gastronômico e cultural	Bairro de classe média baixa; rodeado por comunidades pobres; fronteira com Vigário Geral.	Região de classe média; áreas residenciais e comerciais; grande fluxo de pessoas durante a semana (horário comercial).	Espaço virtual organizado pelas próprias editoras dos periódicos.
Contexto das bancas	Grande quantidade de bancas de revistas na região.	Grande quantidade de bancas de revistas na região.	Jornais nacionais e estrangeiros; revistas de Filosofia, Psicanálise e História; periódicos de música com CDs; revistas voltadas para o corpo, saúde e estética.	Pouco diversificado; na parte externa: jornais e revistas populares e publicações de concursos; outros periódicos são pouco frequentes.	Bancas grandes instaladas no centro da cidade, similares ao centro e zona sul do RJ; diversos tipos de revistas, inclusive as voltadas para corpo, saúde e estética.	Foi procurado o espaço de assinaturas, destinado à tomada de decisão do futuro leitor.
Bancas visitadas	11 visitadas: 3 no Bairro Farroupilha; 2 no Bairro Bom Fim; 2 no Bairro Independência; 5 no Bairro Centro	10 visitadas: 5 na rua do Catete; 1 na Rua Correia Dutra; 1 na rua Dois de Dezembro; 3 no Largo do Machado		3 visitadas: 2 na Rua Franz Liszt; 1 esquina da Avenida Brasil.	1 banca	
Localização dos periódicos	Revistas sobre saúde são destaque nas vitrines e expositores externos das bancas. No interior, elas estão geralmente no primeiro plano, logo na entrada.	Revistas de divulgação científica colocadas na entrada e na vitrine das bancas. As revistas de temáticas semelhantes são dispostas próximas umas das outras.	As revistas que abordam as questões da saúde são expostas a altura do campo visual. Algumas ficam em destaque sendo visualizadas de longa distância.		Jornais populares e publicações de concursos em destaque. Revistas de divulgação científica são raras e ficam ocultas no interior da banca. Nenhuma publicação das ciências humanas.	

3.3 Resultados obtidos no trabalho de campo

As primeiras atividades no campo nos levaram a descrever com

mais clareza e pertinência a complexidade de nosso objeto de estudo. Possibilitaram-nos, numa segunda fase de observação, a ampliação e o aprofundamento do foco da metodologia na análise das imagens das capas de revistas, permitindo-nos, assim, interpretações relativas a suas funções na construção do imaginário contemporâneo de vida e de saúde relacionada com a divulgação das Biociências.

Na primeira fase da observação, obtivemos algumas indicações do campo que nos permitiram apontar para algumas conclusões:

1. Diversidade e semelhanças da composição das bancas em função de sua situação no espaço social:

Pudemos observar que a composição das bancas de revistas e jornais varia consideravelmente de acordo com a região social em que elas estão situadas: subúrbios, bairros residenciais de classe média, periferia urbana, e mesmo centros de cidades (Rio de Janeiro, Duque de Caxias, Porto Alegre).

Não apenas varia a quantidade e a diversidade de itens distribuídos e vendidos das mesmas (jornais, revistas, pequeno comércio), como sua distribuição espacial muda de acordo com o

local da banca.

Bairros de periferia tendem a vender, ao contrário de bancas situadas em bairros de classe média, sobretudo jornais populares, periódicos de fitness e revistas de telenovelas. Bancas de regiões de classe média, tanto na zona sul do Rio de Janeiro como nos bairros residenciais e comerciais de Porto Alegre, vendem uma grande variedade de periódicos - inclusive os que pertencem ao universo desta pesquisa: as biociências - e revistas ligadas à saúde e à divulgação científica.

2. Inserção social das bancas em seus locais

Pode-se observar que as bancas desempenham várias funções no local em que se situam, sendo frequentemente zonas de sociabilidade, não apenas para clientes costumeiros, como para desconhecidos que visitam a localidade, tanto para o turista como para o interiorano em busca de orientação.

Em primeiro lugar, fornecem informações sobre situação de ruas, meios de transportes, pontos turísticos, instituições de saúde, cafés, museus, restaurantes, etc. O responsável pela banca é geralmente um “conhecedor” da região e um informante de lugares sociais e meios de locomoção. Este é um fato passível de generalização para todo o meio urbano contemporâneo. As bancas de jornais são efetivamente pontos de referência nas cidades.

3. O “pequeno comércio” nas bancas - uma drugstore contemporânea?

Pudemos observar que as bancas funcionam frequentemente como local de comércio de “pequenas coisas”: desde miniaturas de objetos de arte e entretenimento, oferecidos como brindes por revistas e jornais a seus leitores, até cartões lotéricos e chips de telefones celulares pré-pagos, além de cigarros vendidos à unidade (“varejo”).

Água mineral, refrigerantes, biscoitos e outros pequenos itens alimentares, como balas, bombons, chocolates, estão à venda. Além disto, CDs, DVDs, jogos de memória, brinquedos, e em alguns casos, como na zona sul do Rio, incenso e itens religiosos, como estandartes de santos populares. Bandeiras e camisetas de clubes esportivos também estão presentes, como em bancas do Rio de Janeiro.

Diante da diversidade de artigos encontrados à venda nas bancas, e da sociabilidade que gira em torno dos produtos à venda nas mesmas, fizemos anteriormente uma aproximação sociocultural com as *drugstores* americanas da primeira metade do século XX, tanto do ponto de vista do consumo, como da sociabilidade característica desses locais, onde a circulação do consumidor no espaço permite o acesso ao artigo desejado.

Uma diferença marcante é que as bancas situam-se no ambiente aberto, embora restrito, das calçadas, enquanto as *drugstores* eram contidas em grandes espaços fechados, como armazéns. As bancas de jornais podem ser vistas, ousamos confirmar, como *drugstores* atuais compactas.

4. Palavras-chave e imagens de comando emergentes do campo

A partir da visualização inicial das capas, a partir das fotos do campo, e de busca virtual realizada, foram identificadas palavras-chaves, geralmente usadas no **modo imperativo**, comandos que orientam determinadas práticas sobre a vida e a saúde.

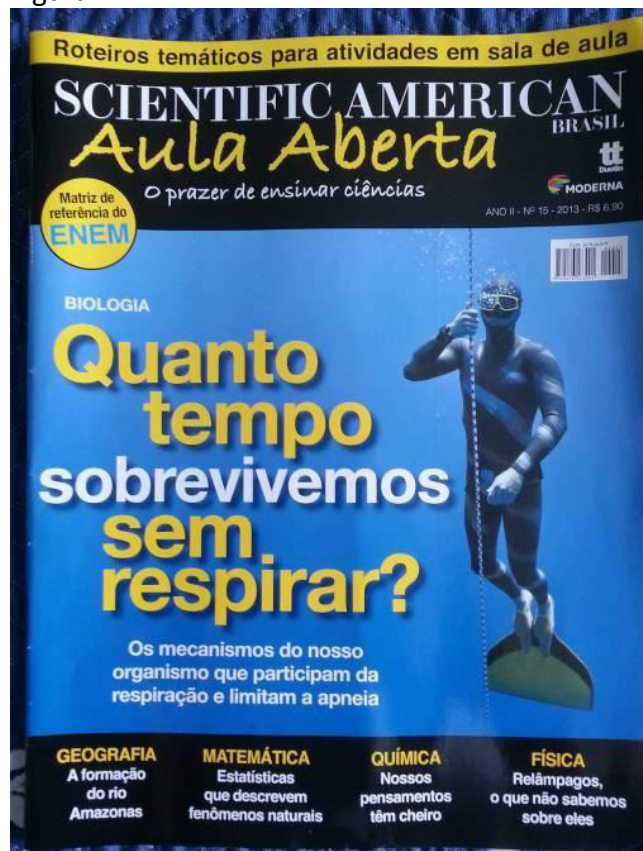
Temos como evidência a recorrência das expressões *poder* e *dever*, insinuando ordens para “perda de peso”. Há também a legitimação de assuntos tratados nos periódicos por especialistas, pela reiterada referência às pesquisas científicas e à utilização dos termos *ciência* e *científico*. Pode-se perceber também um apelo recorrente à *qualidade de vida* associada a atividades físicas e dietas alimentares.

Quanto às imagens, identificamos também no campo construções gráficas e elementos visuais recorrentes, como a utilização de imagens de órgãos, principalmente o coração e o cérebro, geralmente relacionados com doenças crônicas.

5. Papel pedagógico das revistas de divulgação científica

Resultou da leitura detalhada das capas, bem como da leitura flutuante de certos artigos internos das revistas coletadas, que os periódicos de divulgação científica preenchem no momento um papel não apenas informativo, como **pedagógico**, apresentando e incentivando no seu público o debate de temas atuais nas diversas disciplinas - seja nas biociências ou nas ciências humanas -, ou mesmo retomando teorias e conceitos de autores clássicos, recontextualizando-os em temáticas de discussão atual.

Figura 7



Esse papel pedagógico - complementar ao ensino médio formal - torna-se evidente a partir tanto de “selos de certificação” destacados na capa de certos periódicos, referenciando-se para a preparação do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem). Além disso, apresentam seções e encartes voltadas para alunos, para a escola e o professor, como a “Seção do Professor”, por exemplo, que aparece na revista “Escola Aberta”, do grupo Scientific American. (figura 7)

CAPÍTULO 4

Descrevendo as revistas no campo:

mosaico de sentidos em vitrine



Passamos em seguida a descrever as capas recorrentes das revistas, relevantes para nossa observação, presentes nas bancas visitadas, também na busca virtual realizada e durante o processo de *leitura flutuante*. Levamos em consideração aspectos importantes do contexto socioespacial, assim como os títulos que se repetem, a disposição das revistas no interior da banca e a forma como as diferentes publicações são agrupadas e expostas em formato vitrine.

Para complementar o campo realizado nas cidades do Rio de Janeiro, Duque de Caxias e Porto Alegre, foi realizada uma busca virtual de revistas, no sentido de identificar descrições e características complementares de periódicos identificados nas bancas.

A escolha das revistas fotografadas é consequência da primeira seleção realizada no projeto, em 2012, restrita às **capas** dos periódicos com matérias de divulgação científica, incluindo os que exibem *chamadas* para artigos voltados à prática de determinadas atividades, geralmente (embora não exclusivamente) corpóreas - ou para modos de alimentação, de controle de riscos à saúde, ou mesmo para a explicação científica de patologias não controladas, como as atuais síndromes e transtornos físicos e mentais.

As capas são nosso objeto central, *núcleo duro de pesquisa*,

portanto também das práticas de observação. Através da análise das fotos dos periódicos, buscamos apreender a *retórica* da mensagem presente na simbiose **imagem/palavra** ilustrada na capa.

Para a seleção e leitura flutuante de artigos referentes às capas de revistas de divulgação científica foram escolhidas inicialmente as áreas disciplinares expostas e fotografadas nas bancas: ciências humanas e sociais; ciências concernentes à vida e saúde (biociências, nutrição, educação física); neurociências especificamente voltadas para o funcionamento do cérebro e seu papel em relação às doenças crônicas, sobretudo neurológicas; ciências concernindo o meio ambiente (geociências e ecologia, sobretudo); além de revistas críticas em relação à economia e saúde, quando tematizando as biociências. Constatamos, ainda que preliminarmente, que poucas são as publicações que fogem atualmente de temáticas ligadas à vida e à saúde, dada a recorrência do tema na cultura contemporânea.

Um conjunto de cerca de cem revistas de divulgação científica foi assim selecionado - no período de 2012 a 2014 - e observado por meio de *leitura flutuante*, sobretudo em artigos referentes à chamada de capa.

A gradação do tom da linguagem de divulgação das ciências, do *mais esotérico para o mais exotérico*, conforme proposta constando do projeto (LUZ et al., 2011), foi o critério para este procedimento, embora todas as revistas estivessem no campo da **divulgação** e não no da **difusão** científica.

A *difusão científica*, restrita aos periódicos acadêmicos disciplinares, é a comunicação de tom mais *esotérico* na divulgação

das atividades e descobertas nas ciências, não constando dos objetivos deste estudo. Podemos destacar, entretanto, variedades de *tom acadêmico* nos artigos de **divulgação**.

Começamos com os periódicos de estilo nitidamente informativo, embora o próprio teor objetivante das matérias seja, neste caso, o elemento retórico estratégico, pois tende a convencer por sua “objetividade”, indo até as publicações de propaganda, ou publicidade de novas drogas ou equipamentos, ou mesmo de dietas miraculosas, embora o tom, neste caso, seja frequentemente disfarçado, buscando o convencimento por sua “cientificidade”.



As revistas de divulgação científica, aquelas cuja informação busca ser mais objetiva, visam a transmitir descobertas recentes nos diversos campos disciplinares, a discutir controvérsias, ou

a confirmar teorias e hipóteses. Estes periódicos têm seus artigos assinados por docentes ou pesquisadores altamente qualificados em termos acadêmicos. Poucos articulistas têm grau abaixo de PhD e muitos trabalham há anos em institutos de pesquisa, sendo *pesquisadores seniors*. Outros são jornalistas científicos especializados, com formação pós-graduada nesta área da comunicação social.

Entre os veículos de divulgação científica, salientam-se os do grupo editor **Scientific American**, que edita diversas revistas, em conjunto com várias editoras internacionais, com linhas distintas de edições por disciplinas e finalidades – pedagógicas ou de difusão – sendo o mais envolvido com a efetiva divulgação de resultados de pesquisa de biociências, concernindo as neurociências, a psicanálise, entre outras áreas disciplinares.

Apresenta resultados continuamente atualizados, face a eventuais discrepâncias ou controvérsias científicas, seja nas teorias ou nos resultados de testes de pesquisas em andamento, ou mesmo das pesquisas já concluídas. Além disso, deve-se considerar o crescimento de sua função complementar em informação pedagógica, constatada a perda institucional do sistema escolar como agente do ensino formal, sobretudo o presencial.

Como exemplo de publicação do conglomerado Scientific American temos a importante revista Mente e Cérebro. (figura 8) Nitidamente voltada para as neurociências, tematiza as doenças do atualmente considerado órgão central do ser humano, centro da vida e origem de grande parte dos adoecimentos.

Muitos desses adoecimentos, agora categorizados como patologias cerebrais, portanto orgânicas, a partir de estudos neu-

rocientíficos, são de fato disfunções psicoemocionais ou do caráter, em que a psicologia e a psicanálise têm seu lugar na explicação diagnóstica e na terapêutica, considerada a prevalência em ascensão dessas disfunções na sociedade contemporânea.

No período de observação do projeto, revistas de **divulgação das ciências sociais e humanas** foram também selecionadas e lidas. O critério básico para esta seleção foi o fato de tais periódicos divulgarem resultados de pesquisas atuais ou levantamentos sobre questões cruciais de saúde, sobretudo relativas ao adoecimento da população. Além disso, proporem comportamentos, ou advertirem sobre condutas errôneas, do ponto de vista ético/social, e seu efeito sobre a vida humana, assumindo tom normativo e atitude prescritiva. Foram também selecionados alguns números sobre ciências sociais de prestígio e sua atualidade em relação à vida e saúde.



No sentido de estabelecer comparações quanto à especificidade do discurso, selecionamos alguns números de revistas de divulgação científica definidas como *institucionais*: Ciência Hoje, editada pela Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), e a Revista Rio Pesquisa, (figura 9) editada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ), anteriormente distribuídas apenas a assinantes pesquisadores, atualmente encontráveis em bancas de jornal. As capas dos periódicos institucionais diferem graficamente das revistas tradicionalmente vendidas nas bancas, e do ponto de vista do design e da composição de imagens das capas podem ser consideradas “discretas”, ou “despojadas”.

4.1 Classificação das revistas observadas

Elaboramos um esquema classificatório para identificação empírica do grau de proximidade decrescente das revistas em relação às fontes de produção científica acadêmica, diferenciando-as daquelas voltadas para a produção *midiática* popular, com ou sem referenciar pesquisas em andamento ou terminadas, mas que abordam também temáticas ligadas à saúde e à vida.

A descrição mencionada no esquema classificatório não visa a contemplar a totalidade de revistas disponíveis no mercado em cada categoria. Como estudo qualitativo, referimo-nos a apenas algumas delas, identificadas durante as saídas de campo, vistas como mais relevantes para o nosso objeto de estudo. (BAUER, 2002)

4.1.1 Descrição das Revistas quanto ao Grau de Proximidade Decrescente com a Difusão Científica:

1) Biociências: as revistas voltadas para as ciências em geral mas que também abordam questões de saúde. São as mais próximas da produção dos pesquisadores, pois os mantêm como fontes diretas de informação, seja como autores dos textos ou como fontes primárias dos mesmos, com acesso direto à produção acadêmica, tendo a universidade como instituição abalizadora da produção científica. Entre as revistas deste gênero destacamos:

- *Scientific American* (não restrita às biociências)
- Revista *Mente e Cérebro*
- Coletânea “Doenças do Cérebro” (rev. *Mente e Cérebro*)
- Revista “*Ciência Hoje*”
- Revista *Superinteressante*
- Revista *Galileu*
- Revista *Rio Pesquisa* (FAPERJ)

2) Ciências Humanas: Revistas ligadas à psicanálise, filosofia, sociologia e educação, por exemplo.

- Revista *Psiquê*
- Revista *Educação*
- Revista *Cult*
- Revista *Sociologia*
- *Psicologia e Vida*

3) Revistas Jornalísticas: Revistas semanais, quando abordam alguma patologia (e seu tratamento), tais como diabetes, hipertensão ou obesidade, apoiadas em pesquisas científicas como fonte de legitimação discursiva:

- Veja;
- Isto É;
- Época;
- Carta Capital.

4) Revistas Populares: Periódicos de caráter fortemente comercial, com exploração do entretenimento, assuntos “curiosos” e do que é mais polêmico em termos de saúde e doença, cujas temáticas podem ser agrupadas em:

Patologias: algumas revistas se destacam como “Tudo sobre...” uma determinada doença.

- Tudo sobre Doenças Respiratórias
- Tudo sobre Diabetes
- Revista Sua Saúde

Nutrição: geralmente destacam alimentos saudáveis.

- Revista Dieta Já
- Saúde é Vital
- O Poder dos Grãos e Cereais
- Pense Leve
- Viva Saúde
- Ana Maria

Dietas: As dietas também se destacam.

- Revista Corpo a Corpo

Fitness: as revistas de atividades físicas.

- *Women's Health*
- *Men's Health*
- *Runner*

Fitoterápicos: as revistas sobre chás e ervas em edições especiais.

- Poder do Limão
- Importância da Linhaça
- Alimentos que curam

Revistas de novelas e celebridades: foram observadas ainda edições que abordam as celebridades de televisão, trazendo em suas capas destaque para temas da saúde. São especialmente voltadas para o público feminino:

- Caras
- Contigo
- Quem
- Nova
- Capricho
- Todateen

CAPÍTULO 5

Imagem e palavras nas capas das revistas: análise e interpretação das mensagens



Entre as revistas selecionadas para a análise e interpretação, foi dado um peso maior às revistas de *divulgação científica*, objeto central da pesquisa, mais próximo do discurso científico, complementadas com exemplares de outros gêneros de revistas, como forma de controle do universo pesquisado, tornando mais claras as características que diferenciam os distintos gêneros de divulgação que abordam questões de saúde e vida nos periódicos.

Não utilizamos, portanto, como método de interpretação das capas de revistas, técnicas quantitativas de análise, sobretudo de análise de conteúdo, como é usual nessa área temática, por não incluírem na análise dimensões simbólicas, elemento relevante para esse estudo.

Para a análise das capas, optamos por identificar relações simbólicas entre os tipos de representações imagéticas e as palavras-chaves, de modo a poder agrupá-las por semelhança, com o objetivo de apreender os sentidos que são ressaltados pela relação simbiótica imagem/palavra das capas.

Percebemos, como esperado, nas revistas de biociências e ciências em geral, a prevalência de termos e imagens relacionados ao universo discursivo desses campos. Do mesmo modo, as temáticas de saúde e vida ligadas às ciências humanas, são tratadas nes-

sas revistas claramente subordinadas às disciplinas de biociências e ciências da saúde. Práticas de promoção e prevenção de saúde recomendadas, quando aparecem, estão “respaldadas” por pesquisas científicas temáticas.

Por outro lado, revistas ligadas às ciências humanas e sociais buscam trazer os aspectos humanos e sociológicos como tema principal de suas matérias. Mesmo assim, predomina a presença de assuntos relacionados às biociências, em especial atualmente às neurociências. Não foi identificada, nas revistas pesquisadas, a relação de assuntos de promoção e prevenção em saúde nesse gênero de publicações.

Nas revistas institucionais, por sua característica de destacar ações e projetos desenvolvidos por instituições governamentais de apoio à pesquisa em órgãos acadêmicos e associados, há uma prevalência de assuntos ligados às ciências exatas, às biociências e à tecnociência. Assuntos que dizem respeito às ciências humanas aparecem geralmente na temática da educação, no sentido da valorização do aprendizado, do papel pedagógico das universidades e da acentuação da relevância dessas publicações.

Nas revistas caracteristicamente voltadas para a propaganda e publicidade, o discurso sobre a saúde e a vida é também recorrentemente embasado na autoridade científica, reforçando aspectos relacionados às biociências e seus paradigmas quanto a modos de vida e de cuidado.

Entre todos os gêneros, este é o que mais abre espaço para perspectivas de promoção e prevenção de saúde, acentuando par-

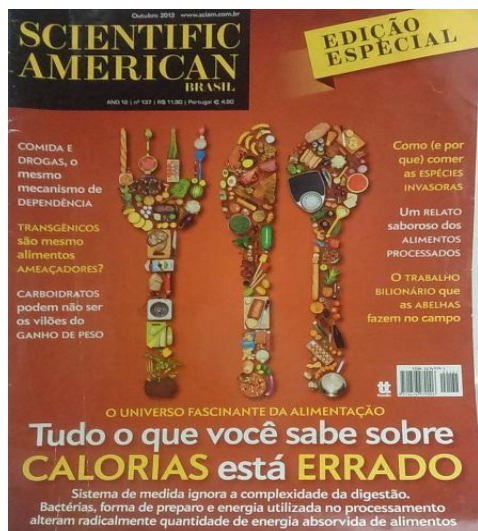
ticulamente cuidados com a alimentação e incentivo às atividades físicas, geralmente em tom prescritivo. Temáticas relativas às ciências humanas e sociais, aparecem com menor frequência, de forma difusa, remetendo, em geral, às questões sociais e à subjetividade humana.

5.1 Exemplos de análise e interpretação de capas de revista

Entre as diversas capas selecionadas para análise, escolhemos algumas para exemplificar ao leitor a descrição do(s) modo(s) como atua a simbiose imagem/palavra no processo de sugestão que denominamos *retórica de saúde e vida* nas revistas de divulgação científica.

Como primeiro exemplo, tomemos a edição especial 137 da Revista *Scientific American*, de outubro de 2013 (figura 10), cujo título foi “**Tudo que você sabe sobre calorias está errado: O universo fascinante da alimentação: Sistema de medida ignora a complexidade da digestão. Bactérias, forma de preparo e energia utilizada no processo alteram radicalmente quantidade de energia absorvida de alimentos.**”

Figura 10



No centro da capa em fundo laranja (cor de tijolo) há uma representação dos talheres (garfo, faca e colher), formados a partir de imagens de alimentos, bebidas e utensílios de cozinha, num mosaico multicolorido. Abaixo, o título chama atenção para uma falha no sistema de contagem de calorias, com destaque para as palavras “calorias” e “errado” em caixa alta e em letras amarelas. Como palavra/imagem-chave, destacamos: *saúde, alimentação / alimento / dieta, sistema de medida, complexidade, energia*.

Como mensagem final, fica o entendimento que a alimentação não deve ser reduzida à contagem de calorias, e que há uma variedade de elementos relativos à nutrição que necessita ser melhor apreendida e praticada pelo público. A concepção que emerge desta mensagem é de que é possível comer sem a medo/culpa quanto às calorias, e que o sistema nutricional estabelecido pelos saberes tradicionais está sendo revisto face a sua complexidade.

A título de segundo exemplo ilustrativo, descrevemos a capa da edição 81 da Revista *Psiquê* (figura 11), de setembro de 2012, com o título: “*Hiperatividade: Considerada como um distúrbio em si, ela é, na verdade, um sintoma. Conheça os transtornos em que ela está presente (e outros sintomas tratados como doença)*”.

Figura 11



A capa em fundo branco traz o desenho de uma figura central com uma cabeça humana em tons de cinza com um cérebro em azul claro, da qual saem balões de comunicação, em branco e cinza, em diversos formatos. Como palavra/imagens chaves, destacamos: *cérebro / neurônios, vida, doença / crônica / patologia, máquina / tecnologia, desempenho, ansiedade / estresse, distúrbio, sintoma, transtorno, doença*.

A interpretação da mensagem presente é que a hiperatividade é resultante de uma multiprodução de um cérebro em ação. A afirmação/concepção final é de que *a hiperatividade é apontada como indício de que há algo errado com o funcionamento do cérebro.*

Percebe-se neste caso, que embora o texto mencione que a abordagem da hiperatividade deve ir além da patologia (como resultado prioritário da ação do corpo), a imagem remete a outras possibilidades de interpretação. De fato, a imagem ilustrativa, com o cérebro em destaque azul na página branca, situa esse órgão como o centro da hiperatividade. Não se pode dizer que há uma contradição nesta capa, mas podemos afirmar com certeza que há a produção de um sentido normativo, que ganha tom retórico a partir da simbiose imagem/palavra, acabando por consolidar no imaginário a importância do cérebro como elemento central da saúde e da vida.

Outro aspecto que sobressai entre as capas é quanto à tendência a tratar o corpo como máquina. A edição especial da Revista Psiquê, que apresentou o tema: **“Software Mental”** manifesta claramente essa tendência em seu subtítulo: *“Estruturas e modulações cerebrais refletem uma possível sinergia entre computador e cérebro humano e se tornam foco de estudo das ciências cognitivas”* (figura 12).

Figura 12



A capa dessa edição apresenta figuras de montar do tipo “lego”, mostrando uma base com padrão azul e somente uma peça amarela buscando um possível encaixe. Palavras/imagens-chave desta capa: **ciência / científico, cérebro / neurônios, mente / inconsciente / subconsciente, máquina / tecnologia.**

A estratégia de empatia com o leitor se evidencia na busca de “fusionar” imagem/palavra de *software mental* com *peças de montar*, remetendo a constituição do cérebro a um conjunto de elementos de uma máquina complexa, máquina esta que vai aos poucos sendo desvendada pela ciência. Com isso, a interpretação possível da retórica da capa é que as funções do cérebro já desco-

bertas convergem para uma máquina computadorizada.

No terceiro exemplo, apresentamos a edição 315 (figura 13) da Revista *Superinteressante*, de fevereiro de 2015,⁹ cujo título da capa é: **“O mundo secreto do inconsciente: Sim, ele realmente existe. Controla quase tudo o que você faz e é capaz de coisas que você nem imagina. As últimas descobertas da ciência desvendam o lado oculto da mente - e confirmam a principal teoria de Freud.”**

Figura 13



A capa é composta inteiramente por tons de vermelho, com um desenho ao fundo do cérebro, visto da perspectiva de cima, com traços em lápis preto. No centro desse cérebro, aparece um buraco desenhado em azul, que surge como se o papel da capa tivesse sido

⁹ Este, e outros poucos números de periódicos, foram além do período demarcado de análise da pesquisa.

rasgado. No meio deste buraco está escrito *“Este burquinho mede só 5% desta ilustração - o mesmo que sua consciência inteira ocupa em seu cérebro. Todo o resto - 95% - é...”*.

Como palavras/imagens chaves, destacamos: **ciência / científico, cérebro / neurônios, mente / inconsciente / subconsciente**. Como estratégia de empatia com o leitor, percebe-se a analogia do consciente como um pequeno buraco no cérebro, representação gráfica de sua materialidade e pequena porcentagem em relação ao todo do funcionamento do órgão, o que reforça o mistério do desconhecimento sobre esse tema.

A interpretação da retórica presente na mensagem é que a partir da representação do consciente como buraco no cérebro, e que sendo este “dominado” pelo restante do inconsciente, o órgão seria capaz de produzir ações inimagináveis, sendo mesmo capaz de controlar quase tudo na mente. A afirmação/concepção final é de que *o cérebro é o local que abriga o inconsciente, e com isso ganha capacidade para controlar todas suas ações*.

Para finalizar os exemplos, tomamos a reconstrução imagética de algo “natural” em reforço da sugestão de correção higiênica como prática de saúde, fortemente presente nas revistas de caráter publicitário, que buscam na pesquisa científica o respaldo para suas mensagens.

Na edição 130 da revista *Viva Saúde* (figura 14), de fevereiro de 2014, o título foi: **“8 alimentos que previnem contra o câncer - E outros três que aumentam (e muito!) as chances de um tumor aparecer”**.

Figura 14



A capa mostra uma bandeja contendo tomates com aspecto perfeito, sem manchas, nem deformidades, e de cor fortemente vermelha. O fundo amarelo, compondo com o vermelho, gera um elemento visual atrativo. Existem algumas bagas de soja fora da bandeja, indicadas por seta, com um texto informando “*O tomate e a soja ajudam o fígado e o estômago*”. A manchete principal, com letras maiores e pretas, apresenta destaque na palavra **câncer**, que está em vermelho. Como palavras/imagens-chave podemos identificar: *saúde, medicamento / remédios / drogas, alimentação / alimento / dieta, riscos / medos, câncer*.

A retórica implícita na composição imagem/palavra apresenta um tom fortemente *prescritivo* sobre alimentação, a qual deve ser *regrada* pelo consumo de itens alimentares *corretos* (destaque para o tomate) e, tal qual medicamentos, esses itens devem ser consumidos para evitar o câncer. Ao final da análise, a mensa-

gem retórica sugerida é categórica: “Coma tomate e outros 8 alimentos para não ter câncer.”

Embora não seja o foco principal desta capa (e nem de outras examinadas), o aspecto plástico/estético dos alimentos apresentados, com suas cores e formas, enaltecem frutas e legumes com aspectos “perfeitos” que fogem aos da realidade quotidiana, apresentando clara manipulação digital.

A mesma constatação é referida por modelos e atrizes fotografadas para capas de revistas de *fitness*, moda e ensaios sensuais, que não se reconhecem diante das alterações produzidas por programas de edição gráfica como o *Photoshop*.

Há nas reconstruções gráficas como um todo um apelo à “perfeição” que não corresponde ao aspecto real e concreto dos objetos representados, refletindo uma busca por certas “qualidades” - luminosidade/brilho, intensidade de cores, formas bem delimitadas - que consolidam no imaginário social um *modelo* de forma ideal a ser adquirido pela adoção dos hábitos “corretos”.

5.2 Conclusões da análise das capas selecionadas

Pudemos perceber nos exemplos examinados, representativos do conjunto das capas que constituíram nosso universo de pesquisa, o reforço contínuo de valores veiculados na mídia impressa por estudos das biociências, calcados na imagem central da capa e referendados pela palavra-chave que a acompanha em simbiose.

Assim, no primeiro exemplo, o controle da alimentação pe-

los critérios da Nutrição está associado ao que se entende na revista por saúde: *somos as calorias que comemos*. No segundo caso, o cérebro é apresentado como o lugar onde é processada a hiperatividade: *a mente é sugerida como subproduto da ação/configuração do cérebro*. Em seguida é apresentado o exemplo da analogia da máquina (software) como forma de pensar o funcionamento mental. Finalmente, apresentamos o exemplo de uma situação prescritiva do que deve ser consumido para evitar o câncer, que ilustra como a construção imagética pode reforçar modelos ideais de saúde a serem perseguidos na busca do que SFEZ (1996) chamaria de “saúde perfeita”, em clara negação dos aspectos socialmente vistos como naturais na alimentação e na conservação do corpo.

Em todos os casos ilustrados, pudemos comprovar a força retórica da simbiose imagem/palavra nas capas examinadas. Se permanecermos apenas na análise do texto das manchetes (caso das análises de conteúdo), teríamos uma compreensão insuficiente do todo, como se a capa fosse fruto da intenção de quem a concebeu. É, porém, na junção imagem/palavra que vem à tona a mensagem retórica que nos leva a pensar que tanto a alimentação como a psicanálise, por exemplo, devem ser submetidas a critérios específicos, que situam um “biológico” (nutricional ou neurológico) como base da concepção do que é a saúde. Não é apenas o natural, mas o humano, e **seus saberes**, inclusive os científicos, que são sutilmente descartados nas sugestões ilustradas nas capas das revistas examinadas.

Observamos assim como, através de um processo de sutil sugestão, devemos ver e conduzir nossa vida sob a orientação das Biociências como indispensável para o cuidado em saúde. Consta-

tamos, nos exemplos, a força da *retórica de saúde e vida* exercendo produção de um conjunto de sentidos que reforçam o imaginário de um higienismo preventivo na condução do viver.

Como dispositivo discursivo dominante de produção de verdades em relação à saúde e vida, as Biociências tendem a reforçar, nas capas dos periódicos que divulgam sua mensagem, um viés higienista, descartando possibilidades de conhecer e equacionar experiências e proposições ligadas a outras práticas e campos de saberes.

Refletindo sobre a produção de capas de revistas, pudemos constatar a interação entre o imaginário científico, com seu arcabouço metodológico e teórico, com sua linguagem própria, e o imaginário social a respeito da vida e da saúde. A construção das capas das revistas pela equipe de produção editorial busca potencializar através da apropriação e tradução sincrética do discurso científico, estratégias mercadológicas de venda de produtos simbólicos. Com essa estratégia, articula-se uma doxa da equipe de produção da revista com uma versão do pensamento científico.

Ao analisarmos as capas, não estamos, portanto, nos referindo ao pensamento dos cientistas e suas práticas, exposto nos artigos no interior da revista. De qualquer modo, percebemos que há, ainda assim, elementos importantes para análise simbólica do imaginário social de saúde e vida veiculados pela mídia.

CAPÍTULO 6

Conclusões:

Reflexões sobre o imaginário de saúde estampado-em-capas de revistas de divulgação

Ao direcionarmos nosso olhar para as bancas e revistas de divulgação científica que dividem espaço nas vitrines com outras publicações expostas, e demais itens comercializados, tivemos a intenção de analisar o universo simbólico no qual as biociências se inserem. Ali estão ilustrados práticas e estilos de viver, bem como uma construção simbólica relativa à vida e saúde, coexistindo num emaranhado sincrético de sentidos e representações que alimentam o imaginário social contemporâneo, fornecendo ao público orientações sobre cuidado com o corpo e hábitos de vida saudável, ancorados geralmente em estilos específicos de consumo.

A interação simbiótica entre imagem e palavra nas mensagens das capas de revistas de divulgação científica, uma de nossas hipóteses/guia iniciais, conduziu-nos a elaborar uma metodologia de análise e de interpretação adequada aos efeitos retóricos da diversidade de mensagens dirigidas ao público, mensagens geralmente prescritivas em relação ao processo social de saúde/doença.

Deste modo, as visitas a campo, as conversas informais, bem como as observações do espaço das bancas ao longo de todo o período da pesquisa, evidenciaram que a disposição das revistas nas vitrines e a relação de situação das bancas no espaço social proporcionam um ambiente rico de sentidos e representações que

emergem das capas.

Assim, ao analisarmos a edição de uma revista específica, podemos constatar que determinada mensagem retórica nela identificada ganha ressonância em publicações dispostas num mesmo espaço, seja em tempos coetâneos ou sequenciais, mesmo que nuances, cores e perfis editoriais diferenciados se apresentem em cada uma das publicações.

Na composição das vitrines nas bancas, o arcabouço de sentidos veiculados nas capas a respeito de informações sobre cuidado, no contínuo diálogo com as diferentes temáticas das revistas expostas lado a lado, vai sendo tecido numa mesma vitrine ou durante a sequência temporal das edições nas vitrines.

Vale ressaltar que a opção pela análise de periódicos impressos de divulgação científica no espaço das bancas mostrou-se eficiente para os objetivos da pesquisa. A relação do tempo de permanência da informação socialmente transmitida e sua função de difusão de conhecimentos, é tradicionalmente ligada ao uso do meio físico do papel, em relação similar a que se observa com os livros. As revistas de comunicação de massa, pela profusão das notícias que divulgam, e seu *timing* dinâmico, necessitam ser construídas e consumidas de modo rápido e descartável, abrindo espaços de exploração para outros conteúdos em edições posteriores.

Entretanto, mesmo considerando a atual tendência de leitura por meios virtuais, o compartilhar social de arquivos eletrônicos

pelas tecnologias de informação e comunicação (TICs), e mesmo a migração definitiva de alguns periódicos para o meio virtual, pudemos constatar a permanência da divulgação científica impressa, tanto em periódicos como em livros, em uma tendência que não confirma a migração irreversível do processo de leitura para o ambiente virtual. De fato, as técnicas de comunicação e de informação virtual e digital situam a era da imprensa, rádio e televisão praticamente na pré-história das *mass media*, levando-nos a acreditar que se trata de uma revolução cultural análoga à de Gutemberg, com a criação da imprensa.

Do mesmo modo como se previu socialmente a morte da imprensa escrita com o advento da internet, há atualmente afirmações e juízos baseados em sondagens de mercado que preveem a “morte” de impressos como o livro e a revista em termos de fontes de leitura. Entretanto, tal tendência até o momento não pode ser confirmada.

De acordo com Lévy (2002), existe atualmente uma cibercultura, definida como o conjunto de técnicas materiais e intelectuais, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolve juntamente com o crescimento do ciberespaço, estendendo-se por diversas esferas da vida cotidiana. A cibercultura se constrói e se estende por meio da interconexão das mensagens entre si, e por meio da vinculação e de troca permanente de informações. Todavia, não podemos deixar de ressaltar que, por trás das técnicas de informações, estão presentes as ideias, os projetos sociais, utopias, os interesses econômicos e estratégias de poder (LÉVY, 2002).

De maneira complementar, a “geração internet” segundo Marmion (2010) pode ser definida como uma nova massa de consumidores que têm acesso contínuo a informações virtuais sobre ciência e saúde, contribuindo, deste modo, para a construção de um imaginário social associado, e muitas vezes dependente do pensamento biocientífico.

Pudemos constatar, por outro lado, que as revistas de divulgação científica, quando trabalham com temas considerados socialmente permanentes, buscam, especialmente nas edições especiais e em dossiês temáticos, evitar a identificação da data de edição do periódico, buscando não perder impacto na divulgação em face de uma possível caducidade da publicação. Pelo contrário, buscam reforçar o efeito pedagógico e a relevância da informação publicada nessas edições como forma de gerar e reproduzir conhecimento/verdade.

Do mesmo modo, um livro virtual é lido e “arquivado”, enquanto que os livros impressos, físicos, pelos quais se tem apego devido ao hábito do manuseio das páginas, do cheiro do papel, de seu volume (sem mencionar sua história na história do sujeito que lê), é conservado e armazenado em sua edição física. A revista de divulgação impressa que se busca nas bancas, seja ela científica ou não, tende a ser valorizada nessa mesma relação de estima.

Salientamos em nosso estudo a importância de fazer a análise da relação imagem e palavra como recurso retórico para identificar representações e sentidos induzidos pelas práticas discursivas

das biociências em meio impresso, bem como sua relação com o ambiente social das bancas.

O imaginário social, no que tange a saúde e a vida, é inundado por sugestões, ordens, questionamentos e impressões que vão muito além das palavras estampadas nas manchetes. A força da imagem, ancorada pela palavra, gera uma profusão de sentidos que fazem emergir sugestões que se complementam e retroalimentam ao longo das capas, gerando mensagens que paulatinamente vão moldando o imaginário social, reforçando representações imagéticas do corpo e do viver, oriundas da divulgação da prática científica.

Ao longo desse processo, chegamos, a partir da observação e das análises das revistas e das bancas, bem como das reflexões geradas durante a interpretação dos dados, a algumas considerações importantes, talvez conclusões ainda provisórias, sobre a função simbólica das capas de revistas presentes nas bancas e a retórica das biociências na divulgação midiática:

1. A análise da **simbiose imagem\palavra** demonstrou ser uma ferramenta metodológica importante para a interpretação das mensagens das capas de revistas. A força da retórica transmitida resulta geralmente do conjunto estrategicamente elaborado da figura/imagem com texto/palavra na capa. Nessa unidade harmonizada (simbiose), se apresentam cores (em variadas tonalidades), formas, volumes, luminosidade, intensidades, estilos e modos de expressão gráfica e textual, variáveis em função dos tipos de periódicos e dos campos de inserção desses periódicos (científicos, ciências huma-

nas e sociais, institucionais, de propaganda e jornalismo).

2. A retórica das capas das revistas proximamente associadas às ciências, biociências e ciências sociais e humanas não se apresenta com um modo de expressão que busque explicitamente convencimento do leitor. Coerentemente, estão ausentes das manchetes dessas capas elementos discursivos tais como adjetivos, advérbios de intensidade e verbos no modo imperativo, característicos das revistas de comunicação de massa, que reforçam mensagens de manutenção física da saúde e “formatação” do corpo.

3. A expressão retórica das capas se evidencia no estilo de imagens utilizadas, que em geral sugere *objetividade* resultante da atividade científica. À linguagem enfática das palavras-chaves da capa casam-se imagens expressivas complexas, impressionantes, construídas por processos de computação gráfica, buscando exprimir ideias de realidades inovadoras, ou mesmo em processo de construção. Estas, podem tornar-se realidade física em futuro breve, ou estão já virtualmente disponíveis.

4. No desenvolvimento do nosso projeto, as categorias de periódicos analisados que apresentam um estilo nítido de publicidade/propaganda dos temas tratados, situam-se no universo comum da comunicação de massa, distanciando-se da divulgação científica, nosso foco de análise. Esses periódicos mantêm, entretanto, nas vitrines das bancas, um “diálogo” retórico com as revistas de divulgação científica estrita, em termos de mensagens.

5. Nas revistas de ciência, biociências e ciências sociais e humanas aparecem poucas manchetes secundárias, raramente apoiadas em alguma imagem específica. Predomina nas capas dessas revistas a imagem da manchete principal. Em contrapartida, nas revistas de comunicação de massa, especialmente aquelas com apelo à propaganda dos temas, pode ser constatada a presença preponderante de manchetes complementares nas capas, com recursos visuais e textuais chamando atenção para outros temas presentes na edição, podendo ou não estar relacionados com o tema da manchete principal.

6. Constatamos que nos periódicos especializados em questões relativas ao **corpo**, concernindo vitalidade, alimentação e exercícios físicos, bem como nas revistas de jornalismo tematizando saúde/doença, manifesta-se, através da simbiose de imagens hiper-realistas, com palavras de conteúdo que buscam convencimento do leitor, uma retórica fortemente normativa de *fitness*.

A constância da **corporeidade**, em todos os veículos, seja através de representações e imagens, com palavras-chaves presentes nas capas, tende representar o funcionamento do corpo e sua estrutura como mecanismos complexos, nos quais se pode intervir no sentido de modificação retificadora, visando aperfeiçoamento, correção ou restauração de situação inicial.

Nas revistas de ciências e biociências, a saúde é apresentada geralmente como “saúde do corpo”, definida por estritos parâmetros mensuráveis de normalidade, sem que esse corpo pertença

a um sujeito, a um ser humano, funcionando na verdade como um biomecanismo complexo.

7. Em contraste, nas revistas de ciências sociais e humanas, o adoecimento, sobretudo no caso de doenças crônicas consideradas epidêmicas, por exemplo, Alzheimer, ou doenças agudas consideradas epidêmicas, como síndrome do pânico, depressão, autismo, psicopatias, etc., aparecem como doenças do *ser humano*, fruto do esvaziamento nas relações sociais ou da perda coletiva de sentidos da vida.

8. A **força da imagem** nos exames diagnósticos, produto de recursos gráficos, devidos a tecnologias avançadas, instrumento prioritário de diagnose na Biomedicina para praticamente todas as doenças crônicas e agudas, é um dado recorrente no material analisado. As imagens construídas graficamente, presentes nas capas, remetem a “sacralização” dessa tecnologia diagnóstica na medicina contemporânea.

9. Constatamos a repetição sistemática da representação do cérebro em muitos periódicos. Atribuímos essa repetição ao próprio imaginário contemporâneo do órgão, que dá a ele a importância de “órgão da vida”, bem como de origem de diversas doenças crônicas atuais. Neste sentido, pode ser feita uma comparação com o papel do do pulmão no século XIX e do coração no século XX.

10. A representação do **cérebro** como máquina futurística hipercomplexa, na qual se pode intervir, é frequente nas bancas de jornal e revista. Ao mesmo tempo há uma identificação, por vezes explícita, outras não, entre este órgão e *mente, pensamento, emoções, sentimentos e memória*. O cérebro é geralmente visto como máquina inteligente, na qual podem ser mapeadas todas as funções vitais, sobretudo com o recurso das disciplinas neurocientíficas, visando a intervenções presentes ou futuras. O cérebro transfigurado é o cérebro visto como sinônimo do “mental”, onde se localizam sentimentos, memórias, emoções. Nessa construção imagética, o órgão é apresentado como referência material dessas características.

11. O medo e o risco aparecem também repetidamente como temática concernindo saúde e doença em diversos periódicos, independentemente do tipo de revista. A depressão, a fobia, o pânico, o *burnout*, aparecem como “epidemias do século”, geralmente vistas como doenças a serem tratáveis por fármacos e demais recursos da biotecnociência.

12. A figura do corpo humano, assim como dos alimentos, é representada nas capas de revistas, sobretudo nos periódicos comerciais, com características **hipernaturais**, nas quais as proporções, funcionalidades, qualidades e formas físicas são apresentadas hiperdimensionadas, reconstituídas por programas de computação gráfica ou por efeitos de luz e câmera, visando a realçar formas e volumes, ou atenuar imperfeições do objeto representado, como frutas e legumes, que aparecem sem marcas, assim como os corpos “sarados” e retocados.

13. A representação do humano como *transhumano*, graças a intervenções biotecnológicas - frequente nas construções simbólicas imagéticas das revistas analisadas - supõe uma utopia de humanidade a ser conduzida pelas biociências através de busca de tecnologias inovadoras que supostamente superariam os limites do biológico “natural” vigente. A força de convencimento dessas imagens é considerável do ponto de vista retórico.

14. Quanto às imagens das capas, pudemos identificar a recorrência de construções simbólicas por meio de elementos específicos, como a utilização de fotomontagens e ilustrações gráficas de órgãos, relativos principalmente ao coração e ao cérebro, concernindo as doenças crônicas. Estes órgãos aparecem nas capas “transfigurados” pela tecnologia da imagem, frequentemente com uma aparência maquínica ou claramente mecânica.

15. Em relação à diagnose, em diversos casos a figura dos órgãos é trabalhada graficamente de acordo com a mensagem sobre o tema, como por exemplo, um cérebro “turbinado”, com alusão a raios e força elétrica, claramente associada à idéia de maximizar sua potência. Não raramente essas associações e montagens aparecem ligadas a imagens de exames diagnósticos de tecnologia de ponta, nas quais a imagem tem papel demonstrativo importante de diagnóstico.

16. A força de convencimento das imagens tecnocientíficas na construção de uma *doxa* que valoriza o mecanicismo no imaginário do público leitor pode ser considerável, pois elas “demonstram” graficamente valores concernentes à saúde e à doença. Como exemplo, citamos as fotomontagens de órgãos “em movimento”. A virtualidade “quadridimensional”, como tecnologia de ponta, assinala uma realidade material mais avançada que a dos exames analógicos, com suas radiografias, eletrocardio e encefalogramas.

Tal demonstração virtual tem uma aparência estética inegavelmente sedutora, apreciada tanto por profissionais como por leigos. A imagem assume como consequência poder simbólico em relação ao corpo biológico natural, despindo-o de seus aspectos corpóreos, tais como sangue, tecidos, sistemas, fluídos e volumes.

17. Em última instância, através da preponderância do discurso imagético, estamos possivelmente já lidando com órgãos transcorporais, superando-se simbolicamente a representação da natureza biológica do corpo humano, tal como o fazemos desde fins do século XVI, com o nascimento da modernidade científica (LUZ, 1994).

Constatamos que se evidencia claramente, neste caso, a força da categoria de análise *retórica* de vida e da saúde, central em nosso estudo, que entendemos ser relevante para a interpretação da produção discursiva atual das Biociências, tal como esta vem sendo veiculada para a validação de certas afirmações no espaço midiático.

Diante dessas conclusões, é reforçada a importância de observarmos com mais atenção os conteúdos publicados sobre saúde

e vida na divulgação científica. Ao mesmo tempo que dispomos de espaços que inserem cada vez mais a produção científica que dá acesso ao público leigo, através das revistas de divulgação, assumindo importante papel pedagógico na educação científica, observamos por outro lado uma profusão de sentidos e de representações imagéticas de saúde e vida que merecem um exame detido.

Ideais e modelos de cuidado e de relação com o corpo, assim como com o outro, são reforçados pelas construções simbólicas da mídia que divulga o conhecimento científico, que tendem a ratificar escolhas de atenção que priorizam o tecnológico em detrimento do humano.

Acreditamos que este estudo abre espaço para novos desdobramentos e abordagens sociológicas sobre esse tema, aplicando-se a metodologia e enfoques analíticos adotados no projeto. Num dos subprojetos desse projeto recém concluído, é abordado o papel do cérebro numa das revistas especializadas em neurociências e disciplinas psi, em abordagem que investiga o papel simbólico desse órgão como centro da vida (MACHADO, 2015). O projeto abre também caminhos para reflexões sobre o papel pedagógico das revistas de divulgação científica, sua inserção no espaço escolar, bem como sobre a democratização da produção científica com sua inclusão no debate público (BAUMGARTEN, 2008; 2005). Além disso, abre espaço para outras abordagens e desdobramentos do papel da retórica das biociências face a políticas públicas e instituições de saúde.

De qualquer forma, a forte presença da temática da saúde nas bancas de jornais demonstra o quanto esses assuntos são relevantes no debate contemporâneo sobre a vida, e o quanto estão presentes no imaginário social.

Reconhecer os aspectos sociológicos, filosóficos, comunicacionais e humanos dessas publicações, bem como o desdobramento possível dos aspectos simbólicos nas políticas e práticas de Saúde Coletiva, é um campo de discussões e pesquisa que precisa ser ampliado. A força dos elementos simbólicos que constituem o imaginário social difundido pela mídia constitui elemento estratégico da base de demanda social, escolhas e decisões da parte dos usuários, gestores, trabalhadores ou pesquisadores em saúde. Desta forma, debater o imaginário relativo à saúde e doença, evidenciado como elemento essencial das práticas em Saúde Coletiva, pode nos ajudar a trazer elementos importantes para a reflexão e a tomada de decisões neste campo.

REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. **Rhétorique**. Paris: Gallimard, 1998.
- AUMONT, J. **A imagem**. 16.ed. Campinas: Papyrus, 2012.
- BARTHES, R. **O Império dos Signos**. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2007.
- BAUER, M.W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M.W.; GASKELL, G. (Eds.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002. p.189-243.
- BAUMAN, Z. **Globalização: As consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999. _____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMGARTEN, M. (Org.). **Conhecimento e sustentabilidade**; Políticas de ciência, tecnologia e inovação no Brasil contemporâneo. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- _____. **Conhecimento e redes-sociedade, política e inovação**. Porto Alegre: UFRGS/ALAS, 2005.
- BENJAMIM, W. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 7.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, Bertrand Brasil, 1989.
- CASSIRER, E. **Linguagem e mito**. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 1992. 127 p.
- CASTRO, G. (org). **Mídia e imaginário**. São Paulo: Annablume, 2012.
- CHAMPAGNE, P. **A visão midiática**. In: BOURDIEU, P. (Org.). **A miséria do mundo**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998. p.63-79.
- COSTA, N.C.G. Barbárie estética e produção jornalística: a atualidade do conceito de indústria cultural. **Educação e Sociedade**, v.22, n.76, p.106-17, 2001.
- DURAND, G. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Edições 70, 1993.
- EAGLETON, T. **Teoria da literatura: uma introdução**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

EPSTEIN, I. **O signo**. São Paulo: Ática, 1985.

FOUCAULT, M. **Le courage de la vérité: Le gouvernement de soi et des autres II**. Cours au Collège de France (1983-1984). Paris: Gallimard, 2009.

_____. **Il faut défendre la société: Cours au Collège de France (1976)**. Paris: Seuil, 1997.

_____. **Histoire de la sexualité: la volonté de savoir**. Paris: Gallimard, 1976.

_____. **Naissance de la biopolitique: Cours au Collège de France (1978-1979)**. Paris: Seuil, 2004b.

_____. **Sécurité, territoire, population: Cours au Collège de France (1977-1978)**. Paris: Seuil, 2004a.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

FREITAS, R. Corpo e consumo: a estética carioca. In: VILLAÇA, N.; GÓES, F.; KASOVSKI, E. (Orgs.). **Que corpo é esse? Novas perspectivas**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p.122-131.

GOETZ, E.V. et al. Representação social do corpo na mídia impressa. **Psicol. Soc.**, v.20, n.2, p.226-36, 2008.

JOLY, M. **Imagem e os signos**. Lisboa: Edições 70, 2005. _____. **Introdução à análise da imagem**. Lisboa: Papyrus, 1994.

KPMG. **Executive Summary - The rise of the digital multi-tasker**. 2013. Disponível em: http://www.kpmg.com/BR/PT/Estudos_Analises/artigosepublicacoes/Documents/Industrias_ICE/digital-multi-tasker-rise-executive-summary-v1.pdf. Acesso em: 12 ago 2015.

LEGROS, P. et al. **Sociologia do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LÉVY, P. La cyberculture: une nouvelle étape dans la vie du langage. **Gestion**, v.27, 2002.

LUHMANN, N. **Poder**. Barcelona: Anthropos, 1995.

LUZ, M.T. Complexidade do Campo da Saúde Coletiva: multidisciplinaridade, interdisciplinaridade, e transdisciplinaridade de saberes

e práticas - análise sócio-histórica de uma trajetória paradigmática. **Saúde e Sociedade**, v.18, n.2, p. 304-311, abr. 2009. _____. O impacto da epidemia de HIV/AIDS nas representações sociais. **Saúde, Sexo e Educação**, Rio de Janeiro, v. 6, n.13, p. 6-11, 1998.

_____. **Natural, Racional, Social: Razão Médica e Racionalidade Científica Moderna**. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1994.

_____. **As instituições médicas no Brasil: instituições e estratégia de hegemonia**. 3.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1986.

_____. Pequenas destruições, danos irreparáveis: comentários aos modos sociais de vida no capitalismo pós-moderno; implicações na saúde. **Epos**, Rio de Janeiro, v.4, n.2, 2013.

_____. O vazio nas relações sociais. In: DA POIAN, Carmem. (Org.). **Formas do vazio; desafios ao sujeito contemporâneo**. 1.ed. São Paulo: Via Lettera, 2001. v.1, p. 49-66.

LUZ, M.T.; SABINO, C.; MATTOS, R.S. A Ciência como cultura do mundo contemporâneo: a utopia dos saberes das biociências e a construção midiática do imaginário social. **Sociologias**, v.15, n.32, p.236-54, 2013.

LUZ, M.T. et al. **A ciência como cultura no mundo contemporâneo: divulgação midiática de saberes científicos e construção do imaginário social**. 2011. Projeto de Pesquisa submetido a Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

_____. Contribuição ao estudo do imaginário social contemporâneo: retórica e imagens das biociências em periódicos de divulgação científica. **Interfaces**, v.17, n.47, p.901-12, out./dez. 2013.

MACHADO, A. M. **O cérebro no imaginário social da divulgação científica das biociências: a retórica sobre a saúde e a vida nas capas da Revista Mente e Cérebro**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Enfermagem, Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva, Porto Alegre, 2015.

MAFFESOLI, M. O imaginário é uma realidade. **Famecos**, v.1, n.15, p.74-81, 2001.

MARMION, J-F. Génération internet. **Sci. Hum.**, n.17, 2010.

MATTOS, R.S. **Fibromialgia: o mal-estar do século XXI**. 1. ed. São Paulo: Phorte, 2015. v. 1. 240 p.

_____. Imagem corporal: aspectos históricos e conceituais. In: MATTOS, Rafael da Silva. (Org.). **Imagem corporal: novos olhares numa perspectiva interdisciplinar para o século XXI**. 1ed. Jundiaí: Paco Editorial, 2014. v. 1, p. 9-40.

MATTOS, R.S.; LUZ, M.T. Quando a perda de sentidos no mundo do trabalho implica dor e sofrimento: um estudo de caso sobre fibromialgia. **Physis**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 4, p. 1459-1484, 2012.

_____. Sobrevivendo ao estigma da gordura: um estudo socioantropológico sobre obesidade. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v.19, n.2, p. 489-507, 2009.

MEDRADO, B. Textos em cena: a mídia como prática discursiva. In: SPINK, M.J. (Org.). **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**. 2.ed. São Paulo: Cortez, 2000. p.243-71.

MOLES, A. **O cartaz**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

RIESMAN, D. **A multidão solitária: um estudo da mudança do caráter americano**. São Paulo: Perspectiva, 1971.

SFEZ, L. **A saúde perfeita: crítica de uma nova utopia**. 7ª edição. São Paulo: Edições Loyola, 1996. .

SILVA, J. M. **As tecnologias do imaginário**. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SPINK, M.J. Representações Sociais: questionando o Estado da Arte. **Psicologia e Sociedade**, São Paulo, v.8, n.2, p. 166-186, jul./dez. 1996.

SPINK, M.J. ; MEDRADO, B. Produção de sentidos no cotidiano: uma abordagem teórico-metodológica para análise das práticas discursivas. In: SPINK, M.J. (Org.). **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**. 2.ed. São Paulo: Cortez, 2000. p.41- 61.

ANEXOS

ANEXOS 1

Descrição Detalhada Das Revistas Observadas

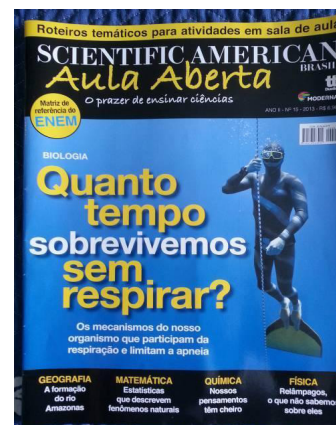


No total foram examinadas pelo grupo de pesquisadores, perto de 140 revistas. Entre os periódicos adquiridos e analisados, destacamos os seguintes:

REVISTAS DE BIOCÊNCIAS:

As revistas voltadas para as ciências também abordam questões da saúde.

Revista *Scientific American (Editora Duetto)*: pluri-disciplinar (não restrita mas nitidamente voltada para as biociências) - 20 números, sendo dois números “Aula aberta”, voltadas para o ensino, especificamente para o ENEM (ver fotos em anexo).

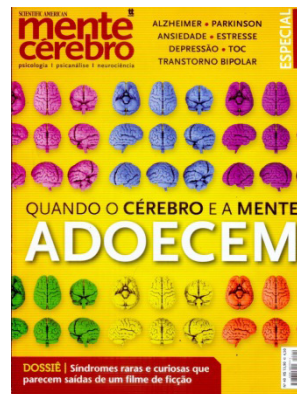


No mês de outubro de 2013 traz a alimentação como tema principal: “*Tudo que você sabe sobre calorias está errado*”, questionando o sistema de medidas nutricionais. A capa, fundo em vermelho, tem talheres estilizados compostos por diferentes tipos de alimentos na cor amarela.



Revista *Mente e Cérebro*: (*Editora Duetto*, do Grupo Scientific American), especializada em neurociências voltadas para o cérebro, e para patologias consideradas cerebrais em sua origem: 15 números, sendo um deles voltado para a Filosofia (filósofos Paul Ricoeur e Hans-Georg Gadamer).

No mês de outubro de 2013, a Revista *Mente e Cérebro* traz em uma capa amarela e cheia de cérebros coloridos o título “*Quando o cérebro e a mente adoecem*”, destacando as doenças mentais mais preocupantes nos últimos tempos.



Coletânea *Doenças do Cérebro* (*Editora Duetto*):

No campo da psicanálise e da psicologia há uma relação forte com as patologias mentais e comportamentais, como exemplifica a coletânea “*Doenças do Cérebro*”, da revista *Mente e Cérebro*, que trouxe um número com o tema da Ansiedade. A edição destaca o que há de novo em pesquisas, medicalização cada vez mais precoce em crianças, entre outros assuntos. **Coleções *Mente e Cérebro* (*Editora Duetto*):** Em uma das bancas, ao lado desse título, há outras duas coleções da mesma revista, *Mente e Cérebro*: uma da coleção “*Como o cérebro interpreta o mundo*”, traz uma reportagem sobre “*Relacionamento: a arte do encontro*”, destacando a figura de uma mãe e um filho trocando carinho, com rostos colados.

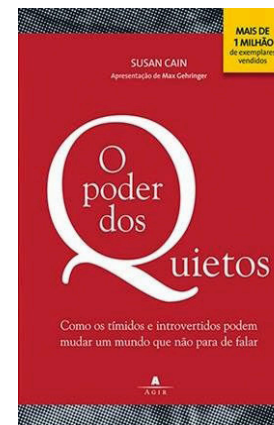


Revista Superinteressante (Editora Abril) - Com quase 3 décadas de existência, era, inicialmente, uma especialista em temas próximos ao sobrenatural, ou ao misticismo. Nos últimos 10 anos iniciou o que poderíamos chamar de “virada científica”, deixando de lado OVNIs e ETs, mediunidade, atividades paranormais, etc, adquirindo, a partir do presente milênio, linguagem crescentemente científica, privilegiando temas ligados às biociências, à saúde/doença/alimentação, a certas patologias e como preveni-las ou controlá-las, etc. Tornou-se também revista de divulgação científica, com linguagem mais popular, com mais “apelo” narrativo.



Outra coleção trabalha o tema: “*Dieta e personalidade: você tem fome de quê?*”, apresentando a imagem de uma mulher com uma maçã estilizada cobrindo seu corpo, seguindo as curvas femininas, enquanto ela segura uma fita métrica, demonstrando a preocupação com as medidas corporais.

Adquirimos 5 (cinco) números, referentes aos anos 2012-2013. Entretanto, tivemos assinatura desta revista desde 1996 até cerca de 2010, mais de uma década, o que nos permite afirmar sua “virada” de uma linguagem *new age*, para uma *linguagem científica* a partir de 2004. Na capa de outubro de 2013, traz o “*O Poder dos Tímidos*”, ilustradas por um rostinho amarelo, usado nos chats virtuais, os chamados *smiles*, com uma expressão corada de timidez.



Ciência Hoje (SBPC): A revista “Ciência Hoje” de Setembro de 2012, traz na capa legumes em evidência, com uma etiqueta pendurada com uma caveira: “perigo”. É a ilustração para a reportagem principal: “Terra de agrotóxicos: Brasil libera consumo de substâncias banidas”.



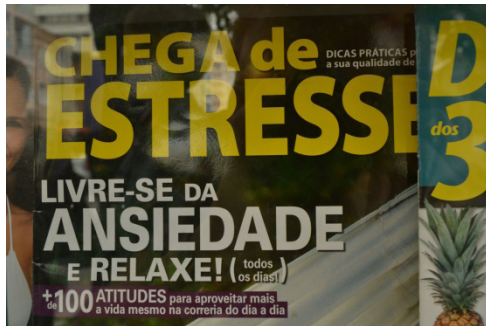
Revista Planeta (Portugal/Continente) semelhante à Superinteressante, quanto ao conteúdo, mas mais voltada para as medicina ou terapias alternativas e saúde, faz também sua “virada de tom” nos anos 2000, adquirindo progressivamente uma linguagem impregnada do discurso das biociências. Selecionamos 10 números para leitura e análise. **Super Saudável** (Edição da Yakult no Brasil) - especializada durante longo período na divulgação do benefício à saúde de probióticos, dedicou-se à divulgação de pesquisas biomédicas e atividades físicas a partir de 2010. Não é revista distribuída em bancas, mas tem público assinante fiel. Selecionamos 14 números, entre 2007 e 2013, que foram lidos com fins de comparação com outras revistas de divulgação, no sentido de detectar propaganda ou publicidade.

REVISTAS LIGADAS ÀS CIÊNCIAS HUMANAS:

Além das revistas voltadas especificamente para biociências e saúde em geral, selecionamos alguns números de revistas de divulgação das ciências humanas e sociais (filosofia, psicanálise e ciências “ps”, sociologia, antropologia, política), que abordaram temas relativos a vida, saúde e adoecimento, num total de 12 (doze) números. Entre as revistas selecionadas apareceram: Filosofia, História, Psicanálise, Psicologia, Sociologia, entre outras. Geralmente trazem nas capas, a figura de um pensador homenageado, aproximando suas teorias de alguma situação atual, relacionada com saúde e vida. Ex.: a segunda edição da Revista *Bourdieu*, que destaca a relação desse sociólogo com a temática da Educação.



Revista “Chega de Estresse!”, nº1, traz uma pessoa deitada em uma rede, com os pés para cima, em destaque o título “*Livre-se da Ansiedade e Relaxe! (todos os dias)*”.



Revista “Psicologia e Vida”- A edição destaca os conflitos em “*Separações Divórcios: leia antes de casar*”, que é ilustrada por dois bonecos de noivos separados em duas fatias de bolo.

Revista Cult - Em outubro de 2013, a revista, voltada para a Cultura, trouxe na edição 184 o tema “*O poder da Psiquiatria: o que está por trás da psiquiatrização da vida cotidiana*”, com uma capa escura que destaca uma vitrine cheia de comprimidos.

REVISTAS DE JORNALISMO GERAL:

Além disto, selecionamos alguns números esparsos de revistas que designamos de “jornalismo crítico”, como Carlos Amigos, *Le Monde Diplomatique* - Edição Brasil -, Carta Capital, e mesmo periódicos comerciais como Veja, Isto é, Época, Galileu, entre outras, *sempre que se tratasse de números voltados para vida, saúde, doenças e as biociências.*

São revistas jornalísticas de temática geral que abordam esporadicamente alguma patologia como diabetes, hipertensão ou obesidade, revistas semanais que procuram trazer alguma composição visual que brinque com conceitos da doença em questão.

Revista Veja, por exemplo, destacou em uma de suas edições, o ex-jogador Ronaldo Nazário e a sua participação em um *reality show* de exercícios físicos e dietas, destacando sua “*Força de Vontade*” para emagrecer.



Revista Carta Capital - geralmente voltada para análise política, trouxe em outubro de 2013 o tema “*Como se constrói uma celebridade: a máquina de produzir famas instantâneas e faturar milhões*”, onde aparece um corpo feminino com traçados e setas indicando locais para intervenção cirúrgica.



REVISTAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA EM GERAL:

Destacamos nas fotografias do campo um número considerável de revistas de publicidade tematizando saúde e alimentação, evidenciando sua abundância nas bancas, sem nenhuma pretensão de “amostragem”, o que fugiria ao espírito e aos objetivos do presente estudo.

Revistas de Nutrição: geralmente destacam alimentos saudáveis, com uma composição sempre colorida e imponente, reforçando o poder dos alimentos no combate a um determinado tipo de patologia. Também se pode observar a questão do aceptismo alimentar, mostrando sempre alimentos “puros”, sem defeitos ou contaminação por contato com o meio. O alimento é apresentado íntegro, em imagem hiper-realista, fruto de montagem por computação gráfica. Um exemplo pode ser visto em uma das capas da revista “Dieta já”, que mostra um apetitoso sanduíche de baixa caloria para o jantar.

A revista “Saúde é Vital”, de setembro de 2012, traz na capa uma xícara de café com um ponto de interrogação feito com espuma na própria bebida, contrapondo benefícios e problemas gerados a partir do consumo.



Ao lado, uma revista “O Poder dos Grãos e Cereais”, destaca a força da Chia para o emagrecimento. A capa valoriza uma composição com fundos pretos, reforçando a cor da semente, em contraponto ao laranja do nome da revista.



A Revista “Pense Leve”, com o slogan: “O jeito mais gostoso de ser saudável”, traz em sua edição de setembro de 2012 o tema: “Nutrição Infantil: saúde perfeita de 0 a 12 anos”, com uma capa em fundo azul claro e a imagem de uma caneca colorida vermelha, cheia de garfos e colheres pequenas e bem coloridas.



Revistas sobre Fitoterápicos: as publicações sobre chás e ervas também são muito presentes, como guias sobre infusões e um dicionário de ervas. Todas elas colocam em

destaque a imagem de chás e plantas que podem ser benéficos para a saúde, reforçando o poder medicinal dessas substâncias.

Um dos focos temáticos principais é a questão do emagrecimento a partir do consumo dos chás e da inclusão dessas plantas na alimentação. Nas visitas realizadas foram observadas edições especiais sobre o Poder do Limão e a Importância da Linhaça, entre outros títulos.



O poder de sucos e chás gelados também foi observado em outubro de 2013. A revista “Alimentos que curam”, destaca o poder do alho e as propriedades do limão como verdadeiros medicamentos para diversas patologias.



Revistas sobre *Fitness*: as revistas de atividades físicas geralmente destacam, nas capas, corpos perfeitos, independente do tema da edição. Parecem reforçar a atual busca social frenética por um corpo ideal.

A revista “*Women’s Health*” de setembro de 2012, por exemplo, destaca exercícios para esculpir pernas e bumbum com o título “*Firme e Sexy*”. A moça na capa veste uma blusa rosa, demonstra muita feminilidade, inclusive por sua expressão facial, associável à meiguice feminina, porém com uma postura corporal agressiva, reforçada pelos cabelos longos e pela barriga “tanquinho” de fora mostrando um corpo esculpido. Em outubro de 2013, destaca-se o tema com a artista Adriane Galisteu sob o título “*Abdômen chapado sem sacrifício*”, seguindo a mesma estrutura imagética.

Revistas sobre dietas: As dietas também se destacam como uma categoria importante, presente em várias revistas, além de serem tema principal de publicações especiais. A revista “*Corpo a Corpo*” nº 13, por exemplo, traz na capa o desafio de perder 12 Kg em um mês seguindo o cardápio de celebridades. As manchetes são emolduradas pela figura de uma modelo magra com um biquíni, exibindo um corpo bem esculpido.

Revistas sobre novelas e celebridades: as edições que abordam as celebridades de televisão frequentemente trazem em suas capas destaques para temas da saúde, especialmente dietas e exercícios para perda de peso e dicas de como manter a beleza e saúde.

Revistas sobre Patologias: alguns periódicos se caracterizam como informadores a respeito de uma determinada patologia, ao estilo de “*Tudo sobre...*” uma determinada doença. Em uma dessas publicações, há artigos sobre “*Doenças Respiratórias*”. Na capa, há a figura de uma mulher espirrando com um lenço no nariz. A capa destaca ainda 30 cuidados práticos para se proteger de vírus e ácaros.

Revista “*Sua Saúde*”: A capa da edição 13, de 2013, mostra um homem deitado em posição de desespero e preocupação, ao lado de um despertador entrelaçado por um estetoscópio. O título da capa reforça a imagem “*Dormir pouco aumenta o risco de AVC*”.

O diabetes, por exemplo, está frequentemente presente em edições especiais de diversos gêneros de publicação, com dicas de como se prevenir e controlar a doença, com receitas de alimentos sem açúcar, além de outros cuidados como medicamentos, nutrição e estilos “saudáveis” de vida.

Revista Viva Saúde - A hipertensão, geralmente representada por um coração, pode vir ilustrada também por fragmentos de alimentos, atividades físicas ou outro item como num quebra-cabeça estilizado, como por exemplo, na capa da Revista Viva Saúde, nº 113, que questiona: “*Você pode deixar seu coração forte*”.

ANEXOS 2

Busca Virtual De Revistas



Como forma de complementar os dados obtidos durante o campo, inicialmente se buscou nos sites das revistas, definições e aspectos relevantes de edições que seriam encontradas nas atividades de campo nas bancas físicas pela equipe de Porto Alegre. Como as edições selecionadas não coincidiram com o período disponível para as visitas, não foram incorporadas à análise de campo da pesquisa, porém servem de instrumento para complementar o entendimento sobre as revistas que fazem parte do escopo deste estudo.



PSIQUE

Revista mensal, Editora Escala.

Aborda temas relacionados ao campo da psicologia e das relações comportamentais bem como do funcionamento cognitivo cerebral.

Definição no site da Editora: *A Psique Ciência & Vida tem como proposta esclarecer os fenômenos que unem corpo e mente e afetam indivíduo e sociedade. Filiada ao instituto internacional Nature Review, a publicação traz em seu conteúdo informações completas sobre as áreas da Psicanálise; Psicologia; Psiquiatria e Neurociências, sempre avaliadas por*

especialistas da área e acompanhadas das grandes descobertas e estudos sobre o assunto.

Capas dos meses pesquisados nas bancas

Em outubro, **Cérebro**: um simulador de ação. Pesquisadores descobriram um subconjunto de neurônios localizados no córtex parietal que disparam cada vez que vemos alguém executar uma ação. Uma característica que pode ser usada na reabilitação de pessoas com déficit motor

Janeiro: Hiper e hipoatividade onde não se imagina: Transtornos mais caracterizados por alterações de humor também trazem os sintomas. Conheça as formas em que ele se apresenta Uma geração contra a balança O sobrepeso e a obesidade são o quinto fator principal de risco de disfunção no mundo. Pesquisas mostram índices crescentes sobre a obesidade infantil. E esta não é apenas uma questão estética. Ela está relacionada a uma série de fatores físicos e psicológicos



GALILEU

Mensal, Editora Globo

Trata de assuntos cotidianos com enfoque nas descobertas e embasamentos gerados pela ciência.

Definição no site da Editora: GALILEU seleciona e traduz as mais inovadoras e relevantes ideias nos campos do comportamento, da ciência e da tecnologia, também acompanha os principais movimentos e tendências de consumo e traz histórias com personagens revolucionários e inspiradores.

Capas dos meses pesquisados nas bancas

Na edição de outubro, o tema principal a influência do cérebro na crença, na constituição daquilo que acreditamos. A imagem principal foi uma mão fazendo figa e com adereços que popularmente são tidos como protetores contra más influências.

Em abril, o foco central também foi o cérebro, desta vez como mecanismo para subverter o livre-arbítrio. A capa trouxe um cérebro estilizado feito com fios e um botão de liga-desliga. Em maio, a revista deu destaque ao investimento em inovação tecnológica, num chamado à produção científica para o futuro. A ilustração trazia um cartaz como forma de reproduzir essa convocação.



MEN'S HEALTH

Mensal, Editora Abril

Edição brasileira de revista editada em vários países.

Voltada ao público masculino, foca no condicionamento físico e ao empoderamento do homem em suas mãos capacidades físicas, sociais e profissionais. As capas sempre trazem um modelo musculoso, em plena forma física, reproduzindo as temáticas principais, geralmente sobre exercícios físicos, nutrição e práticas que resultem em perda de peso e ganho e definição muscular.

No site da Editora: *Qualidade de vida e atitude.*

MEN'S HEALTH é o instrumento fundamental para o homem que busca qualidade de vida e equilíbrio entre trabalho e vida pessoal. É uma revista de estilo de vida, que trata de forma prática e objetiva dos temas para o bem-estar do homem moderno como: saúde, fitness, nutrição, relacionamento, sexo, estilo e carreira. MEN'S HEALTH ajuda o leitor a ganhar energia física e controle emocional, oferecendo dicas práticas e confiáveis de uma maneira informal e positiva.

Em outubro, a revista oferecia um plano de exercícios para ter um abdômen “sarado” em um mês. Na edição de abril, o tema foi exercícios para fortalecer as costas e ganhar porte atlético. Na edição de maio, especial de 7 anos da edição brasileira, o destaque foi para o treino que prometia um corpo sarado em um mês.

WOMEN'S HEALTH

Mensal, Editora Abril

Versão feminina da *Men's Health*, também tem outras edições em vários países. Voltada ao público feminino, foca no condicionamento físico e no bem-estar da mulher. As capas sempre trazem uma modelo em trajes de banho,

em plena forma física, reproduzindo as temáticas principais, geralmente sobre exercícios físicos, nutrição e práticas que resultem em perda de peso e ganho e definição muscular.

No site da Editora: *Chegou a revista para você que faz da saúde e beleza um estilo de vida. Encontre em WOMEN'S HEALTH a orientação precisa sobre o que fazer, como fazer e por onde começar para se sentir bem. Receba informações valiosas e com base científica sobre hábitos saudáveis, nutrição, fitness, beleza, comportamento.*

Em outubro, destaque para “Pronta para o biquíni em 90 dias”. Em abril, o tema principal foi a pele, com foco nas medidas para diminuir a celulite. Em maio, foram dicas de exercícios para um corpo sarado.

MEDICANDO

Editora McHilliard



Revista com artigos produzidos por profissionais de saúde sobre enfermidades, tratamentos e novidades científicas na produção de saúde. Nas capas apresentadas no site, há sempre referência à doenças ou enfermidades graves como câncer, AIDS e sobre procedimentos para cura, como a busca por tratamentos pela internet, uso de radiação e a precaução quanto a “falsos” médicos em atendimento.

CIÊNCIA HOJE

Mensal, Instituto Ciência Hoje

A revista se propõe a ser uma tribuna de divulgação das descobertas e dos embates que permeiam o campo científico, porém voltada para o público não acadêmico, compartilhando assim de forma mais acessível debates e resultados geralmente exclusivos aos meios acadêmicos. A produção é desenvolvida por cientistas. Essa participação é estimulada no site da editora, que convoca os pesquisadores a produzirem textos para a publicação.

No site da Editora: *A revista Ciência Hoje oferece um panorama completo da produção intelectual e tecnológica*

das universidades, institutos e centros de pesquisa nacionais e avanços da ciência internacional.

Em outubro, a revista destaca como o Brasil se prepara para enviar uma sonda até um sistema triplo de asteroides. A capa ilustra um asteroide solto no espaço. Em abril, o questionamento é sobre a confiabilidade das pesquisas biomédicas. “Estudos não idôneos e conflitos de interesse afetam veracidade de resultados de pesquisa”. A composição da capa mostra um frasco de medicamento com esse questionamento no rótulo. Em maio, confronta ciência e religião, destacando que, embora muitos considerem incompatíveis, alguns estudiosos da ciência acreditam que não deveria ser assim. Na capa de fundo preto, se sobressai uma chama amarela.



VIDA SIMPLES

Mensal, Editora Abril

Revista que busca trazer conteúdos que auxiliem num viver mais simples, na tentativa de fugir da agitação das grandes cidades, do consumismo e dos hábitos sedentários. Suas capas são sempre minimalistas, com um único objeto que remete ao tema principal, sempre reforçando o conceito de simplicidade e uma mudança de postura para uma vida mais serena e saudável.

No site da Editora: *Uma revista para quem quer viver mais e melhor! Mas pouca gente consegue de maneira saudável e inteligente. VIDA SIMPLES é para quem quer descomplicar o seu dia a dia, transformar sua casa num lugar ainda mais tranquilo e gostoso, trabalhar com mais alegria, cuidar da aparência sem descuidar da essência.*

Em abril, um *cotonete* em um fundo vermelho chama a atenção para “aprender a ouvir”.

Em maio, um copo de leite em queda livre num fundo azul claro fala sobre ficar reprocessando acontecimentos passados.




SEMPRE JOVEM

Trimestral, Editora Kanova

Com matérias sobre questões do cotidiano do público sênior, a publicação aborda temas como estilo de vida, comportamento, alimentação saudável, sexualidade e perfil de consumo.

ANEXOS 3



Instrumento de Coleta de Dados das Capas das Revistas

A partir das observações realizadas no campo foi elaborado um instrumento para análise de dados das capas das revistas, no sentido de obter uma sistematização das informações destacadas da simbiose imagem/palavra. O formulário (em anexo), construído para preenchimento na ferramenta *Google Forms*, contemplava as seguintes categorias:

CATEGORIAS ANALÍTICAS DO UNIVERSO SIMBÓLICO PRESENTE NAS CAPAS DAS REVISTAS COLETADAS

- DADOS DA REVISTA COLETADA (editora, ano, edição...)
- DESCRIÇÃO DA MANCHETE PRINCIPAL e complemento da manchete
- ELEMENTOS VISUAIS DA CAPA (Descrição da foto/figura tema da capa; Tipo de ilustração)
- REPRESENTAÇÃO IMAGÉTICA - descrever se a imagem denota aspectos de uma construção maquínica ou tecnológica, ou fora do natural. (há ideia de alteração da naturalidade?)
 - Formas: (Cores predominantes; Volume e profundidade sugeridas; Brilho/ intensidade)
- RELAÇÃO IMAGEM/PALAVRA - Simbiose imagem e palavra, analisar simultaneamente:
 - Palavras e imagens-chave destacadas no tema central da capa
- INFERÊNCIAS DE SUGESTÕES / QUALIFICAÇÕES DA CAPA - Posicionamentos presentes ou não na construção da capa
 - Presença ou não de qualificação sugerida do tema - avaliação positiva ou negativa de como é apresentado o tema - julgamentos

- Adjetivos e advérbios denotando intensidade
- SUGESTÕES DE COMANDO OU EMPATIA
 - Expressões verbais de comando (que remetem a ordens) do título
 - Estratégias de empatia (imagens/palavras sugestivas - identificação) - Elementos do imaginário disparados no intuito de criar empatia com o tema - elementos imagéticos
- INTERPRETAÇÃO A PARTIR DA RETÓRICA
 - Intensidade da mensagem retórica: palavras/ imagem-chave - Como a retórica é empregada na capa, que mensagem é sugerida.
 - Afirmações/concepções emergentes da mensagem retórica. - Uma frase afirmativa que pode ser expressada a partir da análise da retórica. Mensagem final que pode ser inferida como resultante da estratégia retórica.
- COMPLEMENTOS SOBRE A EDIÇÃO - outros elementos relevantes na capa ou no interior da revista que merecem ser registrados
 - Destaques das manchetes secundárias - temas que aparecem nas manchetes secundárias
 - Palavras e imagens-chave destacadas nas manchetes SECUNDÁRIAS

- ARTICULISTAS DA REVISTA - Registrar quem são os autores da(s) reportagem(ns) principal(is) que são destacadas pela manchete principal.
- COMPLEMENTAR - Outras observações importantes- Registrar se é edição especial, se análise foi feita virtualmente, se há encartes suplementares, diferenças de tratamento de imagens na capa e na reportagem principal ou outras informações relevantes.

Formulario de Coleta dos Dados¹⁰



PROJETO IMAGINÁRIO E RETÓRICA - Instrumento de Análise das Revistas

CATEGORIAS PARA ANÁLISE DO UNIVERSO SIMBÓLICO PRESENTE NAS CAPAS DAS REVISTAS COLETADAS

*Obrigatório

DADOS DA REVISTA COLETADA

Preencha os dados de identificação da revista que está sendo analisada.

1. Pesquisador Responsável pela Análise *

Marcar apenas uma oval.

- Anderson
- Grupo - coletivo
- Outro: _____

2. Nome da Revista Coletada *

Marque uma delas ou acrescente em "outros"

Marcar apenas uma oval.

- Scientific American
- Superinteressante
- Mente e Cérebro
- Cult
- Galileu
- Sociologia
- Psiquê
- Aula Aberta - Scientific American
- Filosofia
- Fapej
- Fapesp
- Ciência Hoje/SBPC
- História Viva
- História
- Planeta
- Super Saudável
- Medicando
- Outro: _____

¹⁰ Criado na ferramenta Formulários (Forms) do site Google Drive, a partir das questões observadas no campo e na composição da metodologia da pesquisa. O arquivo ficou disponível apenas para os pesquisadores durante o período da coleta de dados.

3. Editora

Marque uma delas ou acrescente em "outros"
 Marcar apenas uma oval.

- Duetto
- Abril
- Globo
- Escala
- Outro: _____

4. Número da Edição *

5. Ano da Edição

período de existência da revista (em
 romanos)

6. Mês da publicação

Escolha na lista
 Marcar apenas uma oval.

- Janeiro
- Fevereiro
- Março
- Abril
- Maio
- Junho
- Julho
- Agosto
- Setembro
- Outubro
- Novembro
- Dezembro

7. Ano de publicação

Escolha na lista ou acrescente em "outros" se necessário
 Marcar apenas uma oval.

- 2015
- 2014
- 2013
- 2012
- Outro: _____

DESCRIÇÃO DA MANCHETE PRINCIPAL

8. Manchete Principal *

9. Complemento da Manchete

texto de apoio à manchete

ELEMENTOS VISUAIS DA CAPA

10. Descrição da foto/figura tema da capa *

11. Tipo de ilustração

selecione o tipo de ilustração da capa
 Marcar apenas uma oval.

- Foto
- Desenho
- Fotomontagem
- Ilustração gráfica
- Apenas texto sobre fundo sólido (cor)
- Outro: _____

12. REPRESENTAÇÃO IMAGÉTICA

descrever se a imagem denota aspectos de uma construção maquinaica ou tecnológica,
 ou fora do natural. (há ideia de alteração da naturalidade?)

13. Cores predominantes

selecione as cores predominantes
Marque todas que se aplicam.

- Preto
- Branco
- Vermelho
- Amarelo
- Azul
- Verde
- Prata
- Cinza
- Outro: _____

14. Volume e profundidade sugeridas

descrever volume e profundidade quando presentes na ilustração

15. Brilho / intensidade

descrever recursos de brilho e intensidade de cores e luz

RELAÇÃO IMAGEM/PALAVRA

Simbiose imagem e palavra, analisar os dois elementos simultaneamente

16. Palavras e imagens-chave destacadas no tema central da capa *

Marque todas as opções que aparecerem. Pode acrescentar mais em "outros"
Marque todas que se aplicam.

- ciência / científico
- pesquisas / cientistas
- cérebro / neurônios
- mente / inconsciente / subconsciente
- memória
- corpo

- vida
- saúde
- doença / crônica / patologia
- medicamento / remédios / drogas
- máquina / tecnologia
- coração
- olho
- natureza
- inovação
- futuro
- poder
- força
- mundo
- humano / humanidade
- vencer / vencedor
- cura
- social
- alimentação / alimento / dieta
- controle
- física / astrofísica
- exercício físico
- ética
- aprender / aprendizagem / ensinar
- desempenho
- dor
- mitos
- riscos / medos
- benefícios / vantagens
- estresse
- ansiedade
- depressão
- câncer
- parkinson
- esclerose
- demência / loucura
- célula-tronco / medula
- alzheimer
- inteligência
- obesidade
- crença

Outro: _____

INFERÊNCIAS DE SUGESTÕES / QUALIFICAÇÕES DA CAPA

Posicionamentos presentes ou não na construção da capa

17. Presença ou não de qualificação sugerida do tema

avaliação positiva ou negativa de como é apresentado o tema - julgamentos

18. Adjetivos e advérbios denotando intensidade

Marque todas as opções que aparecem. Pode acrescentar mais em "outros"
Marque todas que se aplicam.

- muito
- pouco
- intenso
- quase
- mínimo
- máximo
- todos / todas / sempre
- nenhum / nenhum / raro
- Não tem / não se aplica esta análise
- Outro: _____

SUGESTÕES DE COMANDO OU EMPATIA

19. Expressões verbais de comando (que remetem a ordens) do título

Marque todas as opções que aparecem. Pode acrescentar mais em "outros"
Marque todas que se aplicam.

- Coma
- Faça
- Aplique
- Descubra
- Conheça
- Perca
- Combata
- Vença
- Lute
- Comande
- Turbine
- Não tem / Não se aplica
- Outro: _____

20. Estratégias de empatia (imagens/palavras sugestivas - identificação)

Elementos do imaginário disparados no intuito de criar empatia com o tema - elementos imagéticos

INTERPRETAÇÃO A PARTIR DA RETÓRICA

21. Intensidade da mensagem retórica: palavras/imagem-chave *

Como a retórica é empregada na capa, que mensagem é sugerida

22. Afirmações/concepções emergentes da mensagem retórica.

Uma frase afirmativa que pode ser expressada a partir da análise da retórica.
 Mensagem final que pode ser inferida como resultante da estratégia retórica.

COMPLEMENTOS SOBRE A EDIÇÃO

outros elementos relevantes na capa ou no interior da revista que merecem ser registrados

23. Destaques das manchetes secundárias

temas que aparecem nas manchetes secundárias

24. Palavras e imagens-chave destacadas nas manchetes SECUNDÁRIAS

Marque todas as opções que aparecerem. Pode acrescentar mais em "outros"

Marque todas que se aplicam.

- ciência / científico
- pesquisas / cientistas
- cérebro / neurônios
- mente
- memória
- corpo
- vida
- saúde
- doença / crônica / patologia
- medicamento / remédios / drogas
- máquina / tecnologia
- coração
- olho
- natureza
- inovação
- futuro
- poder
- força
- mundo
- humano / humanidade
- vencer / vencedor
- cura
- social
- alimentação / alimento / dieta
- controle
- física / astrofísica

- exercício físico
- ética
- aprender / aprendizagem / ensinar
- desempenho
- dor
- mitos
- riscos / medos
- benefícios / vantagens
- estresse
- ansiedade
- depressão
- câncer
- Parkinson
- esclerose
- demência / loucura
- célula-tronco / medula
- alzheimer
- inteligência
- Outro: _____

COMPLEMENTAR

Registrar se é edição especial, se análise foi feita virtualmente, se há encartes suplementares, diferenças de tratamento de imagens na capa e na reportagem principal ou outras informações relevantes.

25. Outras observações importantes

Séries

Micropolítica do Trabalho e o Cuidado em Saúde
Atenção Básica e Educação na Saúde
Cadernos da Saúde Coletiva
Clássicos da Saúde Coletiva
Interloquções Práticas, Experiências e Pesquisas em Saúde
Saúde Coletiva e Cooperação Internacional
Arte Popular, Cultura e Poesia
Saúde & Amazônia
Branco Vivo
Vivências em Educação na Saúde
Economia da Saúde e Desenvolvimento Econômico
Saúde, Ambiente e Interdisciplinaridade

Periódicos

Saúde em Redes
CADERNOS DE EDUCAÇÃO, SAÚDE E FISIOTERAPIA - ABENFISIO



Editora Rede UNIDA
<http://www.redeunida.org.br/>