



# **CENTRO UNIVERSITÁRIO LUTERANO DE PALMAS**

*Recredenciado pela Portaria Ministerial nº 1.162, de 13/10/16, D.O.U nº 198, de 14/10/2016*  
ASSOCIAÇÃO EDUCACIONAL LUTERANA DO BRASIL

Tainá Bernardes

A OBSESSÃO FEMININA PELO CORPO SARADO: um estudo de caso com fisiculturistas  
na rede social Instagram

Palmas – TO

2018

Tainá Bernardes

A OBSESSÃO FEMININA PELO CORPO SARADO: um estudo de caso com fisiculturistas  
na rede social Instagram

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) II elaborado e apresentado como requisito para obtenção do título de bacharel em Psicologia pelo Centro Universitário Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Orientadora: Profa. Dra. Irenides Teixeira.

Palmas – TO

2018

Tainá Bernardes

A OBSESSÃO FEMININA PELO CORPO SARADO: um estudo de caso com fisiculturistas  
na rede social Instagram

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) II elaborado e  
apresentado como requisito para obtenção do título de  
bacharel em Psicologia pelo Centro Universitário  
Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Orientador: Profa. Dra. Irenides Teixeira.

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Dra. Irenides Teixeira

Orientadora

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

---

Prof. Dr. Pierre Soares Brandão

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

---

Prof. M.e Fabiano Fagundes

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

Palmas – TO

2018

A Deus, pelas vezes em que me deu visão mesmo que eu não enxergasse, pelas várias provações onde mesmo que eu sucumbisse, soprou vida em mim que me encheu de fôlego para que eu questionasse a realidade e para que eu não desistisse dessa jornada. E a mim mesma, por ter resistido aos pensamentos obscuros e por ter conseguido forças suficientes para lutar com um dragão diferente a cada dia no decorrer desse um ano de pesquisa.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha orientadora Irenides por acreditar em mim e em meu potencial mesmo quando eu mesma duvidava, pelo zelo com a minha história e pelo cuidado, pela defesa de mãe leoa com a filha e por permitir que eu voasse com a cautela de não sair do chão, mesmo que por inúmeras vezes, tenha amparado as minhas quedas e chorado junto comigo. Obrigada por me proporcionar crescimento profissional e emocional.

Agradeço aos professores Fabiano e Pierre, meus avaliadores, por serem sempre abertos comigo quando foi preciso e por todas as considerações para enriquecer o meu trabalho. Muito obrigada!

Agradeço a minha mãe Janaina e ao meu Pai Edmar e aos meus irmãos por entenderem a minha falta. Agradeço ao meu namorado Aleu por suportar os meus nervosismos, ansiedade e choros e por ter perdido o sono várias madrugadas fazendo cálculos junto comigo, montando tabelas ou escutando palavra por palavra da minha produção. Muito obrigada por ter acreditado em mim!

Agradeço as minhas chefes Jocelaine, Leida e especial Juliana pelo apoio, por escutarem as minhas angústias e pela força.

Aos meus amigos por entenderem a minha ausência, em especial a minha amiga Renata e ao meu amigo Eliézio. As minhas colegas e amigas Adylla, Lorryne, Maynnara e Adrielly, eu não tenho palavras para descrever vocês. Obrigada por escutarem meus áudios chorando, por dividirem madrugadas de estudo comigo, por me acolherem quando foi preciso, pelo cuidado, por chorarem comigo, por me ter como exemplo, por terem me feito florescer mesmo em meio a espinhos, e em especial a minha amiga May por trazer mais cor aos meus dias cinzas. Só gratidão por vocês.

E por fim, aos meus afilhados Davi Lucca, Eloise e Paola por entenderem a falta da madrinha, meu amor por vocês será sempre eterno!

## RESUMO

BERNARDES, Tainá. **A obsessão feminina pelo corpo sarado**: um estudo de caso com fisiculturistas na rede social Instagram. 2018. 56 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Psicologia, Centro Universitário Luterano de Palmas, Palmas/TO, 2018.

A presente pesquisa disserta sobre os possíveis impactos da cultura midiática e de marketing sobre a geração fitness no que concerne a percepção corporal das mulheres e como essas mulheres se apresentam em rede. Com isso, buscou-se verificar fatores psicológicos desencadeantes e/ou mantenedores por trás da busca feminina pelo corpo perfeito pós-moderno junto ao uso do aplicativo Instagram. Destacaram-se dentro da matriz teórica deste trabalho autores como David Le Breton, *Guy Debord*, *Jean Baudrillard* e *Jurandir Freire Costa*. Coube aos procedimentos metodológicos deste estudo uma pesquisa aplicada em campo embasada pelo método dialético com abordagem qualitativa. Os procedimentos técnicos foram pautados por uma pesquisa bibliográfica e documental e no estudo de caso, cujo objetivo explicativo embasou-se na busca dos fatores por trás da busca do corpo perfeito e a exposição disso em rede. Foram analisadas entre Janeiro de 2017 à Dezembro de 2017 as publicações de dois perfis de atletas femininas do fisiculturismo na rede social Instagram e obteve-se como resultado a maneira como o corpo é construído dentro dos padrões impostos pela mídia digital sob a influência da geração fitness, a representação do corpo e os sentidos atribuídos a eles no processo de construção identitária. Foi verificado que o aplicativo engloba questões significativas observados na cultura da sociedade pós-moderna como: os discursos publicitários sobre a beleza feminina que transformam o corpo em objeto o que corrobora para um condicionamento os indivíduos a se comportarem de maneira narcísica e ocasionam no aumento da insegurança a partir do fluxo de compartilhamento e retroalimentação positiva percebido em rede. Dessa maneira, este trabalho pretendeu contribuir para a compreensão dos fenômenos e fatores psicológicos atuais que estão por trás das práticas de exercícios resistidos, presentes na relação entre o uso do aplicativo Instagram como instrumento de controle midiático e marketing e na constituição das representações socioculturais que provocam os novos formatos de percepção corporal contemporâneos.

Palavras-Chave: Instagram. Corpo. Fisiculturismo. Percepção corporal.

## ABSTRACT

BERNARDES, Tainá. **The female obsession with the muscular body:** a case study with bodybuilders in the social network Instagram. 2018. 56 f. Course Completion Work (Undergraduate) - Psychology Course, Lutheran University Center of Palmas, Palmas / TO, 2018.

The present research discusses the possible impacts of media culture and marketing on fitness generation in what concerns the body perception of women and how these women present themselves in a network. Thus, we sought to ascertain psychological triggering factors and / or maintainers behind the female search for the perfect postmodern body along with the use of the Instagram application. Within the theoretical matrix of this work, authors such as David Le Breton, Guy Debord, Jean Baudrillard and Jurandir Freire Costa were highlighted. It was to the methodological procedures of this study an applied research in the field based on the dialectic method with qualitative approach. The technical procedures were based on a bibliographical and documentary research and on the case study, whose explanatory objective was based on the search of the factors behind the search of the perfect body and the exposure of this in a network. Between January 2017 and December 2017 the publications of two profiles of female athletes of the bodybuilding in the social network Instagram were analyzed and the result was the way the body is built within the standards imposed by digital media under the influence of the fitness generation , the representation of the body and the meanings attributed to them in the process of identity construction. It has been verified that the application encompasses significant questions observed in the culture of postmodern society such as: the advertising speeches about the feminine beauty that transform the body into object which corroborates for a conditioning the individuals to behave in a narcissistic way and cause in the increase of the insecurity from the flow of sharing and positive feedback perceived in the network. In this way, this work intends to contribute to the understanding of the current psychological phenomena and factors that are behind the practices of resistance exercises, present in the relationship between the use of the Instagram application as an instrument of media control and marketing and in the constitution of the sociocultural representations that provoke the new forms of contemporary body perception.

Key words: Instagram. Body. Bodybuilding. Body perception.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Página inicial e feed do Instagram.....	30
Figura 2 - Linha do tempo Instagram 2013.....	31
Figura 3 - Função bloqueio e controle de comentários.....	32
Figura 4 - Relatório anônimo de vídeo ao vivo (recurso para promoção de saúde mental.....	32
Figura 5 - Ig da atleta @florferraz12.....	34
Figura 6 - Ig da atleta @meirefitnesspmw.....	35
Figura 7 - Resultados quanto ao total de publicações do perfil @florferraz12.....	37
Figura 8 - Resultados quanto ao total de publicações do perfil @meirefitnesspmw.....	38
Figura 9 - Categorias por corpo referente as publicações sozinhas.....	39
Figura 10 - Exposição do corpo nos perfis conforme as categorias.....	41
Figura 11 - Feedback quanto a exposição do corpo em rede.....	42
Figura 12 - Mudança corporal de @florferraz12.....	44
Figura 13 - Mudança corporal de @meirefitnesspmw.....	44
Figura 14 - Feedback apresentado no perfil de @meirefitnesspmw.....	45
Figura 15 - O corpo nas publicações de publicidade verificado nos perfis.....	46

**LISTA DE TABELA**

Tabela 1. Diferença corporal por categoria ..... 28

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CEULP	Centro Universitário Luterano de Palmas
APP	Aplicativo
Ig	Instagram
CBMFF	Confederação Brasileira de Musculação, Fisiculturismo e Fitness
IFBB	Federação Internacional de Fisiculturismo no Brasil

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>14</b>
2.1 Uma historicidade do corpo.....	14
2.2 Visão psicanalítica sobre o corpo.....	17
2.3 Corpo x Consumo e a relação dos corpos em rede.....	22
2.4 As Práticas de Exercício Físico.....	26
2.5 O aplicativo Instagram: o mundo imagético na palma das mãos.....	29
<b>3. PERCURSO METODOLÓGICO .....</b>	<b>33</b>
<b>4. RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>37</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>48</b>
<b>6. REFERÊNCIAS .....</b>	<b>50</b>
<b>ANEXOS -----</b>	<b>55</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O corpo feminino tem sofrido várias mudanças ao longo da história, sendo alvo de conceitos e preceitos. O avanço e reestruturação da visão corpórea feminina será traçada entre a Grécia Antiga (séc. VIII a.C ao séc. século V d.C.), Idade Média (século V ao XV) até a modernidade (até o séc. XXI) onde está em constante modificação e reflete as contribuições do corpo idealizado na Grécia antiga. Isso quer dizer que estamos voltando a buscar um corpo idealizado, um ideal de corpo musculoso e atlético. Atualmente tem-se a pós-modernidade sendo marcada após a segunda metade do século XX, onde é demarcada por um movimento contra o pós-industrialismo promovendo um sentimento de mudanças socioculturais embasadas pela sociedade de consumo (LEMOS, 2013) que tem como referência a felicidade.

A noção de felicidade surge como algo que deveria ser livremente oferecido e de forma “mágica” associada à noção de bem-estar. Então Türrcke (2010) ainda agrega a essa noção a filosofia da sensação, ou seja, indivíduos têm buscado estar em evidência, serem notados, e essa busca pela atenção torna-os os próprios objetos, a partir da busca complementar dessa felicidade desejada. Há um espaço de correlação e dependência entre corpo, meio social e interação social. A linha tênue entre os três elementos funciona como um espelho, sendo refletido o que a educação cultural e social de determinado indivíduo permite. Isso quer dizer que os sujeitos se veem da maneira como aprendem na interação com o mundo e suas educações sobre o assunto (LE BRETON, 2006).

Baudrillard (2010) cita o corpo como o próprio objeto digno de investimento pessoal. Tal objetificação torna-se um campo propício à era do consumismo, das influências midiáticas e do culto ao corpo atlético e escultural, o que Guy Debord (1997) denomina como uma sociedade do espetáculo, ou seja, aquela em que se abstém da cultura de uma sociedade e utiliza a representação como instrumento de manipulação dos sujeitos, uma vez que a imagem funciona como um reflexo da sociedade.

Com isso, essa pesquisa pretendeu responder ao questionamento de que aspectos psicológicos que estão associados à prática intensiva do fisiculturismo em atletas femininas podem ser observados na rede social Instagram, tendo como objetivo principal identificar tais aspectos relacionados e/ou decorrentes da prática obsessiva do fisiculturismo nessas atletas observando seus perfis nesta rede. Além disso, buscou-se observar as narrativas agregadas ao corpo feminino no que tange aos movimentos de poder, verificar o corpo como objeto de desejo e atenção na rede social Instagram e

mapear os riscos decorrentes da obsessão do (re)modelamento dos corpos como instrumento de exibição nesta rede social.

O interesse por essa temática surgiu a partir de impressões pessoais sobre a busca por esse ideal de corpo, que muitas vezes, esconde sofrimentos de ordem psíquica associadas tanto a busca pelo ideal de corpo estabelecido socialmente quanto a frustração frente aos exercícios físicos. Certamente você já viu, em alguma rede social ou boletim de notícia de fofocas, vídeos de atletas e/ou musas fitness durante o treino pesado chorando com a carga elevada de peso. Isso gera uma indagação de que há um forte fator condicionante por trás das práticas de treinamentos intensivos que funcionam como fator mantenedor de tal prática. Fazendo uma analogia com o emocional, podemos pensar: “o que é o fardo mais pesado para tais pessoas, a carga de pesos elevada ou a carga emocional e psicológica associada ao seu corpo?”

Por este motivo, essa pesquisa pretende discorrer sobre essa analogia e promover reflexão sobre o que de fato move essas mulheres nesse meio de exaltação do corpo físico por meio de observação das narrativas agregadas ao corpo feminino, o corpo como objeto de desejo e atenção no Instagram e os riscos decorrentes da obsessão do (re)modelamento dos corpos como instrumento de exibição nesta rede social, além da consideração sobre o uso da rede Instagram como meio social de influência sobre a percepção do próprio corpo e aceitação pública.

Dessa forma, esse estudo poderá subsidiar novas reflexões acerca dos impactos causados por essa rede de compartilhamento de fotos como cultura do corpo aceito na vida das mulheres, sendo possível delinear os aspectos positivos e negativos da experiência do uso da rede de forma a possibilitar autocrítica quanto ao modo de exibição e percepção corporal através da plataforma e o modo como reflete na constituição de identidade e percepção sobre si a partir do uso do aplicativo. Tais resultados serão de grande valia tanto para a sociedade, como para o trabalho do psicólogo, uma vez que a temática do sofrimento com a imagem corporal é constante tanto entre a população, como nos consultórios e ambientes de atuação desses profissionais.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Não é incomum passarmos em frente de uma academia e perceber quão lotada está, muito menos percebermos que há um número muito maior de estabelecimentos disponíveis com atividades físicas diversas na capital. Segundo Baudrillard (2010) o corpo é entendido como o mais belo objeto de consumo e funciona como um novo modo de socialização, justificando a intenção desse estudo em compreender e explicar como a ascensão da mídia influencia o corpo na busca de se enquadrar na “geração *fitness*”. Isso pode ser facilmente percebido atualmente com o avanço das tecnologias na palma da mão, pois, temos a ascensão das mídias sociais de compartilhamento de fotos como a nova cultura a reger o comportamento e o *modus vivendi* dos sujeitos pós-modernos. Para o mesmo autor, isso acontece porque a sociedade pós-moderna é regida por um sistema de compulsão que é o fantoche das indústrias da moda ditadas por imagens pelas tecnologias de marketing.

Baudrillard (2010) ainda fala sobre o investimento narcísico proveniente de uma relação diferencial, uma vez que o objeto passa a ser valorizado por aspectos não necessários e perde o seu valor de uso vindo a ser a “solução de um conflito social ou psicológico”. Isso acontece porque os aspectos que passam a ser valorizados na pós-modernidade são subjetivos com caráter de prestígio social que se agregam ao produto (que é o corpo) seguindo a lógica formal imposta pela cultura midiática da moda, ou seja, se você não se encaixa nos padrões de beleza postados e compartilhados por imagens nas redes sociais, você provavelmente será “excluído” da sociedade.

Por meio das novas tecnologias científicas, a indústria do marketing introduz os padrões de beleza, gerando uma obsessão pela magreza agora definida como “barriga negativa”, o corpo musculoso, definido e escultural, ‘perfeito’. Samarão (2007) defende a ideia de que o liso, chapado e definido é o novo modelo, sendo que qualquer característica que foge a esse modelo é entendida como sinal de descuido ou preguiça, tornando-se cada vez mais objeto de design na cultura do culto ao corpo.

### 2.1 UMA HISTORICIDADE DO CORPO

A história do corpo é vasta e repleta de conhecimentos, tanto biológicos como simbólicos, configurando-se como um assunto arriscado para se descrever. São inúmeras vertentes associadas ao corpo, no campo da saúde, no campo da moda, no campo antropológico, da arte, da religião e demais áreas de conhecimento. Neste capítulo trataremos uma visão do corpo da Grécia antiga x corpo contemporâneo, buscando

compreender as influências dos contextos culturais/sociais em que os corpos estão inseridos.

Sabemos que o corpo é uma matéria finita sendo passível de transformações. Stuart Hall (2014) fala sobre as “políticas de identidade”, ou seja, procuramos identificação e, dessa maneira nos apresentamos ao outro a partir dos nossos referenciais de significação e identificação, configurando-se ao mesmo tempo, como uma tentativa de controle do corpo e do eu. Segundo Sant’Anna (2001, p.3) “o corpo de um indivíduo pode revelar diversos traços de sua subjetividade e de sua fisiologia, mas, ao mesmo tempo, escondê-los”.

O corpo apesar de ser familiar e íntimo, pode ser abstrato e desconhecido, sendo experimentado como falta de controle, proporcionando sofrimento psíquico para os “indivíduos perdidos”. Em torno dessa experiência, há uma tentativa exaustiva de minimizar estes efeitos desconhecidos, manter o corpo sob controle e desvendá-lo cada vez mais, caracterizando a história e o feito de numerosas culturas. Woodward (1997) diz que a diferenciação é importante para que sejam constituídas as identidades, complementando o pensamento de Hall. Para ele, a identidade depende da diferença para consolidar-se.

Na Grécia antiga o corpo era idealizado e abarcava a pluralidade cultural, mas resultando de um investimento narcísico, uma vez que a busca era pelo seu aprimoramento através de treinamentos. A imagem corporal idealizada nessa época implicaria no modelo de cidadão esperado que desenvolveria e modelaria o corpo a partir de exercícios e meditações, que refletiria um corpo poético e filosófico. Dessa forma, o corpo seria atribuído ao desejo, à glorificação e sentimento de pertença na sociedade (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011). Tais autores afirmam que essa imagem de corpo é uma referência para a pós-modernidade, onde o estético possui extrema relevância.

Na Idade Média vários acontecimentos agregam significado ao corpo que também era visto como aspecto favorável as relações sociais na sociedade feudal onde através dos atributos físicos que eram associados ao vínculo do indivíduo com a terra eram distribuídas as funções sociais, fazendo com que o indivíduo obtivesse sentimento de pertença e prestígio em um grupo. A visão de corpo nessa época torna-se ambíguo, uma vez que com a posição que a igreja conquistou no Cristianismo as pessoas se sentiam mais contidas, em especial as mulheres que eram vistas como seres sexuais, associados ao demônio e bruxaria. Portanto, o corpo era instrumento do pecado e toda prática de preocupação com o corpo era proibida. Na Idade média também, surge o amor cortês, e

com isso vê-se o corpo da mulher como algo a ser exaltado (BARBOSA, MATOS E COSTA, 2011).

A partir do Renascimento o corpo passou a ser visto como um objeto de experiências científicas e estudos. Ter domínio e controle do próprio corpo tornou-se fundamental e prezar pelo aspecto “sadio” é o que os sujeitos passam a prezar, pois “a prática física domava à vontade, contribuindo para tornar o praticante subserviente ao Estado” (PELEGRINI, 2006 apud BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011, p. 27).

As concepções de corpo apresentadas na antiguidade não se mostram tão destoantes da visão apresentada no período medieval (entre os séculos V e XV), exemplo disso é a visão do corpo feminino. As mulheres, durante eras, foram consideradas passivas e submissas ao masculino, sendo a sua finalidade a procriação e fecundidade (SANT’ANNA, 2001, p. 14). Até mesmo em histórias bíblicas, mulheres inférteis eram discriminadas, chamadas de secas, associadas a pecadoras e impuras e não merecedoras de amor e família.

Da sociedade romana para a moral dos gregos mudou-se apenas que mulheres não eram só seres passivos por definição e natureza, mas para a moral grega, eram também passivas por estatuto (SANT’ANNA, 2001). Com isso a mulher se assimilava aos escravos que tinham seus senhores e deveriam manter-se sob o domínio de um homem. Além disso, deveriam mostrar-se fieis e obedientes aos seus dominadores e estes comportamentos eram considerados por essas culturas como honroso, mulheres virtuosas e de caráter.

Desde o cristianismo e ascensão da Igreja, o corpo feminino também foi repreendido. Para os religiosos da antiguidade a mulher era associada a pecados: seres femininos eram essencialmente vaidosos, desobedientes e infiéis, sendo relacionada ao pecado da luxúria. Já na Idade Média, a figura feminina foi relacionada com a figura do diabo e tudo que fosse referente a ele (inclusive os pecados, descritos pelos eclesiásticos) (CARVALHO, 2006, p. 1). Havia, portanto, uma relação tênue entre o diabo, a mulher e a sexualidade que condenou o feminino ao corpo sexual, o que contribui muito para que demais culturas relacionassem o corpo feminino à fecundidade e reprodução. Por estes motivos era imprescindível que a mulher fosse submissa a figura masculina, pois, de tal forma não eram tomadas pelas tentações do demônio e assim, não poderiam atingir os homens.

As concepções ocidentais e medievais destoam-se das concepções contemporâneas de corpo feminino: o que antes era negado, hoje é cultuado

(CARVALHO, 2006, p. 4). A cultura do culto ao corpo se preocupa exacerbadamente com a saúde através de um discurso estético. Para atingir esta finalidade o corpo é um instrumento essencial, e é então que se inicia uma ditadura do corpo perfeito e esbelto, com referências da Grécia antiga, onde os músculos delineados eram sinais de pura beleza, vigor e aporte poético e intelectual que renovam em uma noção contemporânea de “barriga negativa”, ou seja, a menor porcentagem de gordura no corpo.

Não é raro vermos o corpo feminino em anúncios que remetem à boa forma, à saúde física atrelada à saúde mental, como se uma fosse primordial para a outra. Carvalho (2006, p. 6) relatou em seu trabalho uma pesquisa de uma revista com homens de ocupações e idades diferentes. Como resultado, foi percebido que o corpo delineado da mulher era supervalorizado e associado ao prazer sexual e aceitação social provocado pela sua estrutura corpórea, sendo um discurso envolto de dominação masculina.

Com isso podemos pensar que de fato o físico poderia contribuir para um estado psíquico melhor, entretanto, se pensarmos melhor iremos perceber os discursos (em redes por exemplo) ainda de discriminação e exclusão de que a mulher não é um ser pensante, passível de manipulação e entendido como objeto destinado à satisfação sexual masculina e que necessita se provar socialmente a todo custo para ser aceito. Para alcançar tal feito, mulheres adquirem o hábito das privações para as provações que têm que ser subordinadas para serem aceitas socialmente e desejadas (CARVALHO, 2006, p.6).

É onde mora o perigo: dietas malucas e cheias e privações, remédios manipulados ou caseiros que prometem secar a gordura ou tonificar os músculos, submissão a tratamentos estéticos cada vez mais tecnológicos, exercícios físicos de alta intensidade e variadas formas para estar na moda da boa forma.

Riscos como desenvolver transtornos psicológicos associados à imagem, problemas físicos como gastrintestinais, lesões musculares, entre outros, acabam surgindo cada vez mais. Proveniente da guerra entre mídia e sociedade alienada, isso acaba indo contra a ideia inicial que seria a busca de melhoria de qualidade de vida e saúde.

## 2.2 VISÃO PSICANALÍTICA SOBRE O CORPO

Com a modernidade, a propagação da tecnologia e a era do consumismo novos sintomas corporais têm aparecido na prática clínica de psicólogos. Segundo Costa (2005, p. 55), tais sintomas são divididos em dois conjuntos: os transtornos na percepção da imagem e os abusos na exploração das sensações corporais. Para o autor, o corpo físico

em qualquer um destes conjuntos torna-se parte do conflito psíquico e não apenas um espaço que experimenta impactos entre pulsões e representações.

Antes de discorrer mais, faz-se importante fazer uma releitura acerca da fenomenologia do corpo para que o assunto seja melhor elucidado. Costa (2005) introduz a noção de corpo físico e intencionalidade corporal e faz uma crítica ao mesmo tempo em que agrega continuidade às noções postuladas de Merleau-Ponty (2011) e a intencionalidade motora. Costa (2005) não adere ao que Ponty chama de “corpo vivido” porque acredita que não é um termo bem definido, sendo empregado de forma vaga e ocasionando em imprecisão para agregar continuidade entre físico e mental.

“Corpo vivido” para Merleau-Ponty (2011) é o elo entre atividades físicas e psíquicas, ou seja, corpo e mente não são tão indissociáveis assim e a tentativa de seus trabalhos era de provar que as ações intencionais não estavam ligadas somente a mente, uma vez que o corpo era tão capaz de renovar repertório de ações quanto às atividades mentais.

Portanto, intencionalidade motora significa tal ajustamento ao meio e Costa (2005) utiliza-se de tal conceito para incrementar a noção de intencionalidade corporal e critica Ponty por não concluir a segregação entre físico e o que o autor chama de anatomofisiológico.

Na sintomatologia que concerne ao corpo a diferença entre intencionalidade física e mental são muito significativas, pois podem entrar em choque e afetar o processo homeostático de ordens distintas e, por conseguinte, desencadear um conflito. Antes de retratarmos a formação do eu para Freud, alguns conceitos necessitam ser citados.

O esquema corporal e a imagem corporal são processos que acarretam o ajustamento criativo e autorregulação ao ambiente (COSTA, 2005, p. 58). O esquema corporal era um processo onde sensações proprioceptivas eram provocadas e permitiam um reconhecimento do próprio corpo e da posição no ambiente e esse processo seria sem relação nenhuma ao reconhecimento corporal pessoal, ou seja, do eu corporal. Por outro lado, a imagem corporal seria ramificada em três aspectos: intencionalidade, privacionalidade e representacionalidade sendo caracterizada como aspecto mental (COSTA, 2005, p. 59).

Dessa maneira a imagem corporal é intencional, pois para tal precisa-se de um reconhecimento do outro, de um fator externo de referência e que, portanto, implica em uma coerção para que o sujeito se apresente de outras maneiras. É privada porque é simultâneo à existência e segundo Costa (2005, p. 59) “não existe imagem corporal sem

um eu que a reconheça como “sua propriedade”. E é representacional, pois precisa-se reconhecer o eu e o outro e identificar essa diferenciação bem como os elementos descritivos e similares.

Para entender melhor tal processo, torna-se importante citar a visão de corpo e o que Freud denomina como a formação do eu. Para a psicanálise freudiana, o corpo sofre influências de várias referências, dentre elas podemos citar as que se configuram dentro do objetivo discutido neste trabalho: sede das pulsões sexuais e auto conservação disputam entre pulsão de vida e morte e entraves entre as instâncias psíquicas, sendo o corpo fonte de ações específicas (COSTA, 2005, p.72).

Analisando a relação existente entre o corpo e a formação do eu em Freud percebemos uma tendência ao narcisismo na formação do eu. Esse eu seria uma “projeção da superfície corporal” segundo Costa (2005). Scruton (2000, p. 19) cita que a “mente e corpo são uma mesma coisa, a qual é concebida ora sob o atributo do pensamento ora sob o atributo da extensão”, ou seja, corpo seria uma extensão da mente onde elementos dessa mente seriam projetadas para a forma física.

Segundo Costa (2005, p. 73):

o eu, na formação narcísica, se auto-percebe como uma *gestalt* contínua, derivada da percepção imaginária do corpo como um envelope fechado. Em outras palavras, a identidade egóica é modelada pela imagem corporal que atende à demanda do outro. O outro – pais, adultos significativos, figuras culturais ideias – atribui ao sujeito uma completude física, emocional e moral proporcional à sua fantasia de perfeição e exige em troca a submissão a este ideal. Uma vez preso na montagem, o sujeito usará a sua imagem corporal para sustentar o interesse do outro por si.

Freud amparado pelas suas experiências clínicas reconhece que as teorias da percepção e cognição constataram que nós somos resultado daquilo que imaginamos causar no outro e que nos beneficiamos, em certa medida, com essa condição. Portanto, o desejo inerente ao ser humano é fazer-se desejado, é despertar no outro o interesse por nossa imagem e segundo Costa (2005, p. 73) a satisfação se dá ao “alcançar, na realidade ou na imaginação, o que antecipamos de forma imaginária”.

Há ainda um conflito proveniente deste fenômeno egóico que se dá entre a compulsão por deleitar-se com a imagem corporal narcísica e o esquema corporal em suma, que tem como objetivo a satisfação da auto regulação e da experiência sensorial do mundo. A corporeidade do eu narcísico quando deparado com a compreensão da imagem desejado pelo outro concentra sua energia libidinal para que o seu próprio corpo se volte a essa percepção de perfeição de tal maneira que tal satisfação narcísica possa atingir os interesses corporais.

A ideia de corpo defendido por Lacan estaria relacionada a três esferas, podendo ser pensado das seguintes maneiras: pela visão do imaginário o corpo seria retratado como imagem, na perspectiva do simbólico o corpo seria marcado pelos significativos e, por fim, pelo ponto de vista do real o corpo seria sinônimo de gozo.

Há um tempo considerável que o corpo está sendo fadado ao consumismo. Lerder (1990 apud COSTA, 2005, p. 75) introduziu o termo “dis-aparecimento” do corpo, como um termo relacionado à compulsão, um comportamento em excesso e doentio da forma e de funções corporais que são distorcidas e disfuncionais. Nessa perspectiva, o corpo deveria ser íntimo e silencioso, despercebido. A maneira como o corpo se apresentava fora desse padrão estaria classificado como um comportamento em excesso, portanto, em dis-aparecimento.

Em uma visão psicanalítica do corpo atual, este é entendido como “um objeto a serviço dos anseios sociais e virtuais, pautados em uma ideologia narcísica que visa ao controle do incontrolável: as pulsões” (MOTA; LEAL, 2007, p. 9). Devido às contribuições de Lacan sobre o tema, entendemos que para o corpo é essencial o gozo, tanto próprio como destinado a um objeto. É através do olhar do outro que as representações emergirão e, aos poucos, a construção da imagem se moldará (MOTA; LEAL, 2007, p. 2).

Vale ressaltar que a representação entendida neste trabalho está relacionada com o conceito de Andrade (2003, p. 2) onde é entendida como “[...] um modo de produzir significados na cultura; esses significados são produzidos através da linguagem e implicam relações de poder.” De acordo com Becker (1999 apud RUSSO, 2005, s/p)

as pessoas aprendem a avaliar seus corpos através da interação com o ambiente, assim sua autoimagem é desenvolvida e reavaliada continuamente durante a vida inteira (Becker, 1999), mas as necessidades de ordem social ofuscam as necessidades individuais.

O corpo então entra na briga por atingir as exigências impostas socialmente onde o indivíduo detém de certo gozo em sentir-se desejado, atraente. Vozes e olhares voltados a ele tornam-se frequentes nessa corrida, preocupando-se em como o corpo deve ser e se está inserido no grupo dos “socialmente aceitos” e o que mais falta para tornar-se perfeito no meio ambiente ou virtual (MOTA; LEAL, 2007, p. 2).

Lacan contradiz o filósofo Aristóteles quando discorre que o homem não pensa com a alma e sim com o corpo, pois, é por meio deste que o inconsciente pode tocar a alma ocasionando o surgimento do pensamento (LACAN, 1993 apud MOTA; LEAL,

2007, p. 2). As falhas tentativas de alcançar tais ideais resultaram em indivíduos cada vez mais frustrados, sendo que se passou a ser atribuído culpa à corporeidade, ou seja, ao físico para o desinvestimento erótico do outro provenientes das imperfeições físicas existentes no imaginário.

Na tentativa esdrúxula de sexualizar o que não deveria, por princípio, acarreta em uma considerável perda ou restrição da satisfação dos indivíduos. Tais sintomas físicos mostram que a percepção exacerbada e disfuncional da representação do corpo só cessa a custo do sofrimento psíquico, visto que passa a ser o *modus vivendi* contemporâneo.

Segundo Costa (2005) na contemporaneidade a divergência entre os interesses e investimentos narcísicos dos interesses do corpo físico sofreram alterações em três áreas da experiência subjetiva quanto sintomatologia, sendo elas: imaginário da perfeição, imaginário da recalcitrância e da abjeção e as narrativas sobre as falhas na imagem corporal, tais mudanças marcam as novas formas de se pensar na imagem corporal e os novos ideais do corpo moderno.

O imaginário da perfeição avançou junto à ciência e tecnologia, onde, a partir dessas ferramentas e técnicas tornou-se mais fácil alcançar uma perfeição física. Segundo Costa (2005, p. 77)

o sujeito contemporâneo padece de um fascínio crônico pelas possibilidades de transformação física anunciadas pelas próteses genéticas, químicas, eletrônicas ou mecânicas. O corpo físico, em sua dimensão de esquemas, volta a ser julgado como causa real da ferida narcísica, mostrando a compulsão do eu para causar o desejo do outro por si mesmo, mediante a idealização da própria imagem.

A segunda área afetada diz respeito à inversão do valor pulsional dos sistemas auto regulatórios e equipamentos sensório-motor do corpo anatomofisiológico. Com os avanços tecnológicos e da ciência há um reencantamento social por conhecer sobre o corpo e seus órgãos, como os hormônios e demais funções e elementos internos do corpo. Atualmente os indivíduos buscam mais informações e conhecimentos sobre como cuidar do corpo e melhorar as sensações de bem-estar físico e alimentação saudável em prol da saúde e do corpo perfeito.

O que era temido antes como abjeto recalcitrante em Lacan volta na modernidade reconfigurado na exterioridade do corpo egóico, sendo as “imperfeições” os obstáculos que são temidos e estranhos, o ego narcísico vê-se acusado a renegar e ocultar tais imperfeições. Ocasionalmente em um medo exacerbado de ser a causa de desinvestimento do outro, resultando em uma tensão fóbica e obsessiva pela imagem corporal. Ao se externalizar os abjetos que não podem ser negados, somente dissociados e/ou recusados,

os indivíduos tornam-se passíveis de transtornos da imagem corporal, configurando-se como o processo de narrativas sobre as falhas na imagem corporal, que são subjetivas.

### 2.3 CORPO X CONSUMO E A RELAÇÃO DOS CORPOS EM REDE

O campo social atualmente proporciona uma ideia (não muito concreta) de espaço cultural pautado na liberdade de escolhas ocasionando na individualidade como sinônimo de pluralidade - um brinde a diferença e diversidade. Isso se dá por influência da indústria da propaganda e dos avanços tecnológicos e científicos que buscam cada vez mais se destacar em variados segmentos de mercado, buscando informações e lançamentos diferenciados para atingir cada público promovendo maior exigência e produzindo grande escala de liberdade de escolha.

Severiano (2006) tem realizado diversas pesquisas sobre a subjetividade relacionada à cultura do consumo onde apontou que o mercado tem se valido da busca dos indivíduos pelo sentimento de pertença e identidade para produzirem estratégias de marketing que provocam ideias de resgate social e alcance da felicidade por meio dos serviços e objetos, sempre levando em consideração a singularidade e diferenciação social.

Com isso temos então na cultura do consumo contemporâneo os objetos desejáveis como eletrônicos carros e créditos em banco, sendo o corpo outro “objeto” que emerge na atualidade transpassando por todos os outros. Severiano et al (2010, p. 140) aponta que

este é considerado por Baudrillard (2010) como ‘o mais belo objeto de consumo’, é enquadrado, contemporaneamente, na lógica fetichista da mercadoria, à semelhança de qualquer outro objeto. Ainda mais agudamente que os demais, ele encarna uma promessa implícita de inclusão social, diferenciação, status, prazer, poder, amor e felicidade. Todos os outros objetos parecem se constituírem em meras próteses para o alcance daquilo que passou a constituir-se, na hipermodernidade, sinônimo de salvação psíquica e social: ‘o corpo ideal’.

No entanto há que se tomar cuidado com a distinção entre atributos dos objetos e do sujeito visto que a essa hipermodernidade o processo de individualidade está atrelado a uma submissão a modelos identitários pregados pelas indústrias de marketing e mercado, ou seja, o sujeito só pode ser (ser alguém ou aceito num grupo) se possuir e fizer uso de tais objetos.

A diferenciação, o dar-se conta subjetivo, se dá através de bens de consumo. Com isso cria-se um ambiente em que os indivíduos estão sujeitos a um mero movimento de segregação pelos mais variados tipos, reduzindo a alteridade essencial para a

subjetividade. A isso tem-se o que Adorno (1986) proferiu como uma “pseudo-individação”, sendo complementado por Severiano (2006, p. 107) na sociedade contemporânea significando

o processo que implica uma suposta diferenciação do indivíduo, tendo por base a eleição, pretensamente livre, de estilos de consumo, já previamente estandardizados e articulados pela lógica do mercado, o qual se serve fundamentalmente da lógica do desejo para promover uma identificação idealizada com seus objetos. A promessa implícita é a de conferir individualidade e diferenciação social aos seus consumidores/receptores.

Costa (2005) fornece uma discussão sobre o uso do corpo como objeto transicional pautado pelos feitos de Winnicott. Para o autor, as patologias e transtornos relacionados ao corpo sofrem um efeito inesperado da moral das sensações, ou seja, as sensações corporais estão ligadas aos ideais de felicidade. Costa ainda discorre sobre a satisfação e prazer a que se refere, sendo que satisfação está relacionada ao “sucesso dos movimentos intencionais” em termo de valores onde um está relacionado ao valor positivo e o outro ao valor negativo da satisfação.

Um ato intencional neste sentido diz respeito à consequência das ações do indivíduo no ambiente, ocasionando a homeostase entre seu sistema funcional e sua autopercepção. Essa autopercepção como um ser distinto dos demais, a manutenção do equilíbrio interno e o tornar conhecido um ambiente estranho tornando-o campo de necessidades torna-se essencial para a satisfação de um ato intencional.

Já o prazer para Costa (2005, p. 91) seria um “conjunto dos fenômenos afetivos correspondentes ao estado de satisfação” e sua definição está relacionada ao termo de gozo para Lacan e esse prazer seria “a posse e guarda de um território da satisfação conhecido ou apropriação de uma nova faixa de satisfação” ao repertório do eu. O prazer é dividido em duas instâncias: a qualidade e a intensidade. O primeiro está relacionado ao cerne físico ou mental e são sentidos de forma sensoriais, motores, intelectuais ou sentimentais. Em contrapartida a intensidade do prazer é atrelada as experiências prazerosas.

Os quesitos das intensidades do prazer se subdividem em extáticos ou mitigados. O prazer extático é passageiro e “dura exatamente o tempo entre o início e o fim de um processo de excitação crescente (COSTA, 2005, p.91)” enquanto que o prazer mitigado é duradouro. As atividades físicas que exigem força e destreza musculares são exemplos de prazer extáticos, enquanto as atividades esportivas são exemplos de prazer mitigados.

A satisfação na era da moral das sensações aborda dois ideais de prazer reconhecidos pelo senso comum como hedonismo e narcisismo. Dessa maneira, o que é

admitido é que boa parte dos indivíduos restringiu a satisfação e a realização pessoal ao gozo do prazer extático, relacionando à uma ideia de colecionadores de sensações.

Segundo Severiano, Rêgo e Montefusco (2010), as indústrias da beleza com suporte das mídias sociais colocam o sujeito em constante tensão, pois há uma exposição dos indivíduos a uma revisão insistente de prescrições para alcançar tais ideais. No entanto, na contramão deste pensamento, o não cumprimento e uma inatingibilidade desse corpo ideal e desejado levam à exclusão social, sentimentos negativos relacionados à autoestima ocasionando sofrimento psíquico e abrindo espaço aos transtornos de imagem.

Na cultura do culto ao corpo o que é preconizado é uma obsessão pela forma física em busca de uma saúde que, segundo Costa (2005) tem se transformado em uma “verdadeira hipocondria cultural”. Russo (2005) discorre sobre o corpo ideal de determinada cultura concretizado em nosso próprio corpo.

Para a autora “corpos que se veem fora das medidas, sentem-se cobrados e insatisfeitos. O reforço dado pela mídia em mostrar corpos atraentes faz com que uma parte de nossa sociedade se lance na busca de uma aparência física idealizada (p.2)”. Há um fator condicionante para a emersão do fenômeno que é a “desorientação pessoal pela perda dos valores tradicionais (COSTA, 2005, p.131)”.

Imagem entendida num sentido de afecção, que segundo Deleuze (1997 apud KIRST, 2010) trata-se de um traço de um corpo sob o outro, o resultado de um corpo após sofrer com a ação do outro. Kirst (2010) ainda diz que o termo não diz respeito somente a um efeito instantâneo, como também aos sentimentos e relação do outro com o próprio corpo, como prazer ou dor ou a felicidade e tristeza, processos que mantêm relação com a autoestima.

Neste sentido, a fotografia não deve ser vista apenas como objeto de representação, uma vez que “a imagem não vem somente de fora e, certamente, o grau de compreensão de qualquer mensagem se dá na medida em que ela é ressignificada e associada com a vida” (KIRST, 2010, p.18). Com o surgimento do selfie ocorre uma alteração na forma de produção de imagem: agora modelo e fotógrafo tornam-se uma só pessoa em prol de uma representação de si.

Goffman (2002) ao falar sobre a construção do eu, revela que o selfie se constrói através das experiências que o indivíduo vivencia no social sofrendo, desta maneira, influências tanto de si como do outro, uma vez que dependem do reconhecimento que os demais indivíduos na esfera social fornecem de si. Batista e Rodrigues (2014) falam de tal problemática e que “a cultura da sociedade pós-moderna traz em si a ideia fixa e a

obrigatoriedade de estar feliz e apresentar tal felicidade aos outros cotidianamente (p. 3)”. Portanto, a exposição do corpo em rede por meio de fotografias está associada com a busca pós-moderna da felicidade.

Tudo isso está dentro das vivências da geração fitness que utilizam o corpo como forma de discussão e persuasão e a necessidade de expor em rede tal estilo de vida proporcionou ao Instagram uma legião de usuários. Segundo Batista e Rodrigues (2014, p. 3), “a busca pelo corpo perfeito se traduz em valores que ignoram a pluralidade das pessoas em rede”. Dessa maneira, o indivíduo passa a supervalorizar o olhar do outro sobre si, projetando mais conteúdo para os outros e se esvaindo de si e enaltecendo a importância da estética.

Para Le Breton (2006, p. 23)

na era da informação, a identidade não passa de uma soma provisória de informações destinada aos outros, no desejo de sentir-se à vontade em sua definição. Da mesma forma que o corpo, a identidade torna-se um trabalho, um permanente *work in process*.

Com isso, os indivíduos tornam-se escravos da própria imagem, sendo isso o que o ambiente pós-moderno incita. Os meios tecnológicos, para Santos (1989 apud BATISTA; RODRIGUES, 2014), se tornam meios de simulação e não de comunicação, uma vez que ele recria da forma como convém o mundo, transformando-o em um espetáculo.

Christoph TÜRCKE (2010, p. 65) defende que estamos em uma era onde há uma compulsão por emitir, onde considera-se que uma existência sem estar presente na rede eletrônica é como viver um aqui e agora sem sentido estar aqui. É este “aí” a busca incessante dos indivíduos pós-modernos, defendendo a ideia já proposta por George Berkeley de “ser é ser percebido”, como também é perceber, tendo em vista que “as mesmas estações de emissões são também estações de recepção”.

O autor ainda cita que a aparelhagem midiática se aproveita da sensibilidade, operacionando uma torrente de excitação midiática do espetacular. Tal torrente, por sua vez, oferece estímulos demais ao indivíduo que acaba ficando desorientado. Com isso, as sensações sentem um aqui agora diferente a cada instante, tornando necessário sensações mais fortes para nos sentirmos pertencentes a um grupo. Dessa maneira, a troca das imagens em alta frequência nada tem a ver com o prazer da velocidade, mas sim pelo pesadelo que é não ser notado, ser esquecido. Goffman (2002) ao retratar o “show do eu”, cita que o indivíduo possui uma fachada que funciona como retroalimentação social positiva que o indivíduo pretende obter para si por meio da relação com o outro.

E talvez esteja aqui o perigo para o equilíbrio mental do indivíduo pois, em rede, os indivíduos transmitem para seus seguidores o que lhe convém e que geralmente costuma estar relacionado com uma vida de sucesso e felicidade – uma falácia. Essa ideia e prática enganosa transmitida nas redes acabam por estampar uma verdade falsa onde os seguidores tentarão se inspirar no ideal de vida transmitido e dificilmente conseguirão o mesmo êxito instaurando dessa forma o sentimento de fracasso ou a busca incessante pelo inalcançável. É essa a ideia proposta pela lei do esforço invertido: quanto mais tentamos nos enganar enaltecendo as qualidades boas, mais enfatizamos aquilo que não somos e não temos, a vida bela digna de inúmeras curtidas, centenas de comentários sobre como somos maravilhosos e os milhões de seguidores.

#### 2.4 AS PRÁTICAS DE EXERCÍCIO FÍSICO

O corpo da mulher passou a ter valor de consumo com o advento do capitalismo, onde ocorreu, por meio de um discurso voltado a sexualidade, uma hipervalorização do corpo feminino por ser associado ao objeto de gozo. Com isso, a indústria se apropriou dessa valorização para produzir mercadorias especializadas e voltadas para o corpo, como remédios de emagrecimento ou antienvelhecimento, aparelhos de ginástica, redutores de medidas e etc (LIMA; BATISTA; JUNIOR, 2013). Com isso, a aparência física tem se tornado algo tão identitário que se assemelha à uma condição existencial na pós-modernidade.

Assim, a indústria cultural promove, por meio de uma série de inovações, uma modificação e novas normas que alteram o ideal do físico feminino para um corpo mais torneado e musculoso e com menos percentual de gordura (o chamado contemporâneo de “barriga negativa”), ou seja, um corpo sarado. De tal maneira, a prática de exercícios físicos associados a alimentação equilibrada e saudável e/ou o uso de procedimentos estéticos e cirúrgicos permitem o alcance desse ideal de aparência promovendo os ganhos secundários como por exemplo, autoestima, inserção em grupos socialmente relevantes para si, enfim, ganhos que possibilitem melhora na qualidade de vida individual.

Segundo Le Breton (2006, p. 7) “o corpo é o vetor semântico pelo qual a evidência da relação com o mundo é construída” e faz referência ao corpo da atividade física ao citar que isso ocorre por diversos motivos inclusive na atividade física, em relação com a dor e/ou com o sofrimento que são associadas as práticas de modificação corporal.

Para o autor, a expressão corporal é modificável e pode ser moldada através das normas e expectativas sociais, mesmo o indivíduo a vivendo de forma particular e íntima,

exemplo disso são as representações de corpos em mídia vistos como exemplos a serem atingidos. Levando-se em consideração a influência de fatores externos quanto aos novos ideais de corpo feminino e conceitos de feminilidade, a influência midiática, enquanto campo da comunicação, parece estar no centro da questão, fato que é apontado na literatura e fonte de pesquisas (GOFFMAN, 2002; SAMARÃO, 2007; SEVERIANO, 2006). Dessa forma, os sujeitos inseridos nessa nova conjuntura social denotam valor inestimável ao consumo, sendo o corpo mais um objeto que se torna comercializado em busca de aprimoramento fazendo com que o indivíduo seja reduzido ao que possui, faz e consome (SANTOS, ZACHARIAS, 2011).

Por motivo de grande imposição social, “o corpo em evidência nem sempre é um corpo evidente (LESSA, OSHITA e VALEZZI, 2007, p.110)”. Isso quer dizer que a busca por este (re)modelamento do corpo nem sempre vai estar associado a identidade do indivíduo, uma vez que as partes atribuídas neste corpo não podem dizer quem o indivíduo realmente é ou seus motivos para tal, e sim somente a maneira como se apresenta ao mundo.

A história do esporte fisiculturismo tem raízes na Grécia Antiga com os homens que cultuavam o corpo e já praticavam exercícios com pesos e onde existiu um atleta olímpico chamado Milon de Crótona que possuía os músculos avantajados e uma força superior, aspectos que despertavam inveja nos demais homens dessa civilização. Milon de Crótona desenvolveu a lei “princípio da sobrecarga” da musculação baseada nos seus próprios métodos de treinamento onde utilizava de aumento de peso gradativo dos animais em seus exercícios (PAJÉ, 2014). Dessa forma, essa lei ganha novas modelagens nos dias atuais com a finalidade de possibilitar uma evolução fisiológica.

O fisiculturismo feminino no Brasil surge em meados dos anos 1980 através de uma influência americana e suas divulgações em mídia, livros e campeonatos onde, até então, a presença em academias eram predominantemente do público masculino. Em 1986, na terceira competição realizada no país, houve um fato inédito na história do esporte: uma atleta feminina consegue superar e vencer um homem.

A nomenclatura diz respeito à junção das palavras físico e culturismo em sua conotação de cultivar a cultura, de cuidar e do processo de construir um físico. Tal processo de construção ou remodelamento corporal se dá por exercícios físicos resistidos, ou seja, o treinamento regular com uso de sobrecarga externa (geralmente pesos, halteres e aparelhos) aliado a uma dieta hiperproteica desenvolvida por uma nutricionista e

levando em consideração o metabolismo de cada atleta (NEVES, 2012 apud LEÃO, 2015).

Visando o aumento de massa magra muscular uma quantidade grande de fisiculturistas aderem ao uso de proteínas na alimentação e geralmente recorrem ao consumo de suplementos de proteína e força, uma vez que, para alcançar a hipertrofia há exigência de exercício intenso e este gasta as proteínas do corpo para que o músculo cresça no processo de contração. Exatamente por este motivo onde o perigo mora: o excesso de ingestão de proteínas sem o acompanhamento nutricional adequado para cada metabolismo, é utilizado como queima na fonte de energia ou armazenada como glicogênio ou gordura (CLARK, 1998 apud LESSA; OSHITA; VALEZZI, 2007).

Segundo o site da Confederação Brasileira de Musculação, Fisiculturismo e Fitness (CBMFF) o esporte fisiculturismo feminino é dividido em cinco categorias que seguem a International Federation of Bodybuilding & Fitness (IFBB), sendo: fitness coreográfico, bodyfitness, biquini fitness, women physique e wellness fitness. A tabela a seguir apresenta a diferença corporal e alguns quesitos considerados para a avaliação que atende a cada categoria e ao final do trabalho consta como anexo um print do site da IFBB onde explica mais detalhadamente a diferença entre elas.

Tabela 1. Diferença corporal por categoria

CATEGORIA	CORPO APRESENTADO
<b>Fitness Coreográfico</b>	Corpo atlético menos musculoso, mas esteticamente agradável. Considera-se o físico em movimento.
<b>Bodyfitness</b>	Físico torneado e simétrico. Não há coreografia como na categoria anterior. Avalia-se graça, beleza, simpatia, gestos e poses.
<b>Biquini Fitness</b>	Baixo percentual de gordura e com relação a musculatura, apresentam um leve aspecto de treinamento físico resistidos. Avalia-se carisma, beleza facial e desenvoltura.
<b>Women Physique</b>	Hipertrofia, respeitando, todavia, a anatomia do corpo, volume e silhueta feminina. Poses obrigatórias e compulsórias.
<b>Wellness Fitness</b>	Hipertrofia com desproporção dos membros superiores em relação aos inferiores. Desfile (físico, beleza e simpatia).

Fonte: Adaptado de CBMFF – IFBB Brasil (*online*).

Apesar do esporte ter crescido ao longo dos anos e da onda crescente do fitness, ainda há certos discursos pretensiosos e preconceituoso com as mulheres que possuem o

corpo hipertrofiado, deixando em evidência dúvidas quanto a aceitação social, uma vez que consideram como belo e um exemplo a ser alcançado as chamadas modelos fitness e as “musculosas” são tidas como mulheres masculinizadas. Por este motivo as participantes da categoria wellness, biquíni e até mesmo fitness coreográfico sofrem menos com tais discursos e preconceitos, uma vez que não são colocadas contra os paradigmas sociais e culturais que ditam a silhueta do corpo feminino e também vão ao encontro dos corpos idealizados em rede na pós-modernidade.

Nesse sentido, trabalhar o psicológico do atleta se torna tão importante quanto trabalhar os músculos com os exercícios e a alimentação balanceada, isso porque o psicológico pode influenciar no bom rendimento e desempenho do atleta. O público feminino ainda lida com muitos pré-conceitos quando tentam se inserir no campo do esporte e os fatores que provocam reação emocional são variados, como por exemplo: a estigmatização social, o estresse, a ansiedade, a frustração, a saúde (principalmente se a busca pela atividade física foi recomendada como auxílio ou para evitar uma doença). Da mesma maneira, pode ocorrer a reação emocional positiva, como por exemplo: aumento da autoestima, reconhecimento, redução do nível de estresse, aumento da libido e disposição entre outras séries de fatores. Contudo, ambos os fatores podem influenciar no rendimento do atleta caso estejam em excesso.

Com isso Barbanti (1994, p. 286) fala sobre a importância do treinamento como um evento que visa ‘aumentar as capacidades energéticas de um indivíduo para determinada atividade’, funcionando como um processo de adaptação aos esforços físicos e psíquicos. Dessa maneira as características psíquicas, como por exemplo, a motivação pode determinar o treinamento do indivíduo. Com isso, este campo não deixa de ser imprescindível para a psicologia uma vez que aplicada ao esporte, a busca é em direção a entender os aspectos e fatores psicológicos que influenciam no desenvolvimento físico e a relação do esporte e do exercício físico para o desenvolvimento psicológico de uma pessoa, considerando o bem-estar, a saúde e a subjetividade do indivíduo (WEINBERG; GOULD, 2017).

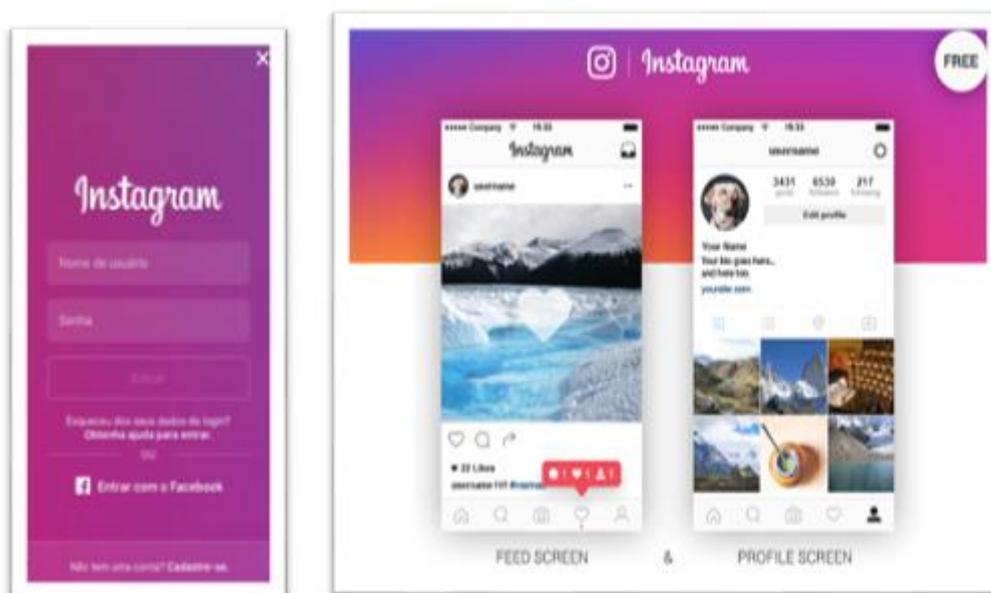
## 2.5 O APLICATIVO INSTAGRAM: O MUNDO IMAGÉTICO NA PALMA DAS MÃOS

Segundo reportagem do Estadão (2014) o aplicativo (app) foi criado pelos engenheiros Kevin Systrom e Mike Krieger e disponibilizado *a priori* em 6 de outubro

de 2010 de forma gratuita e exclusivamente para usuários do sistema operacional iOS<sup>1</sup>. O mecanismo do dispositivo se dá através de postagens e edições de fotos produzidas por meio da câmera de dispositivos móveis, sendo um app voltado para o uso em aparelhos smartphones.

O intuito do aplicativo era trazer à tona e cultivar o instantâneo, remetendo à nostalgia das antigas máquinas polaroides<sup>2</sup>. Após alcançar um certo público e visando aumentar o crescimento, em 2012 foi lançada a versão para Android<sup>3</sup>, sendo vendida para o Facebook ainda no mesmo ano através de uma transição bilionária. O aplicativo conseguiu, por meio da intenção de preservar a instantaneidade, ampliar a interação social. A foto a seguir mostra a página inicial do Instagram e o feed<sup>4</sup> de notícias apresentados na figura 1.

Figura 1 - Página inicial e feed do Instagram



Fonte: <https://dribbble.com>

Em fevereiro de 2013, foi lançado o acesso a perfis através da web, expandindo o uso para além dos dispositivos de mãos mesmo com restrições quanto as suas funções. No mesmo ano, em junho, foi disponibilizada a postagem de vídeos com limite de duração de até 15 segundos contando com até 13 novos filtros. Atualmente é possível fazer vídeos

<sup>1</sup> Sistema Operacional da empresa de tecnologia Apple Inc.

<sup>2</sup> Máquinas de Fotografias Instantâneas.

<sup>3</sup> Sistema Operacional Desenvolvido pela empresa de tecnologia Google.

<sup>4</sup> Formato de dados que oferece atualização dos conteúdos desejados sem necessitar pesquisa.

de até 1 minuto. No mesmo ano, em dezembro, foi lançado o Instagram Direct, como serviço de troca de mensagens instantâneas interna do próprio app, permitindo compartilhar conteúdo do Instagram para as conversas com outros usuários em conversas individuais ou em grupo. A figura 2 apresentada a seguir é uma linha do tempo de todas as atualizações citadas anteriormente.

Figura 2 - Linha do tempo Instagram 2013



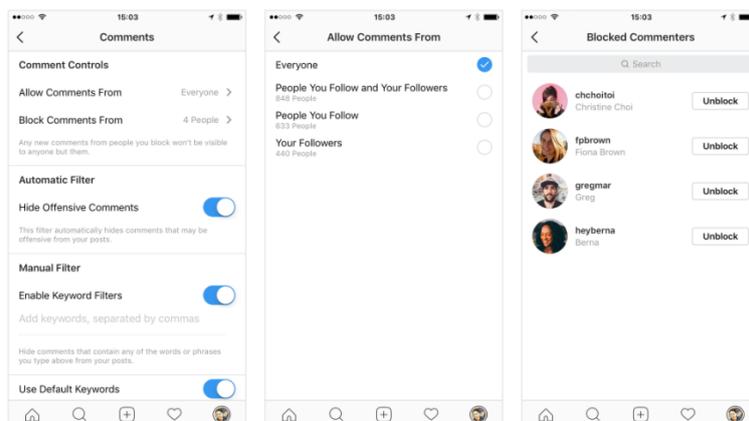
Fonte: techtudo.com.br

Em 2015 foi lançado pelo Instagram um app associado, o boomerang. O aplicativo pretendia transformar um conjunto de fotos em vídeo em loop<sup>5</sup> e foi integrado ao app principal do Instagram em 2016. No mesmo ano, adicionou-se um algoritmo referente ao do Facebook em que permite filtrar automaticamente o que é visto nos feeds dos usuários com base nos interesses dos mesmos. Em agosto de 2016 foi inaugurada a função Stories, semelhante a função de outro aplicativo de imagens, o Snapchat. Com os Stories, os usuários podem compartilhar fotos e vídeos para os outros usuários, com a duração de 24 horas “sumindo” após esse prazo. Em novembro, a novidade foi o vídeo ao vivo.

Em fevereiro de 2017, na atualização mais recente, foi liberada a postagem de até dez fotos e vídeos com o mesmo filtro de imagem, a função carrossel. Em setembro de 2017, a plataforma disponibilizou o recurso de controle de comentários para contas públicas. Em julho foi criado um filtro para bloqueio de comentários ofensivos em contas públicas ou privadas em inglês, sendo disponibilizado em setembro para mais quatro línguas, como mostra a figura 3 logo abaixo.

<sup>5</sup> Reinício após o fim. Repetição contínua.

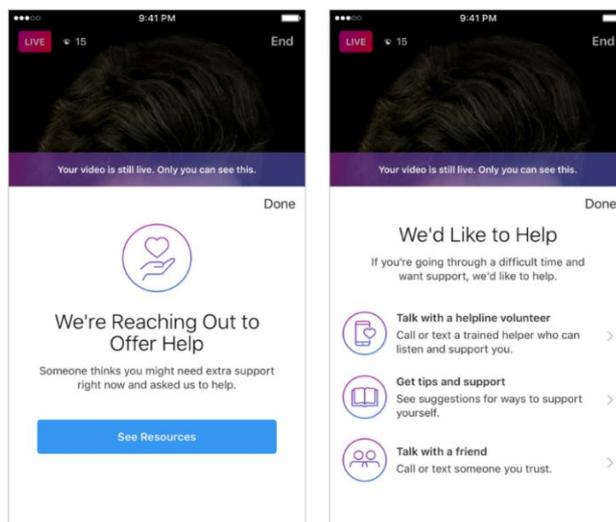
Figura 3 - Função bloqueio e controle de comentários



Fonte: [instagram-press.com/](http://instagram-press.com/)

Além disso, foi fornecido recurso para promover e resguardar a saúde mental dos usuários a função de relatório anônimo de vídeo ao vivo, onde é possível denunciar um usuário que está passando por uma fase difícil e essa pessoa receberá uma notificação com opção para conversar com uma linha de ajuda, ilustrado na Figura 4 logo abaixo.

Figura 4 - Relatório anônimo de vídeo ao vivo (recurso para promoção de saúde mental)



Fonte: [instagram-press.com/](http://instagram-press.com/)

Mundialmente conhecido o Instagram tornou-se referência no que diz respeito às plataformas de compartilhamento de foto. De acordo com informações do site oficial, atualmente o Instagram conta com 800 milhões de usuários e 500 milhões<sup>6</sup> capturam e compartilham momentos diariamente no aplicativo. Assim, o Instagram tornou-se o lar

<sup>6</sup> Dados atualizados em Out. de 2017.

da narrativa visual para todos, celebridades, redações e marcas, para adolescentes, adultos, músicos e qualquer pessoa que conte com um dispositivo móvel com o suporte necessário (DESMARAIS, 2013).

### 3. PERCURSO METODOLÓGICO

A natureza deste estudo pautou-se em uma pesquisa aplicada em campo, uma vez que a partir da temática levantada buscou-se produzir novos conhecimentos para aplicação prática em prol da solução de problemas específicos voltados a uma parte da população: neste caso, ao público feminino. O trabalho foi embasado pelo método científico dialético em uma abordagem qualitativa pretendendo explicar a origem de um determinado fenômeno e as relações e mudanças que tal fenômeno sofreu (PRODANOV; FREITAS, 2013). Com isso, a pesquisa pautou-se na compreensão dos aspectos da realidade do perfil de duas atletas em rede social e buscou-se explicar as relações do corpo em rede.

Para tal fim, os procedimentos técnicos foram: pesquisa bibliográfica para levantar os materiais já publicados sobre a temática, documental pois foram utilizados materiais os quais não obtiveram análises e estudo de caso uma vez que o foco do trabalho é direcionado aos eventos contemporâneos inseridos na realidade (PRODANOV; FREITAS, 2013). Portanto, a pesquisa teve como objetivo metodológico explicar sobre os fatores psicológicos determinantes ou associados (contribuintes) às práticas obsessivas do fisiculturismo feminino observados na rede social Instagram bem como a relação com as consequências, buscando seus significados em tais contextos. Ou seja, compreender e explicar como essas atletas têm experimentado e mostrado o corpo, e ainda a relação com as mídias sociais fotográficas.

O *locus* da pesquisa foi a Rede Social Instagram (Ig) sendo considerados os perfis de duas atletas femininas do fisiculturismo, tendo sido analisadas as publicações referentes ao ano de 2017. O tipo de amostragem foi por conveniência, ou seja, foram realizados os convites por rede social Instagram e considerou-se aquelas que aceitaram primeiro. A amostra foi composta por duas atletas femininas de fisiculturismo que possuem perfil ativo no Instagram por no mínimo há um ano.

Foram utilizadas somente duas participantes pois foram avaliadas as publicações durante um ano e, portanto, para obter melhor análise e fidedignidade aos resultados optou-se por essa quantidade de amostra visto que o processo institucional do Trabalho

de Conclusão de Curso ocorre no período de apenas um ano. Os perfis de amostra foram compostos por @florferraz12 e @meirefitnesspmw. Ressalta-se que @florferraz12 foi comunicada sobre a participação voluntária na pesquisa através de convite público em uma academia da cidade de Palmas-TO e indicou alguns perfis de atletas para convite virtual. Essas duas atletas foram escolhidas por estarem participando de competições no ano da pesquisa, aceitarem ter os conteúdos do perfil da rede social Instagram estudados e se encaixarem nos critérios de seleção.

Os critérios de inclusão da pesquisa foram: ser do sexo feminino, ser atleta de qualquer modalidade do fisiculturismo, residir em Palmas-TO, ter um perfil ativo no Instagram há mais de 01 ano e publicar fotos sobre o corpo em seu perfil. O critério de exclusão foi a desistência de participar da pesquisa durante o tempo de coleta de dados. Foram consideradas variáveis neste estudo o tempo e frequência de utilização do Instagram, categoria no esporte fisiculturismo e quantidade de publicações sobre o corpo na rede social.

O perfil de @florferraz12 está ativo desde julho de 2015 e possui um total de 173 publicações e 16,9 mil seguidores.<sup>7</sup>

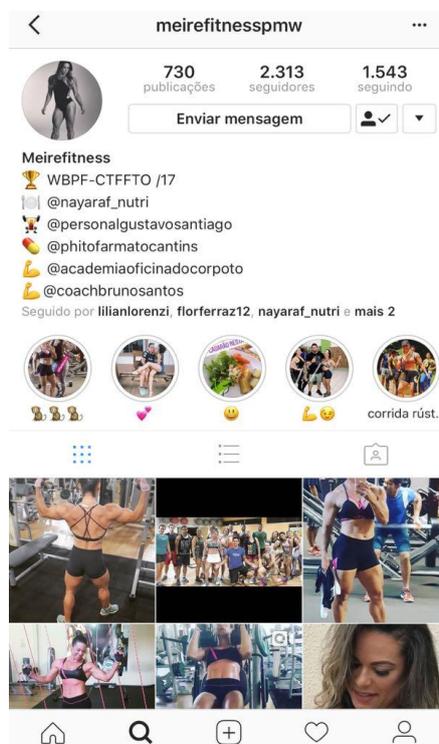
Figura 5 - Ig da atleta @florferraz12



<sup>7</sup> Dados atualizados em abril de 2018.

Quanto ao perfil de @meirefitnesspmw, participante da pesquisa, está ativo desde outubro de 2014 e possui um total de 730 publicações e 2.313 seguidores<sup>8</sup>. A imagem a seguir mostra o Ig da atleta.

Figura 6 - Ig da atleta @meirefitnesspmw



Utilizou-se como instrumento para coleta de dados o app 4K Stogram para fazer os downloads das publicações do perfil das atletas, após isso separou-se as publicações referentes ao ano de 2017 por pastas da seguinte maneira: as fotos em que aparecia com outras pessoas, sozinha e fotos em que não aparecia (outros). Feito isso foi montada uma tabela com todas as fotos, o mês de publicação, curtidas e comentários.

Após a coleta, foram feitas a tabulação dos dados levando em consideração a quantidade de publicações sobre o corpo em seus perfis, a forma de exposição do corpo nas fotografias e a relação da exposição do corpo com a publicidade. A análise dos dados foi baseada no método da análise do discurso e revisão bibliográfica sobre o assunto.

A análise do discurso proporciona melhor compreensão sobre a relação simbólica entre objeto e/ou fenômeno e sujeito e qual o sentido atribuído a estes (ORLANDI, 2001). Foi realizada a análise das publicações nos perfis do Instagram no que compreende o período do ano de 2017 com o intuito de obter dados acerca da influência midiática e percepção corporal e suas repercussões nos comportamentos das mulheres. Ao concluir a

<sup>8</sup> Dados atualizados em abril de 2018.

pesquisa, as participantes foram contatadas e oferecido o acesso a pesquisa e aos resultados. Vale ressaltar que por se tratar de perfil público ativo em rede, dados como nome e perfil não serão trocados por dados fictícios e não será desfocado o rosto das participantes.

Como benefício, a pesquisa pretendeu contribuir com a ampliação da perspectiva das mulheres quanto a influência das redes sociais imagéticas em relações com corpo, beleza, moda e aparência além de promover reflexão sobre a percepção da autoimagem corporal e ao modo como expõe-se em rede.

Estima-se que a reflexão gerada promova, em algum nível, autoconhecimento, autonomia quanto à conteúdos influenciadores em rede e promova questionamentos e discursos sobre a aceitação quanto a imagem corporal. Esses benefícios são retornáveis à comunidade por meio de material que fomente os questionamentos e reflexões quanto a essa realidade a dura influência da cultura do corpo por imagens em redes de compartilhamento.

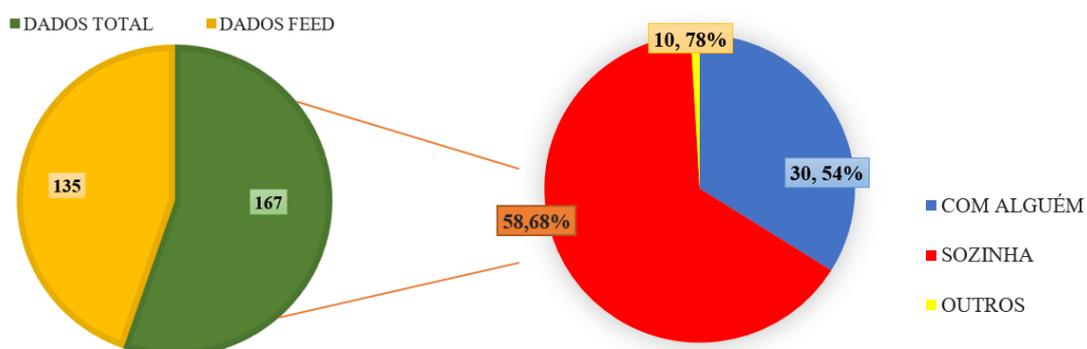
#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Inicialmente um resultado importante a ser discutido diz respeito as categorias verificadas no perfil de ambas atletas. Foi verificado as publicações no decorrer do ano de 2017 e com isso foram separadas nas seguintes categorias: total de publicações em feed, total de publicações no geral, publicações em que aparece com outras pessoas, sozinha, outros (para aquelas publicações em que elas não aparecem). Das publicações em que aparecem sozinhas criou-se mais três categorias: publicações de rosto (em que aparece até o busto), meio corpo (considerando as que aparecem até o tronco) e corpo inteiro (para publicações em que aparece até, pelo menos, a panturrilha). Das subcategorias meio corpo e corpo inteiro verificou-se ainda a forma como o corpo está apresentado, dentre as subcategorias: trajes íntimos (lingeries, biquínis e afins), trajes esportivos e trajes sociais.

Verificou-se ainda as publicações em que as atletas fazem algum tipo de publicidade de alguma marca, produto ou profissionais e foi dividido em duas categorias, sendo: publicações de publicidade em que aparece com outras pessoas e em que aparece sozinha. Baseou-se para este último quesito, as publicações em que foram marcados perfil de algum profissional ou marca, ou ainda que a marca estivesse em evidência ou a legenda remetendo a publicidade ou serviço oferecido.

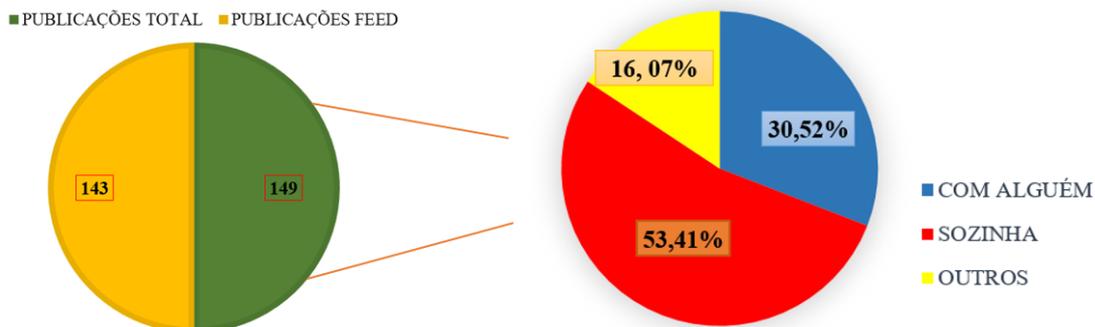
Portanto, obteve-se como os resultados gerais referentes as publicações do ano de 2017 de @florferraz12 um resultado de 135 publicações em seu feed e 167 publicações no total sendo que desse total as publicações em que aparece sozinha correspondem a maior quantidade de fotos e vídeos publicadas, correspondendo a aproximadamente 58,68% do valor total, conforme verificado no gráfico representado em seguida.

Figura 7 - Resultados quanto ao total de publicações do perfil @florferraz12



Esse resultado também foi verificado no perfil de @meirefitnesspmw, onde verificou-se que de um total de 149 publicações a maior categoria são as que aparece sozinha correspondendo a aproximadamente 53,41% do total, conforme exposto no gráfico seguinte.

Figura 8 - Resultados quanto ao total de publicações do perfil @meirefitnesspmw



Quando Debord (1997) discorre sobre a sociedade do espetáculo ele diz respeito a valorização que as pessoas tem dado ao seu próprio eu, levando assim a instauração de uma era de valorização ao show do eu onde incentivamos as pessoas a desenvolverem um estado de megalomania digital<sup>9</sup>, uma vez que a autoestima apresentada nem sempre é real mas a busca é por algo a mais, pela felicidade prometida, por ser diferente e mesmo que esse ideal seja alcançado, sempre haverá um algo a mais para ser atingido.

Tal fato vai ao encontro do que Goffman (2002) disserta sobre os indivíduos pós-modernos, cujos quais tem se voltado para si mesmos exaltando a valorização pessoal. A maneira como é representado essa valorização do eu é de fato um espetáculo reproduzido ao outro e essa representação e exposição da vida íntima na busca pelo reconhecimento exige cautela. Isso se justifica uma vez que muitas vezes consideramos um perfil, uma vida exposta na rede social e até buscamos nos espelhar na intimidade de outra pessoa, mas por vezes tudo o que é mostrado é apenas um simulacro, ou seja, dados manipulados pelo autor/usuário que mostram, na realidade, uma falácia com a intenção de apresentar ao público um espetáculo de si mesmo a partir daquilo que ele espera que os outros admirem nele.

Isso acontece porque por mais que o indivíduo seja autor, narrador e personagem ao mesmo tempo ele se constitui na relação com o outro, como já pontuado por Le Breton (2006), e dessa maneira, constituído pela alteridade, a partir do olhar que o outro tem em

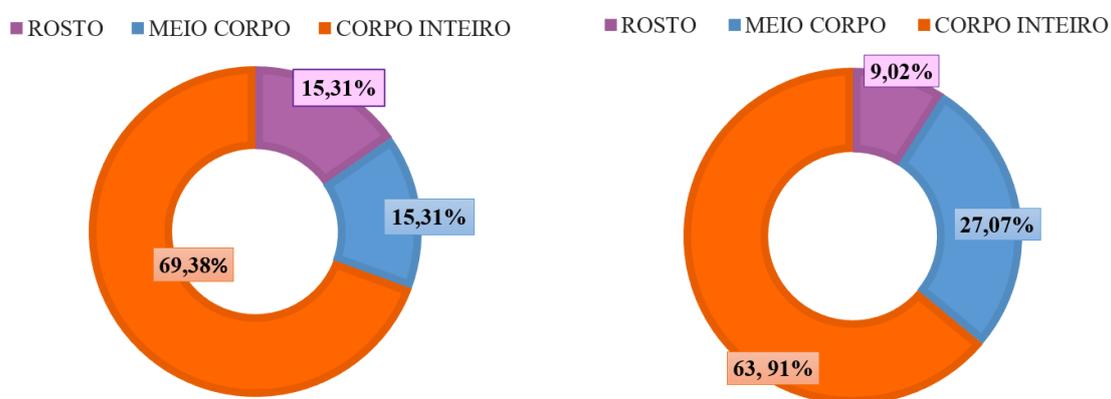
<sup>9</sup> Representação em rede das crença e valorização exacerbada de um indivíduo em si mesmo e em suas qualidades.

relação ao estilo de vida, sobre si e sobre os outros, interferindo dessa maneira na subjetividade e na singularidade de cada um.

Com isso, podemos perceber que a relação que um indivíduo possui com a rede social é bem tênue, como pontua Le Breton (2006, p.7), uma vez que as atividades remetentes ao público “envolvem uma mediação da corporeidade” porque permitem que o indivíduo desenvolva a habilidade de percepção e sensação e a partir dessa experiência é que passamos a obter e agregar significados não só ao ambiente e aos outros, mais a nós mesmos.

Em relação ao corpo mostrado em rede, foi verificado também que há uma porcentagem muito maior de imagens mostrando o corpo inteiro do que em outras categorias. Verificando o perfil de @florferraz12 observa-se que das 98 publicações em que aparece sozinha aproximadamente 69,38% mostram o seu corpo inteiro, enquanto que no perfil de @meirefitnesspmw de um total de 133 publicações sozinha aproximadamente 63,91% se referem ao corpo inteiro, como apresentado nos gráficos a seguir.

Figura 9 - Categorias por corpo referente as publicações sozinhas



Tal forma de expor o corpo na rede social gira em torno do discurso estético atual e mais especificadamente, neste caso, da geração fitness, o que nos faz pensar que o discurso de Baudrillard (2010) em que o corpo sofre uma objetificação na pós-modernidade é real. Ninguém se relaciona no mundo sozinho, e ao se relacionar com outra pessoa nós utilizamos o nosso corpo para alcançar essa finalidade, seja da maneira como for.

O que os autores estudados nesta pesquisa apontam como a utilização do corpo como uma forma de inclusão social é verificado se levarmos em consideração as análises dos dados, uma vez que os maiores índices estão voltados para a exposição de partes do corpo

esbelto dessas atletas. Certamente mostrar o corpo faz parte do trabalho das fisiculturistas, mas e do outro lado da tela, qual é a subjetividade do seguidor que assiste ao seu perfil? Na literatura indicada já nos referimos à utilização da rede como forma de representação e identificação e na busca incansável de se encaixar em padrões, de se inspirar a partir da vida de um ator.

Como pontuado por Costa (2005), os sintomas corporais são divididos entre os transtornos da percepção da imagem corporal e entre os abusos na exploração das sensações corporais. Ambos os sintomas são perigosos, pois ao dar ênfase na lógica da geração fitness exposta no Instagram estamos incitando ao desejo pelo que é mostrado disparando uma busca por se encaixar nos padrões expostos, como se estivesse nos assumindo como algo menos interessante.

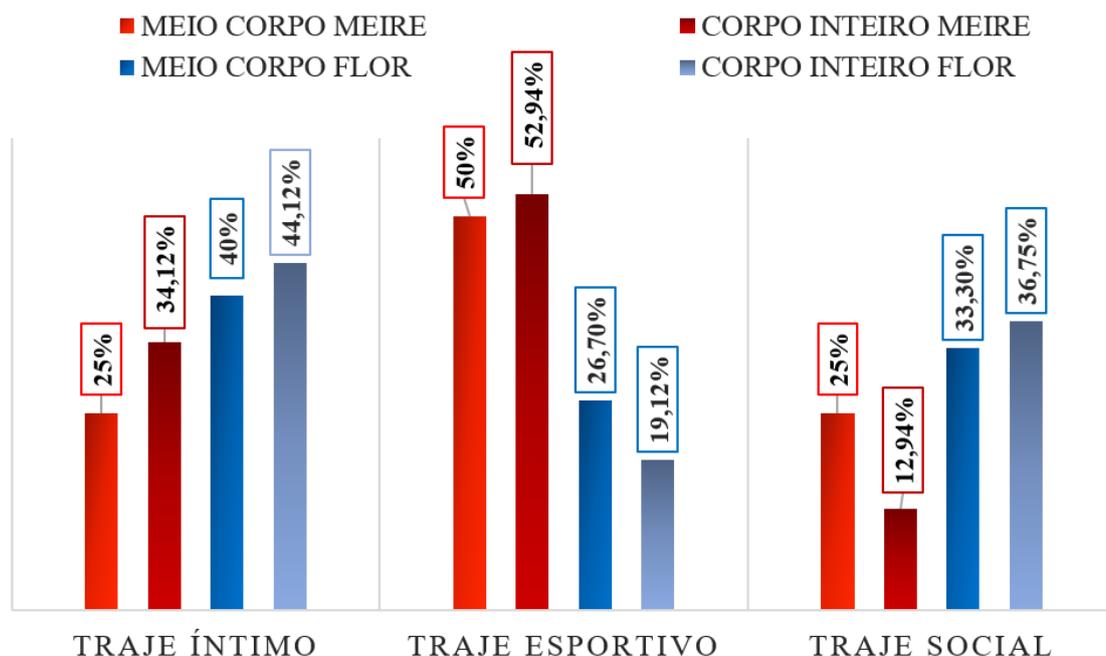
Isso ocorre, pois, estes processos resultam da interação e do ajustamento ao ambiente, sendo que a identidade e o ego serão formulados a partir dos ideais e desejos do outro, ou seja, para atender ao que o outro espera. Os fenômenos psicológicos que podem estar associados a estes transtornos é a ansiedade, stress, a frustração, rejeição, depressão e outros fatores que podem funcionar como disparadores para a busca de tal prática, ou ser uma consequência da prática.

Neste sentido, o corpo virou um objeto relacional que visa justificar o seu uso na mediação de conflitos de socialização e psicológicos uma vez que se busca um reconhecimento social, como dito antes, a busca pelo prestígio. É interessante pensar neste fato e relacioná-lo ao esporte e suas categorias, pois, o fisiculturismo feminino é relativamente novo e é julgado a partir dos olhos de outras pessoas que classificam, consideram e mensuram a beleza e o corpo escultural por categorias. Tudo isso vai ao encontro do que Woodward (1997) e Stuart Hall (2014) falam sobre a identificação como uma tentativa de controle do corpo e do eu que para as atletas, o esporte pode proporcionar.

O corpo feminino na condição de objeto, na realidade, ocorre desde os primórdios onde perpassou por uma condição de submissa ao homem provocando uma a sexualização dos corpos, foi associado ao pecado e a fins de procriação e etc, como apontado em Barbosa, Matos e Costa (2011), Sant'Anna (2001) e Carvalho (2006). Como verificado com os resultados, percebe-se que o maior índice em ambos os perfis está relacionado a exposição do corpo inteiro, no entanto verifica-se uma distorção quanto a categorização por trajes que podem ser conferidos no gráfico 12 a seguir.

No perfil de @florferraz12 observou-se que as maiores porcentagens dizem respeito a publicações referentes à trajes íntimos seja de biquínis ou lingerie apontando que 40% das publicações com estes trajes são referentes à meio corpo e em aproximadamente 44,12% mostra-se o corpo inteiro.

Figura 10 - Exposição do corpo nos perfis conforme as categorias



Esse resultado pode ser tão destoante considerando algumas das variáveis, como a idade, estado civil, relação com o esporte e etc, além da posição de @florferraz12 como modelo fitness. Vale ressaltar que o mercado das modelos já incita um estilo de vida de preocupação com a saúde e forma física, de opinião, prestígio e reconhecimento social além de considerar a sexualidade feminina como fator condicionante para aptidão física dentro de um discurso do culto ao corpo perfeito.

Os motivos pelos quais levam uma mulher a se engajar nesse esporte cabem em um novo estudo, entretanto, a representação desse corpo em trajes íntimos em rede pode estar associada a imagem corporal e resultando na construção da identidade de mulher. Embasados pelos anseios narcísicos na tentativa de controle das pulsões o corpo, nesse sentido, está a serviço do outro dentro de um limite entre o psicológico e o fisiológico. A identidade, o eu propriamente dito possui um caráter narcísico voltado as expectativas alheias, ou seja, a identidade é como uma caixa em que a mulher irá colocar recortes dos ideais fornecidos pelos outros que atendem ao seu imaginário de perfeição.

Segundo Costa (2005) ser desejado é algo inerente ao ser humano e é este o maior desejo do eu narcísico, por este motivo mudamos conforme os padrões que estão sendo compartilhados. Por isso as mulheres preocuparam-se mais com o condicionamento físico e por este motivo mostramos-nos em rede da maneira como queremos que o outro nos veja, pois precisamos sustentar o interesse do outro por nós mesmos para nos sentirmos completos. Dessa forma, o que é considerado é o feedback, ou seja, o reflexo proveniente dessa relação de alteridade no que concerne ao corpo escultural apresentado, como apresentado na imagem seguinte onde consta os comentários positivos em uma das publicações de maior curtida no perfil de @florferraz12.

Figura 11 - Feedback quanto a exposição do corpo em rede



Muito além da busca pela sensação como descrita por Türcke (2010) que gera um anseio por reconhecimento social, há também a busca pela satisfação como apontado por Costa (2005), ressaltando que a condição da satisfação também é impulsionada pelo reconhecimento do outro como mostrado por Goffman (2002). O esporte em si proporciona aos atletas a condição de bem-estar e de prazer e no fisiculturismo não é diferente, entretanto é um esporte que necessita das concepções do outro sobre beleza e imagem corporal, fomentando dessa forma, a necessidade de mostrar-se e obter aprovação do outro.

Considerando os resultados referentes ao perfil de @meirefitnesspmw verificou-se que a categoria de maior exposição do corpo é em trajes esportivos, onde 50% das publicações estão associadas a meio corpo e aproximadamente 52,94% mostram o corpo

inteiro em trajes esportivos. A forma de exposição do corpo em ambiente de academia ou em trajes esportivos pode estar relacionado exatamente a filosofia da sensação pontuada por Türcke (2010), onde busca-se nas sensações provocadas pelo exercício intenso um controle do corpo ocasionando uma espécie de relaxamento pós atividade, ou pode ser considerado o controle das pulsões na tentativa de controlar o eu.

A filosofia do prazer pontuada por Costa (2005) está relacionada a filosofia proposta por Türcke uma vez que se externaliza nos exercícios físicos resistidos de alta intensidade aspectos psicológicos em desordem como o estresse, como a insegurança, como a dismorfia corporal, a ansiedade dentre outros, que descontados nas cargas do exercício relacionam-se com o prazer extático proposto pelo autor. Ou seja, a busca pelos exercícios físicos de alta intensidade funcionam como uma válvula de escape para o indivíduo que evita entrar em contato com os aspectos psicológicos deficitários recorrendo a uma atividade intensa que proporciona alívio para as mazelas, mas não a solução dos problemas.

Já o prazer mítico está relacionado com os ganhos oriundos das atividades, ou seja, o prazer em ver o corpo se esculpando e ganhando formas, o prazer pelo reconhecimento e valorização em rede além do prazer por tornar-se símbolo de desejo e cobiça. Em algum nível esse reconhecimento fará com que o prazer seja duradouro, mas também é perigoso por colocar o direcionamento das expectativas no outro e no que os outros julgam como apropriados ou não. Ambos são perigosos pois envolvem aspectos frágeis ligados a psiquê das mulheres, em especial, uma vez que os padrões são mutáveis e podem gerar sentimentos de não serem capazes de alcançar o lugar social idealizado, além da distorção de ser a causa do desinvestimento do outro.

Por estes motivos, o esporte pode ser visto como uma maneira de obter essas sensações, essa busca pela completude e pelo controle de forma a agregar sentido á existência da mulher por consolidar-se como fator de identificação, visto que no contexto do esporte, o (re)modelamento é necessário até para se encaixar em outra categoria. As imagens a seguir mostram o (re)modelamento do corpo das atletas.

Figura 12 - Mudança corporal de @florferraz12



Figura 13 - Mudança corporal de @meirefitnesspmw



Portanto pode-se verificar que o discurso de Le Breton (2006) sobre o corpo pós-moderno realmente acontece nas relações. O esporte fisiculturismo precisa de uma dedicação de tempo dos atletas que acabam por corroborar em fazer da vida um projeto de alcance corporal onde paga-se o custo necessário pela obtenção da realização, o que interliga todas as filosofias já descritas anteriormente fazendo da identidade individual o que o autor denomina como um *work in process*. Isso porque a identidade se consolida por meio da interação com o ambiente, ou seja, por meio do olhar do outro sobre as

significações corporais a imagem corporal é moldada e avaliada durante todo o curso da vida, onde o ideal presente nos discursos sociais sobressaem as ideais pessoais.

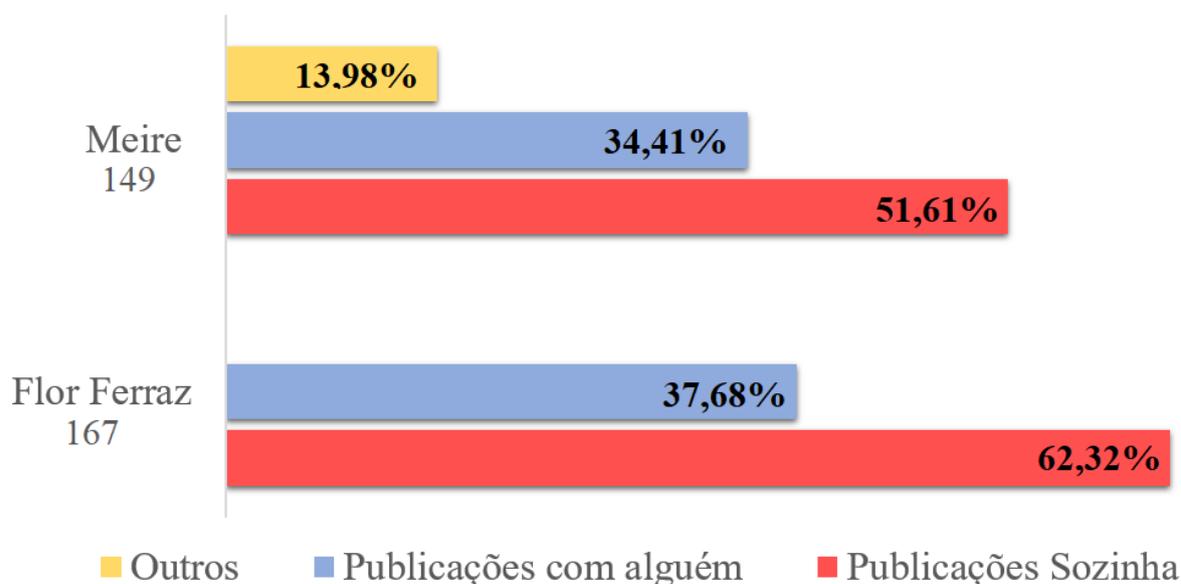
O autor ainda relata sobre a sensação de controle corporal que pode reprimir em seu âmago a busca pelo controle da própria existência, onde o remodelamento do corpo pode simbolizar a reestruturação da identidade. Na imagem seguinte, em uma das publicações de @meirefitnesspmw é retratado o discurso apresentado.

Figura 14 - Feedback apresentado no perfil de @meirefitnesspmw



Nos gráficos seguintes serão apresentados os resultados referentes à utilização do corpo vinculado à publicidade, onde os resultados consideram tanto as publicações de rosto, como meio corpo e de corpo inteiro. Foi verificado no perfil de @florferraz12 que de 167 publicações aproximadamente 62,32% das publicações que remetem a publicidade referem-se as postagens em que aparece sozinha. Enquanto que no perfil de @meirefitnesspmw das 149 publicações no ano de 2017, em aproximadamente 51,61% aparece sozinha.

Figura 15 - O corpo nas publicações de publicidade verificado nos perfis



A mídia tem se empoderado da utilização das tecnologias da informação e da explosão da geração fitness, uma vez que dentro dos aplicativos de relacionamento o perfil das atletas e as consideradas musas fitness funcionam como uma vitrine, pois utilizam do seu corpo escultural para expor serviços, mercadorias e produtos, direta ou indiretamente sem os inconvenientes dos meios midiáticos remotos. Isso acontece porque os espectadores/seguidores se inspiram no modelo de vida exposto e relacionam o uso do produto ao êxito, uma vez que se vê o corpo definido que apresenta-os e subtende-se que se está sendo divulgado o produto certamente tem a aprovação das atletas, além do que a essa altura, os seguidores já são cativados por essas personalidades das redes.

Sabe-se que o esporte no Tocantins é novo e ainda é pouco valorizado, apesar de investimentos voltados para o exercício das atividades físicas, e com isso, quando se obtém patrocínio ou algum tipo de investimento, é uma forma de retribuição marcá-los em alguma publicação, ou mesmo quando se experimenta algo que gostou funcionou. Entretanto, considerando a atenção social atrelada ao perfil dessas atletas e sendo os perfis aberto para o público, são consideradas figuras que estão em evidência e logo, têm seguidores que se atentam ao que estão fazendo ou seguindo como modelo de inspiração, não deixando de ser, por esse motivo, considerado como uma forma de publicidade.

Samarão (2007) fala da influência da publicidade sobre as mulheres e seus corpos, uma vez que fomenta a questão da identidade feminina através dos discursos referentes a aparência. A autora, embasada pelos estudos de Debord e Lipovetsky sobre o assunto, pontuou que a indústria da publicidade viu na figura feminina uma maneira de incitar ao

consumo, explorando da sensualidade e beleza. Dessa maneira, se considerarmos os dados, por exemplo, do perfil de @florferraz12 e os dados relacionados ao corpo vinculado a publicidade, percebemos que o corpo sempre está em evidência, e em grande maioria com trajes pequenos, apertados ou íntimos.

A utilização da aptidão física do corpo feminino na rede ocasiona uma valorização aos atributos físicos das brasileiras instaurando um padrão de corpo e de formas delineadas, fomentando o culto ao corpo. Diante disso, a publicidade oferta aos indivíduos vários estímulos para se obter e se enquadrar do modelo de corpo perfeito que é representado nas imagens veiculadas, por isso o corpo está sempre em um processo de (re)modelamento, pois os estímulos oferecidos estão sempre mudando, assim como o padrão do corporal.

O corpo deveria ser vivido de maneira íntima e particular, mais o que tem acontecido é uma exposição do corpo íntimo de maneira compulsiva, seja para sustentar o interesse do outro para si ou para se sentir parte de uma cultura. Dessa forma, quando Lerder (1990) relaciona o corpo ao consumismo ele remete a influência midiática sobre os corpos. Tantos estímulos disponíveis na rede, todas as tecnologias que facilitam a modificação corporal, toda a evolução nos saberes sobre o funcionamento do corpo corrobora em um comportamento excessivo, no entanto, todo excesso esconde um déficit.

Diante dos resultados verificados pode-se concordar com a autora quando relata que “a publicidade se tornou a cultura da sociedade do consumo (p. 51)” pois ela busca e preza pelas imagens provenientes do imaginário social, real ou irreal, mas que sejam objeto de fantasia e desejo dos indivíduos. Dessa maneira se consolida o que Le Breton (2006) afirmava sobre a objetificação do corpo, sendo que o corpo feminino em rede é tanto consumidor como objeto de consumo, uma vez que a representação do corpo esbelto e sarado é assumido como exemplo para ser seguido, o que acaba por corroborar em mais sensações para emitir e consumir.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através das análises das publicações do perfil de duas atletas do fisiculturismo e relacionada às análises do discurso, pode-se observar que o aplicativo Instagram engloba questões significativas observadas na cultura da sociedade pós-moderna. Este trabalho buscou-se discutir entre alguns aspectos da sociedade do consumo e do espetáculo por meio da representação do corpo feminino em rede e em que corroboram em uma disfunção psicológica.

A representação simbólica do corpo feminino apresentado no Instagram pode ser percebida a partir do reflexo da percepção corporal que essas mulheres obtêm de si mesmas através dos estímulos presentes nas publicidades e nos discursos sobre a beleza impregnados nas redes sociais. Através dessa representação simbólica pode-se inferir que tais discursos transformam o corpo feminino em objeto e em mais um produto de consumo, e, portanto, está sempre em construção. Dessa maneira o corpo tem sido construído a partir do imaginário social e para atender a demanda do outro, sendo limitado muitas vezes a um padrão preconceituoso e sexista (SAMARÃO, 2007).

No decorrer do trabalho foi realizado um resgate da história do corpo, a relação do corpo e consumo e a relação do corpo com as práticas do exercício físico. O efeito proveniente dos discursos sobre o que é ser feminina, sobre a beleza feminina e sobre o corpo da mulher são o alicerce para a identidade feminina, ou seja, promovem uma consistência simbólica com relação ao eu social. As imagens do feminino são inerentes ao ser humano e a publicidade aproveitou-se da expansão das redes sociais de compartilhamento e relacionamento para se promover através da representação da mulher, ocasionando uma fusão entre imagem real e simbólica.

A mídia bombardeia as redes com as informações das experiências humanas extremas porque prende a atenção e gera retorno. Acontece que essa abundância de informações condicionam os indivíduos a se comportarem de maneira narcísica em rede, entretanto, o fluxo de compartilhamento e retroalimentação positiva percebido em rede na verdade faz com a insegurança dos sujeitos infle a medida que são expostos a padrões cada vez mais distantes de serem atingidos, ou seja, sentimos como se fossemos fracassados por não conseguir corresponder aos ideais expostos sendo que basta uma pesquisa rápida para nos mostrar incontáveis imagens de pessoas maravilhosas, em forma e sendo sempre aceitas socialmente da melhor maneira possível.

Foi verificado, portanto, no decorrer do trabalho, a relação da imagem com o sentimento de pertença social, uma vez que a imagem se tornou um convite pessoal e

promove relação com o mundo, ou seja, funciona como uma ponte que liga o sujeito ao mundo. Além disso, foram verificados que alguns aspectos psicológicos decorrentes dessas práticas estão relacionados a sentimentos de culpa, ansiedade, insegurança, fracasso, impotência em algum aspecto da realidade e depressão. Vale ressaltar que cabe uma pesquisa mais aprofundada sobre os motivos que levam uma mulher a se submeter às práticas intensivas de treinamento.

Com isso, verificou-se que a percepção corporal ligada às influências das mídias sociais é um assunto emergente da pós-modernidade que pode gerar prejuízos psíquicos aos indivíduos e, portanto, cabe um estudo mais detalhado sobre os fatores por trás da busca do (re)modelamento dos corpos e os sentidos atribuídos a estes. Além disso, estudos referentes ao público masculino nas práticas de exercícios físicos resistidos de alta intensidade também se faz importante, cabendo até um estudo comparativo entre os fatos psíquicos envolvidos a essas práticas no que concerne a ambos os sexos.

## 6. REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.. Indústria cultural. In: SEVERIANO, M. F. V.. Pseudo-individualização e homogeneização na cultura do consumo: Reflexões críticas sobre as subjetividades contemporâneas. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, n. 2, p.105-121, jun. 2006. Disponível em <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/epp/v6n2/v6n2a09.pdf>>. Acesso em 20 de outubro de 2016.

ANDRADE, S.S. **Saúde e beleza do corpo feminino** - algumas representações no Brasil do Século XX. Movimento, Porto Alegre, v.9, n.1, 2003.

BARBOSA, M. R.; MATOS, P. M; COSTA, M. E. UM OLHAR SOBRE O CORPO: O CORPO ONTEM E HOJE. **Psicologia & Sociedade**, [s.l.], v. 1, n. 23, p.24-34, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v23n1/a04v23n1.pdf>>. Acesso em: 16 dez. 2017.

BARBANTI, V. J. **Dicionário de Educação Física e do Esporte**. São Paulo, Ed. Manole, 1994.

BATISTA, G.; RODRIGUES, R. **A Construção de Identidade na “Geração Fitness” do Instagram**: a representação do eu e do corpo no ciberespaço. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014. Disponível em <[https://drive.google.com/drive/folders/0B\\_ZV-41bTYaqUHpxV3ZjVjhBWIE](https://drive.google.com/drive/folders/0B_ZV-41bTYaqUHpxV3ZjVjhBWIE)>. Acesso em 18 de março de 2018.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2010. (Coleção Arte e Comunicação).

BECKER, J. B. Manual de Psicologia aplicada ao Exercício & Esporte. (1999). In: RUSSO, Renata. Imagem corporal: Construção através da cultura do belo. 6. ed. Espírito Santo de Pinhal: **Movimento & Percepção**, 2005. p. 80-90. Disponível em: <<http://www.portalsaudebrasil.com/artigospsb/psico029.pdf>>. Acesso em: 10 de junho de 2017.

BRASIL, CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE MUSCULAÇÃO, FISCULTURISMO E FITNESS – CBMFF – IFBB Brasil. Introdução às modalidades da IFBB. Confederação Brasileira de Musculação, Fisiculturismo e Fitness, 2017. Disponível em: <<https://ifbbbrasil.com.br/modalidades/>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

CAPELAS, B. Brasileiro que criou o Instagram: Mike Krieger fala sobre o futuro do aplicativo. **O Estadão**. São Paulo, p. 1-2. 11 dez. 2014. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/geral,brasileiro-que-criou-o-instagram-mike-krieger-fala-sobre-futuro-do-aplicativo,10000029973>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

CARVALHO, F. A. T. (2006) **Corpo feminino**: expectativas medievais X expectativas atuais. Acesso em 3 de julho de 2017, disponível em: <<https://smsrio.org/revista/index.php/reva/article/download/54/60>>.

CLARK, N. Guia de nutrição desportiva. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 1998. In: LESSA, P.; OSHITA, T. A. D.; VALEZZI, M. Quando as mulheres invadem as salas de musculação: aspectos biossociais da musculação e da nutrição para mulheres. **Iniciação Científica CESUMAR** - jul./dez. 2007, v. 09, n.2, p. 109-117. Disponível em: <<http://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/iccesumar/article/view/551/466>>. Acesso em: 18 mar. 2018.

COSTA, J. F. **O vestígio e a aura**: corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro, Garamond, 2005.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, G. Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia. Rio de Janeiro. Ed. 34, 1997. v.5. In: KIRST, P. G. **Transfotografia**: o pixel em multidão. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação. Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação, 2010. Porto Alegre, BR-RS.

DESMARAIS, C. **Facebook's Instagram says it has 90 million monthly active users**. 2013. Disponível em: <<https://www.pcworld.com/article/2025801/facebooks-instagram-says-it-has-90-million-monthly-active-users.html>>. Acesso em: 01 nov. 2017. Editora UNESP, 2000. - (Coleção Grandes Filósofos).

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**; tradução de Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis, Vozes, 2002. Disponível em <<https://docs.google.com/file/d/0B2yP5GLcIRlyUU5UVWtueTZKNG8/view>>. Acesso em 18 de março de 2018.

HALL, S. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. 14. ed. Rio de Janeiro: Dp&a, 2014.

KIRST, P. G. **Transfotografia**: o pixel em multidão. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação. Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação, 2010. Porto Alegre, BR-RS.

LACAN, J. Televisão. (1993). In: MOTA, R.; LEAL, C. E.. **A mulher e o corpo na sociedade contemporânea**. Juiz de Fora: Ces Revista, 2007. p. 153-163. Disponível em: <[https://www.cesjf.br/revistas/cesrevista/edicoes/2007/a\\_mulher\\_e\\_o\\_corpo.pdf](https://www.cesjf.br/revistas/cesrevista/edicoes/2007/a_mulher_e_o_corpo.pdf)>. Acesso em: 03 jul. 2017.

LE BRETON, D. **A sociologia do corpo**. Tradução de Sonia M. S. Fuhrmann. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

LEMOS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 296

LERDER, D. The absent body, (1990). In: \_ COSTA, J. F. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

LESSA, P.; OSHITA, T. A. D.; VALEZZI, M. Quando as mulheres invadem as salas de musculação: aspectos biossociais da musculação e da nutrição para mulheres. **Iniciação Científica CESUMAR** - jul./dez. 2007, v. 09, n.2, p. 109-117. Disponível em: <<http://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/iccesumar/article/view/551/466>>. Acesso em: 18 mar. 2018.

LIMA, A. F. de.; BATISTA, K. de A.; JUNIOR, N. L. A ideologia do corpo feminino perfeito: questões com o real. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 18, n. 1, p. 49-59, jan./mar. 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v18n1/v18n1a05>>. Acesso em: 13. Mar. 2018.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. 4. ed. São Paulo: Wmf Martins Fontes, 2011. Tradução Carlos Alberto Ribeiro de Moura.

MOTA, R.; LEAL, C. E. **A mulher e o corpo na sociedade contemporânea**. Juiz de Fora: Ces Revista, 2007. p. 153-163. Disponível em: <[https://www.cesjf.br/revistas/cesrevista/edicoes/2007/a\\_mulher\\_e\\_o\\_corpo.pdf](https://www.cesjf.br/revistas/cesrevista/edicoes/2007/a_mulher_e_o_corpo.pdf)>. Acesso em: 03 jul. 2017.

NEVES, T. G. Os primórdios do halterofilismo e do fisiculturismo no Brasil. UFRGS. Porto Alegre, 2012. IN: \_ LEÃO, C. V. **Pioneiras do fisiculturismo no Rio Grande do Sul: fatores motivacionais para a adesão ao treino e as competições**. UFRGS, Porto Alegre, 2015.

ORLANDI, E. P.. **Análise de discurso: Princípios e Procedimentos**. Campinas: Editora Pontes, 2001.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Freevale, 2013.

PAJÉ, A. Fisiculturismo e suas origens. **Tribuna do Paraná**. Paraná, 25 de fev. De 2014. Disponível em: <<http://www.tribunapr.com.br/blogs/andre-paje/fisiculturismo-e-suas-origens/>>. Acesso em: 18 mar. 2018.

Pelegri, T. (2006). Imagens do corpo: reflexões sobre as acepções corporais construídas pelas sociedades ocidentais. [versão online]. Revista Urutágua, 08. In: \_BARBOSA, M. R.; MATOS, P. M.; COSTA, M. E. UM OLHAR SOBRE O CORPO: O CORPO ONTEM E HOJE. **Psicologia & Sociedade**, [s.l.], v. 1, n. 23, p.24-34, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v23n1/a04v23n1.pdf>>. Acesso em: 16 dez. 2017.

RUSSO, R. **Imagem corporal**: Construção através da cultura do belo. 6. ed. Espírito Santo de Pinhal: Movimento & Percepção, 2005. p. 80-90.

SAMARÃO, L.. O espetáculo da publicidade: a representação do corpo feminino na mídia. Revista: **Contemporânea**, n.8, 2007.

SANT'ANNA, D. B. de. É possível realizar uma história do corpo? In\_. (org). **Corpo e história**. Campinas, SP: Autores Associados, 2001. (Coleção educação contemporânea).

SANTOS, A. M.; ZACHARIAS, T. **Construção da imagem e estética corporal entre fisiculturistas**. Apresentado no 16º Annual Congress of the European College of Sport. Liverpool, 2011.

SANTOS, J. F. O que é Pós-moderno. São Paulo: Editora Passos, 1989. In: \_BATISTA, G.; RODRIGUES, R. **A Construção de Identidade na “Geração Fitness” do Instagram**: a representação do eu e do corpo no ciberespaço. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014. Disponível em <[https://drive.google.com/drive/folders/0B\\_ZV-41bTYaqUHpxV3ZjVjhBWIE](https://drive.google.com/drive/folders/0B_ZV-41bTYaqUHpxV3ZjVjhBWIE)>. Acesso em 18 de março de 2018.

SCRUTON, R.; Tradução de Angélica Elisabeth Könke. **Espinosa**. São Paulo, 2000.

SEVERIANO, M. F. V.. Pseudo-individação e homogeneização na cultura do consumo: Reflexões críticas sobre as subjetividades contemporâneas. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, n. 2, p.105-121, jun. 2006.

SEVERIANO, M. F. V.; REGO, M. O.; MONTEFUSCO, É. V. R.. O corpo idealizado de consumo: paradoxos da hipermodernidade. **Revista Mal-estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. X , n. 1, p.137-165, mar. 2010.

WEINBERG, Robert S.; GOULD, Daniel. **Fundamentos da Psicologia do Esporte e do Exercício**. Trad. Maria Cristina Gularte Monteiro e Regina Machado Garcez. São Paulo, 2017. Ed. Artmed, 6ed.

TÜRCKE, C. **Sociedade excitada**: Filosofia da sensação. Tradução: Antonio A. S. Zuin... [et al.]. Campinas: Ed. Unicamp, 2010, 323p.

WOODWARD, K. Identity and difference. In: (org). **Corpo e história**. Campinas, SP: Autores Associados, 2001. (Coleção educação contemporânea).

**ANEXOS**

## Anexo A- Prints do site da CMBFF – IFBB Brasil sobre as categorias do fisiculturismo feminino



... significa o atleta deve incluir força e flexibilidade em seus movimentos.

CMBFF

Campeonatos

Arbitragem

Treinador Federado

Downloads

Filiação

Contato



### FITNESS Coreográfico (Feminino)

Este conceito foi introduzido pela IFBB no início dos anos 80 e se tornou oficial em 1996, em resposta ao aumento da procura de competições para as mulheres que preferem desenvolver um físico menos musculoso, ainda atlético e esteticamente agradável, e também para mostrar seus físicos em movimento. Nesta categoria, a ênfase é colocada em um físico bem torneado e esculpido, e com um visual atlético, que é avaliado através da comparação dos quatro quartos de volta, e a capacidade atlética é avaliada durante rotina de fitness que deve muito atraente e dinâmica.

Como é um esporte físico, também existem duas rodadas de avaliação física e logo em seguida a apresentação da rotina artística.

Nas rodadas de físico as concorrentes irão realizar os quartos de volta, durante o qual os árbitros irão avaliar a sua silhueta e contornos do corpo, as formas anatômicas, nível de gordura corporal, a firmeza do corpo e tônus muscular, apresentação geral palco (auto-confiança, equilíbrio, coordenação de movimentos), bem como o cabelo facial e beleza.

Na rodada de rotina coreográfica, os árbitros estão procurando elementos fortes, movimentos de flexibilidade, ritmo elevado, perfeição técnica, elegância e graça. As competidoras podem usar pequenos adereços, associados aos seus trajés.

### BODYFITNESS (Feminino)

A categoria Bodyfitness foi implementada pela IFBB em 2002 para dar chance a um vasto grupo de mulheres que desejavam competir por possuir um físico bem torneado e atlético, mas que não desejavam realizar as apresentações do round coreográfico da categoria Fitness Coreográfico.

Esta categoria caiu rapidamente no gosto das atletas do sexo feminino e o número de participantes aumenta a cada ano, no entanto, ainda é discutido como criar-lhes a possibilidade de mostrar a sua figura em movimento.

Nessa categoria, os árbitros devem avaliar a aparência atlética geral do físico, tendo em conta a figura, o tônus muscular desenvolvido simetricamente, forma feminina e uma baixa quantidade de gordura corporal, assim como o cabelo, a beleza facial e o estilo individual de apresentação fazem toda a diferença, incluindo confiança pessoal, equilíbrio e graça.

Esta categoria é amplamente aberta para todas as mulheres que gostam de treinar com pesos e levar um estilo de vida saudável.

### BIQUINI FITNESS (Feminino)

A Categoria Feminina Bikini Fitness foi reconhecida oficialmente como uma nova disciplina do esporte pelo Conselho Executivo da IFBB e o Congresso Mundial da IFBB, em 07 de novembro de 2010 (Baku, Azerbaijão).

As atletas dessa categoria mais se parecem uma modelo Fitness: magras, belas e demonstrando um leve aspecto de treinamento com pesos.

Representam aquela figura da atleta que poderia ser contratada tanto para estar com o rosto estampado na capa de uma revista somente pela sua beleza facial, como também desfilando e fotografar para uma coleção de, como o nome já diz, biquínis, por exibir além da beleza, um corpo treinado, tendendo para o atlético porém esteticamente agradável aos olhares, por enfatizar ainda mais os formatos e as curvas femininas, mas sempre preservando a magreza natural e a linha de cintura.

Além da cintura fina, as atletas devem possuir os braços e ombros levemente destacados. Os glúteos devem ser redondos e firmes, e o percentual de gordura deve ser baixo, mas sem aspectos de desidratação.

O julgamento das atletas não ocorre somente pelo físico, mas também pela beleza facial, cabelos, e até mesmo a harmonia da maquiagem em relação ao conjunto corporal, cabelos, cor do biquíni etc.

Além disso, as atletas devem possuir carisma, desenvoltura, e "luz própria" em cima do palco, fator primordial para a composição da nota, e que pode somar ou também diminuir muitos pontos na avaliação inicial da condição física que é feita pelos Árbitros nas rodadas eliminatórias, onde a movimentação e gestual ainda não é permitido, tampouco avaliado durante as comparações iniciais.

A modalidade é dividida por estatura, sendo: até e incluindo 160 cm, até e incluindo 163 cm, até e incluindo 166 cm, até e incluindo 169 cm, até e incluindo 172 e acima de 172 cm;

### WOMEN PHYSIQUE (Feminino)

A categoria Feminina Womens Physique foi oficialmente reconhecida como uma nova categoria da IFBB Amadora pelo Comitê Executivo da IFBB e Congresso Mundial da IFBB em 11 de Novembro de 2012 (Guayaquil, Equador).

É destinada a mulheres que querem elevar o seu nível de massa muscular e condicionamento ao máximo possível através de treinamento e dieta, porém respeitando-se a anatomia, volume e silhueta feminina.

Desta forma, acabam por desenvolver um físico menos musculoso, ainda atlético e esteticamente agradável, ao contrário das antigas atletas do fisiculturismo feminino, que acabaram por perder a feminilidade nos últimos anos.

Para promover isso, os árbitros são constantemente lembrados ao fato que estão julgando uma nova proposta de categoria, diferente da antiga categoria Fisiculturismo Feminino.

O tipo de musculosidade, a vascularização, a definição e a desidratação muscular vistas em antigas atletas Fisiculturistas não serão aceitas no julgamento das atletas desta categoria.

A Modalidade é dividida por estatura, sendo: até e incluindo 163 cm e acima de 163 cm;

### WELNESS FITNESS (Feminino)

A categoria Wellness foi criada pela IFBB Brasil em 2005 com o objetivo de agregar e levar aos palcos uma boa parcela das mulheres brasileiras frequentadoras das academias e salas de ginástica, que tinham o desejo de competir, porém, não se enquadravam em nenhuma das outras categorias existentes na IFBB, por possuírem uma certa desproporção de volume dos membros inferiores (coxas e glúteos) em relação a membros superiores (tronco e braços), e isso ocorre principalmente devido ao fato de boa parte delas treinarem seguindo o próprio padrão de beleza que é naturalmente encontrado e admirado no Brasil inteiro.

Dessa forma são atletas que possuem os glúteos e coxas mais volumosas, porém desenvolvidos segundo a forma feminina natural, deixando o físico voluptuoso, mas que em nada lembra as atletas das outras categorias que exibem maior volume, mas, com mais densidade, separação e definição ente os grupos musculares.

A categoria se expandiu rapidamente e, atualmente, é observada no cenário internacional, pelas federações afiliadas a IFBB.