UFES

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

CENTRO DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DESPORTOS

BACHARELADO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

FABIO JUNIO DA SILVA

A INFLUÊNCIA DO *YOUTUBE* NA PRÁTICA DE MUSCULAÇÃO:

Reflexões para a área da educação física

VITÓRIA/ES

2021

FABIO JUNIO DA SILVA

A INFLUÊNCIA DO *YOUTUBE* NA PRÁTICA DE MUSCULAÇÃO:

Reflexões para a área da educação física

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Curso de Educação Física - Bacharelado, do Centro de Educação Física e Desportos da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Educação Física.

Orientador(a): Prof.ª Dr.ª Ana Carolina Capellini Rigoni

VITÓRIA/ES

2021

Dedico este trabalho a meus familiares, amigos, professores e principalmente a meu pai que não está mais entre nós.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus professores e colegas por me ajudarem a desenvolver este trabalho, e principalmente, minha orientadora, pois foi dela que surgiu um dos meus maiores referenciais para produção desta pesquisa. Também agradeço a esta Universidade pelos inúmeros conhecimentos adquiridos e em vários anos de formação. Conhecimentos estes pautados em cientificidade, como também, na relação humana e social que envolve a prática de educação física. Conhecimentos que mudaram minha maneira de ver o mundo, contribuído sobretudo, neste ser mais crítico, capaz de pesquisar antes de aceitar respostas prontas para quase tudo. Foram muitos desafios e obstáculos a serem superados para chegar neste momento final de formação, mas foi um caminho repleto de alegrias, com inúmeros aprendizados. Conheci inúmeros autores, vários trabalhos e diversa obras e cada uma delas contribuiu de alguma maneira na criação deste trabalho final.

RESUMO

As mídias exercem um importante papel na construção da sociedade e, por conseguinte, na democratização do acesso à informação e ao conhecimento na sociedade contemporânea. Na sociedade atual as tecnologias e as mídias digitais possibilitam diversos tipos de conexão, que facilitam a interação entre as mais distintas pessoas, propiciando vínculos ou relações instantâneas, superando a barreira de distância outrora existente. Uma dessas novas mídias é o *Youtube*, plataforma onde são postados diversos tipos de conteúdos, inclusive sobre a musculação, que é o tema desta pesquisa. Contudo, com tantos conteúdos, existe a hipótese que vários desses vídeos não possuem qualquer preocupação com quem está visualizando. Sabemos que no caso da musculação, a prática incorreta tem seus riscos e dependendo das circunstâncias podem provocar: desvios posturais, encurtamento de membros, lesões e frustrações. Desta forma, o objetivo principal desta pesquisa será reunir e analisar o material produzido pelos *youtubers* sobre a prática de musculação. Caminha no sentido de compreender se as falas e os conteúdos postados por esses digitais *Influencers* orientam sobre a necessidade do acompanhamento de um profissional, se esclarecem para qual tipo de pessoa os exercícios são indicados ou contraindicados, se os exercícios e discursos adotados possuem caráter fantasioso, se as aulas apresentam boa didática, se os movimentos estão sendo executados de forma correta e, por fim, se os vídeos possuem caráter mercadológico. A pesquisa foi do tipo exploratória, que tem como finalidade buscar, analisar, interpretar e esclarecer conceitos e ideias. Foi realizado um levantamento doculmental. Para as análises qualitativas, utilizou-se a técnica de etnografia virtual, por interpretação dos resultados. Os resultados mostram que os canais encontrados e os vídeos analisados possuíam milhares de seguidores e de vizualizações. Observou-se com a análise dos vídeos, que quanto maior o número visualizações, mais midiático o conteúdo era. As descrições desses canais e vídeos não possuíam informações relevantes e sendo apenas usada como uma vitrine para negócios. Além disso, elas não esclareciam se esses influenciadores possuíam ou não formação na área de Educação Física. As falas, durante os vídeos, não esclareciam a quem estivesse visualizado sobre a necessidade de orientação adequada, caso se pretendesse utilizar algum dos exercícios postados. Os vídeos foram utilizados, principalmente, para divulgar esses sujeitos, os participantes e marcas parceiras. A musculação, pelos vídeos analisados, foi apenas uma ferramenta utilizada por esses influenciadores para se alcançar o objetivo desejados. Os objetivos, possivelmente, seja o autopromoção e ganhos financeiros. Pois, os treinos foram tecnicamente falhos, principalmente, pela didática e a maneira de ensinar, e também, na maneira como foram gravados e exibidos. Porque, deixaram muitas duvidas, especialmente, se fossem visualizados por quem não tem experiência com a musculação ou formação em Educação Física. Além disso, pelos canais e vídeos analisados, observou-se que todos esses influenciadores possuem características em comum jovens, sexo masculino, musculosos, classe média/alta e fisiculturistas.

Palavras-chave: Novas mídias. Educação Física. Musculação. Digitais *influencers. Youtube*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 — Meios de comunicação mais utilizados 13
Gráfico 2 — Mídia e a interferência na decisão de iniciar a prática de exercício físico 15
Gráfico 3 — Domicílios com acesso Internet por regiões brasileiras 16
Gráfico 4 — Internet por faixas etárias 17
Quadro 1 — Práticas corporais e números de vídeos 21
Gráfico 5 — Resultado dos conteúdos que possuíam relação com a cultura corporal e a educação física 22
Quadro 2 — *Youtuber*, números de inscritos e visualizações 23
Tabela 1 — Canais selecionados 29
Tabela 2 — Vídeos selecionados 30
Imagem 1 — Renato Cariani 34
Imagem 2 — Fábrica de Monstros 39
Imagem 3 — Léo Stronda 45
Imagem 4 — Victor Lelis 54
Imagem 5 — Felipe Franco 61

SUMÁRIO

1 **INTRODUÇÃO** 8

2 **CONTEXTUALIZANDO A MÍDIA, INTERNET, NOVAS TECNOLOGIAS, MARKETING DIGITAL, DIGITAIS INFLUENCERS E EDUCAÇÃO FÍSICA NO *YOUTUBE*** 11

3 **METODOLOGIA** 23

3.1 **Pré-análise** 25

3.1.1 Seleção dos canais para pesquisa 25

3.1.2 Canais mais influentes 25

3.2 **Seleção da amostra** 25

3.3 **Exploração dos materiais** 26

3.3.1 Eixo (I) parte textual. 27

3.3.2 Eixo (II) parte visual. 27

3.3.3 Eixo (III) parte linguística. 28

4 **RESULTADOS E DISCUSSÕES** 28

4.1 **Resultado da seleção dos canais** 28

4.2 **Resultado para seleção dos vídeos** 30

4.3 **Análise dos vídeos** 31

4.3.1 “Cariani testa torça do Delegado da Cunha” 31

4.3.2 “Treino monstro – bíceps e tríceps” 37

4.3.3 “Eu e o Ramon Dino desafiamos o @calisteniabrasil para um novo projeto - Leo Stronda” 42

4.3.4 “Transformação dos frangos em 30 dias – final” 50

4.3.5 “Trapézio descendente voltou (vídeo original)” 58

5 **CONSIDERAÇÕES FINAIS** 65

REFERÊNCIAS 72

1 INTRODUÇÃO

As mídias exercem um importante papel na construção da sociedade e, por conseguinte, na democratização do acesso à informação e ao conhecimento na sociedade contemporânea. Neste sentido, o uso de novas mídias tem influenciado, inclusive, nas práticas de atividade física como, por exemplo, na musculação. Neste novo paradigma que a sociedade tem adotado, no qual se vive conectado, a internet e as mídias têm papel central na construção ou desconstrução da homogeneidade dos corpos, dependendo dos valores e perspectivas propagados por esses meios, a "indústria cultural", Adorno e Horkheimer (1985); Adorno (2003).

Na sociedade atual as tecnologias e as mídias digitais possibilitam diversos tipos de conexão, que facilitam a interação entre as mais distintas pessoas, propiciando vínculos ou relações instantâneas, superando a barreira de distância outrora existente. Essa influência oportunizou as relações entre as diferentes culturas, porém, contribui para o surgimento de uma sociedade repleta de incertezas, que muda a todo instante, influenciada por questões políticas, econômicas, de saúde, nutrição, estilo de vida, atividade física, etc. Bauman (2007) comenta sobre esse novo estilo de vida nesse novo modelo de sociedade contemporânea, trazendo a seguinte visão:

> A "vida líquida" e a "modernidade líquida" estão intimamente ligadas. A "vida líquida" é uma forma de vida que tende a ser levada adiante numa sociedade líquido-moderna. "Líquido-moderna" é uma sociedade em que as condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir. A Liquidez da vida e a sociedade se alimentam se revigoram mutuamente. A vida líquida, assim como a sociedade líquido-moderna, não pode manter a forma ou permanecer por muito tempo (BAUMAN, 2007, p. 7).

Essa nova sociedade adota uma cultura de mudanças imediatas, onde o corpo em destaque, tende a acompanhar, muito influenciado pelas relações que a mídia e as novas tecnologias exercem, induzindo certos "padrões de beleza" Wolf (1992); Goldenberg (2007); Barbosa et al. (2011); Gomes e Caminha (2016). Onde poucos atingem e quando atingem, por pouco se mantêm. Porque é difícil predizer o que virá de novo, quais mudanças aconteceram e que tipo de corpo é o idealizado adiante, como destaca Bauman (2007, p. 8):

> A vida líquida é uma vida precária, vivida em condições de incertezas constantes. As preocupações mais intensas e obstinadas que assombram esse tipo de vida são temores os de ser pego tirando uma soneca, não conseguindo acompanhar a rapidez dos eventos, ficar para trás, deixar passar as datas de vencimento ficar sobrecarregado de bens agora indesejáveis, perder o momento que pede mudança e mudar de rumo antes de tomar um caminho sem volta.

O corpo, na sociedade contemporânea, é fruto de inúmeras discussões, nas diversas áreas de conhecimento, como por exemplo, nas ciências biológicas, da saúde, nas ciências humanas e sociais. Além disso, é também, objeto de manipulação do mercado. O corpo vem sendo utilizado como ferramenta para a disseminação de variados tipos de mercadorias, ganhando status de importância no contexto das mídias sociais. Os modelos de corpos idealizados aparecem nos mais distintos tipos de conteúdos midiáticos, são mulheres altas e magras/homens altos e belos, Bohm (2004); Braga et al. (2007); Freitas (2010). Além disso, dependendo do segmento de marketing, modelos considerados fitness.

Segundo Brachtvogel (2016, p. 1) fitness é:

> Uma palavra de origem inglesa e que significa "estar em boa forma física". Este termo que normalmente é associado à prática de atividades físicas se refere ao bom condicionamento físico e ainda o bem-estar físico e mental [...]. O conceito de fitness está atrelado a um movimento contínuo dos corpos para que estes entrem num estado de aptidão. O conceito fitness também está relacionado ao incentivo da busca do equilíbrio entre corpo, força e superação e ainda associa o sentido de bem-estar do sujeito como um todo, inclusive saúde mental e emocional.

Mas o termo se popularizou na cultura brasileira, possuindo diversos significados. “A cultura do fitness é uma gama de possibilidades que o fitness proporciona são: vestimentas, acessórios, alimentos, objetos e ainda práticas corporais” (BRACHTVOGEL, 2016, p. 2). Como característica intimamente ligada ao corpo, vem sendo comumente relacionada às pessoas saradas, musculosas e definidas, perfil que se pode alcançar com o treinamento de musculação.

Segundo Murer (2007) a musculação na sociedade atual é importante para manutenção do corpo humano, promovendo ganhos a saúde e benefícios para a qualidade de vida. Além disso, popularizou-se especialmente pela preocupação com a aparência saudável, pelo culto ao corpo e por sua massificação através das mídias. Já Simões et al. (2011) em sua pesquisa, que teve como objetivo comparar a

percepção de qualidade de vida de professores e alunos de musculação, descobriu que os principais motivos que levam esses sujeitos à prática da musculação são: estética, saúde e condicionamento físico. Resultados estes parecidos com o da pesquisa de Liz e Andrade (2016) que buscava descobrir motivos de adesão e desistência da prática de musculação em academias, e que traz os seguintes resultados para adesão: bem-estar, melhoria da saúde e estética corporal.

São diversos os motivos que influenciam as pessoas a aderirem à prática de musculação, porém, estética e saúde são os mais citados. Mas, como profissional da Educação Física, tenho consciência que a prática da musculação sem a orientação adequada, principalmente para iniciantes, tem seus riscos. Em uma revisão de literatura Santos, Santos e Ribeiro (2018) pesquisou sobre a incidência de lesões na musculação e encontrou uma taxa que variou de 40-60% nos resultados de diversas pesquisas. Ainda para esses autores (apud Faigenbaum e Myer, 2010), às elevadas taxas de lesões podem ser explicadas pela progressão inadequada da carga de treinamento, erros na realização dos exercícios, desequilíbrios musculares e pela falta de acompanhamento profissional, neste caso, professores de educação física qualificados.

Na sociedade atual, os conteúdos teóricos e práticos das distintas áreas do conhecimento, incluindo a educação física, estão sendo difundidos a todos os cantos pelas mídias. Porém, com as novas mídias essa difusão alcançou patamares inimagináveis, passaram a divulgar conteúdos de forma quase instantânea, às vezes ao vivo, possibilitando contato a algo novo em segundos. Existem diversos tipos de sites e aplicativos hospedando conteúdos relacionados a musculação, alguns específicos como: *Adidas, Smart fit Coach, Nike Training*. Porém, outros não, como as redes sociais, por exemplo, o *Facebook* e o *Instagram*, e ainda plataformas de compartilhamento de vídeos, como o *Youtube.*

Uma das principais redes de informação é o *Youtube*, plataforma que hospedadiversos tipos de conteúdos visuais. Pela sua simplicidade, funcionalidade e registro facilitado atrai inúmeros espectadores, criadores de conteúdos[1] e consumidores de informações. São diversos vídeos que abordam conteúdos

[1] Também comumente chamados de *youtubers*

variados, dentre eles, a musculação. Realizando uma pesquisa rápida, nessa plataforma, digitando a *tag* '#musculação' na barra de pesquisa, temos um resultado de aproximadamente 6100 vídeos espalhados por 1900 canais.

Contudo, com tantos conteúdos, existe a hipótese de que vários desses vídeos produzidos não possuam qualquer filtro ou preocupação com quem está visualizando, importando apenas as métricas que seu canal alcança ou os lucros que o próprio *youtube* paga aos seus criadores, esquecendo-se que a musculação não se trata de uma prática simples, com "receita pronta", pois funciona de formas diferentes para cada indivíduo. Dependendo das circunstâncias e da falta de orientação correta, a prática de musculação pode gerar lesões, desequilíbrios posturais ou frustrações por não se alcançar os corpos que se apresentam nesses canais.

Desta forma, o objetivo principal desta pesquisa será reunir e analisar o material produzido por alguns *youtubers* selecionados para a pesquisa, sobre a prática de musculação. Focarei a análise no sentido de compreender se as falas dos *youtubers* orientam sobre a necessidade do acompanhamento de um profissional, se esclarecem para qual tipo de pessoa os exercícios são indicados ou contraindicados, se os exercícios e discursos adotados possuem caráter fantasioso, se as aulas apresentam boa didática, se os movimentos estão sendo executados de forma correta e, por fim, se os vídeos possuem caráter mercadológico.

Essa pesquisa se justifica por se tratar de um tema atual, mas ainda pouco estudado no campo científico. Existem poucos trabalhos nesse contexto, principalmente retratando os *youtubers* e suas vídeo aulas de musculação. Já no campo social ela auxiliará na análise cultural, visto que, a influência das novas tecnologias sobre a cultura corporal encontra-se em discurso. E por fim, no campo organizacional, porque contribuirá para reflexão de profissionais da área da educação física.

2 CONTEXTUALIZANDO A MÍDIA, INTERNET, NOVAS TECNOLOGIAS, MARKETING DIGITAL, DIGITAIS INFLUENCERS E EDUCAÇÃO FÍSICA NO *YOUTUBE*

Os meios de comunicação em massa estão passando por sérias de

transformações nos ultimos anos, um dos motivos, pode ser a rápida expansão tecnológica da sociedade contemporânea. Que impactaou diretamente sobre os seus meios de produção, comunicação e publicidade. A mídia impressa perdeu espaço para à televisiva e agora ao que tudo indica, na conjuntura social, está perdendo espaço com o surgimento de novas tecnologias. A aparição de novas formas de comunicação em massa, com o auxílio da internet, está possibilitando o acesso a diferentes conteúdos. Com a ampliação das tecnologias midiáticas, diversas práticas que fazem parte do repertório da educação física, além dos esportes (que sempre tiveram muita representatividade nos meios televisivos), estão adquirindo visibilidade.

Dentre todas estás práticas que têm ganhado a atenção na internet, podemos citar aquela relacionadas ao ganho de força, resistência e hipertrofia muscular, à musculação.

> A prática de Educação Física, assim como o desenvolvimento da maioria das competições esportivas e dos campeonatos das mais diversas modalidades e nos mais diferentes âmbitos (regional, nacional e internacional) – até bem pouco tempo, não tinham o espaço e a atenção ampliada das mídias como parece estar ocorrendo nestes últimos anos (KENSKI, 1995, p. 29).

Nesse sentido, se 1995 era assim, agora se tem uma nova configuração, onde as diversas práticas antes esquecidas e pouco reconhecidas passam a ganhar uma enorme atenção, muito provavelmente, respaldado pela indústria midiática que percebeu a audiência e o retorno financeiro que poderia conseguir.

> As transformações sociais e culturais ora em curso em todos os espaços e segmentos da sociedade, advindas da presença maciça das mídias e das altas tecnologias de comunicação, vem sendo objeto de estudos e análises de pesquisadores da Sociologia, da Antropologia, da Comunicação e de muitas outras áreas do conhecimento (KENSKI, 1995, p. 29).

As mudanças que estão ocorrendo nesse novo modelo de sociedade tornam-se um desafio para a atividade dos profissionais de educação física. Kenski (1995) ressalta que essa nova forma de interferência no trabalho precisa ser incorporada pelos professores e treinadores, para acompanhar as mudanças que passaram a conectar alunos às novas tecnologias.

> A integração entre estes dois espaços distintos: a competição virtual e a prática real do esporte, são um dos novos aspectos desafiadores que se apresentam aos profissionais de educação da área, na nova sociedade tecnológica. As incorporações das vivências virtuais às práticas reais podem possibilitar melhores performances dos jogadores e uma maneira agradável de se orientar a aprendizagem de comportamentos e regras básicas para a prática das atividades de Educação Física (KENSKI, 1995, p. 29).

Então, imagina agora, passados 25 anos após o autor escrever esse artigo, onde o teletrabalho e as plataformas virtuais se tornaram tendências na educação física, impulsionados de diversas maneiras e mais recentemente pelo contexto de pandemia que o mundo vive.

A educação física passa a vivenciar um novo paradigma, do anonimato ao centro das atenções, adquirindo maior influência midiática e impulsionando um novo olhar sobre o corpo. Que pode se explicar pela importância que a atividade física se tornou, principalmente, em tempos de pandemia. Júnior et al. (2020) concluíram em seu estudo que “adultos que se exercitaram em casa durante a pandemia do COVID-19 apresentaram melhor qualidade de vida, qualidade subjetiva de sono e níveis reduzidos de ansiedade, depressão e estresse do que aqueles fisicamente inativos”. Resultados como esse mostram a importância da educação física para sociedade, e principalmente, como tratamento não farmacológico para esses problemas de saúde relacionados com a modernidade.

A imagem corporal nos dias atuais se encontra fortemente influenciada pelas mídias, especialmente pelos conteúdos postados em rede. Deste modo, Teixeira (2014) realizou uma pesquisa com o intuito de verificar como a mídia interfere na construção da imagem corporal e quais são os principais meios de comunicação utilizados para iniciar a pratica de musculação. Com os resultados a autora formulou dois gráficos: o primeiro apresentando qual são os meios de comunicação mais utilizados como fontes de informações, e o segundo, tentou descobrir se a mídia interferiu na decisão de iniciar a prática de exercícios físicos.

Gráfico 1 — Meios de comunicação mais utilizados

Fonte: Teixeira (2014)

Através da pesquisa é possível perceber que os meios de comunicação em massa, principalmente os eletrônicos conectados à internet estão se tornando a principal fonte de busca de informações em grupos jovens, e consequentemente conteúdos relacionados a imagem corporal e musculação.

> Onde 86% dos entrevistados encontram-se na faixa etária de 15 a 36 anos, (55%) dos entrevistados possuem curso superior ou cursando (21%), verifica-se que se trata de um grupo de jovens praticantes de musculação, por isso com condições econômicas de frequentar uma academia e com acesso à televisão e internet. Supondo que por se tratar de um grupo de jovens adultos, o acesso e a facilidade de interagir com a tecnologia, faz com que a internet seja o meio de comunicação mais utilizado (TEIXEIRA, 2014, p. 4).

Nesse contexto é possível perceber que as pessoas mais jovens, são os principais influenciadores e influenciados nesse novo modo de comunicação em massa, e também é possível observar que possuem conhecimento universitário e melhores rendas. Percebe-se como a mídia tem forte relação com a juventude e consequentemente grande influência sobre seu modo de viver e agir, e ainda se apropriando de seus comportamentos corporais. Essa relação da junvetude e as mídias já foi observado em varios trabalhos, como na pesquisa: “O corpo no Instagram: um olhar sobre as postagens do mundo fitness” de Viana; Leal e Baptista

(2021) e outros estudos como Goellner (2009); Leitzke, Rigo e Knuth (2020).

Teixeira (2014) percebeu com a pesquisa que a relação entre os jovens e o corpo possuía elevados índices.

> Entre os conteúdos citados como maior interesse pelos entrevistados, os que mais se destacam foram os relacionados à cultura corporal (48%). Sendo que o assunto que desperta mais consultas é a estética com 27%, seguido de esporte e saúde com 21˙%. Estes interesses podem ter uma relação direta com a busca de prática de musculação, a preocupação com a saúde e a estética padronizada pela mídia (TEIXEIRA, 2014, p. 5).

No outro gráfico a autora tentou buscar informações sobre o comportamento das pessoas entrevistadas, procurando responder se a mídia exerce influências na decisão de iniciar a prática de exercícios físicos.

Gráfico 2 — Mídia e a interferência na decisão de iniciar a prática de exercício físico

Fonte: Teixeira (2014)

O gráfico 2 apresenta resultados relevantes sobre o poder de persuasão da mídia sobre as pessoas, sobretudo, aos iniciantes de atividades físicas. Entre os entrevistados, 70% afirmaram terem sidoinfluenciados pela mídia e o restante 30% responderam não terem obtido nem uma influência.

A mídia nos moldes atuais passa a ser pressionada pelo mercado, porque o mercado passa a lançar novas tecnologias em uma velocidade nunca vivenciada. Em

vistas a necessidade de transformações, notoriamente por causa do surgimento da internet, surge o marketing digital.

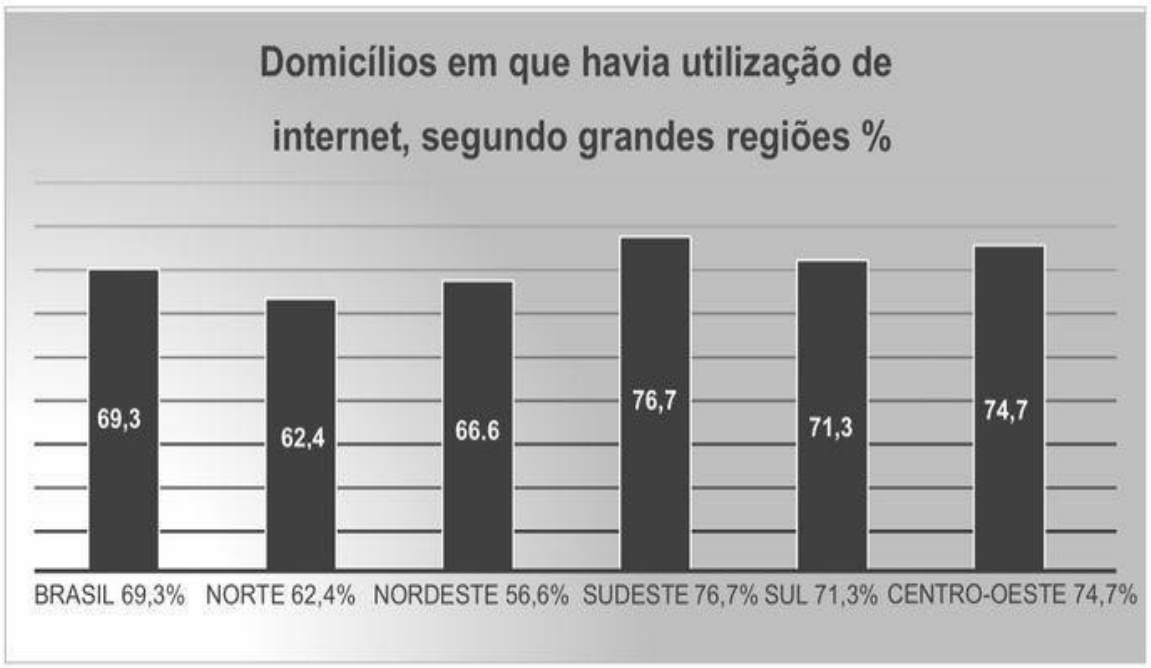
De acordo com Antunes (2017 apud Assad, 2016) o marketing digital tem relação com duas vertentes: o *content* marketing e o *inbound* marketing*. Content* marketing é o conhecimento da empresa sobre seus clientes e o *inbound* Marketing é a forma como se divulga, baseia-se em conteúdo de qualidade para um público específico. Essa forma de marketing segundo o guia são ações de comunicação que empresas fazem por meio da internet e de outros meios digitais de comunicação para comercializar os seus produtos e conquistar e fidelizar seus clientes.

> O marketing digital tem crescido bastante nos últimos tempos incentivado pelo aumento do número de usuários conectados à internet. No Brasil estima-se 76 milhões de computadores portáteis (notebooks e tablets) e 168 milhões de smartphones, que representam 1,2 dispositivos por habitante, ou ainda seis smartphones para cada tablete em uso. Em relação ao perfil das empresas voltadas para o marketing digital, estudos indicam que 57% das empresas possuem website e 51% das empresas têm perfil ou conta própria em alguma rede social (ANTUNES, 2017, p. 4).

Com os dados percebe-se que o marketing digital está revolucionando a forma como se vende e se compra, e se desenvolve as relações entre serviços e as mercadorias com o público-alvo. Porque possui diversas ferramentas e possibilidades de conexão.

A correlação marketing digital e consumidores pode estar diretamente relacionado com o acesso à internet. Como aponta o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a internet vem em enorme expansão e já é utilizada em 69,3% dosdomicílios particulares brasileiros. E esse total não se encontra só nas regiões tidas como mais desenvolvidas, aparentemente ocorre uma homogeneidade por grandes regiões.

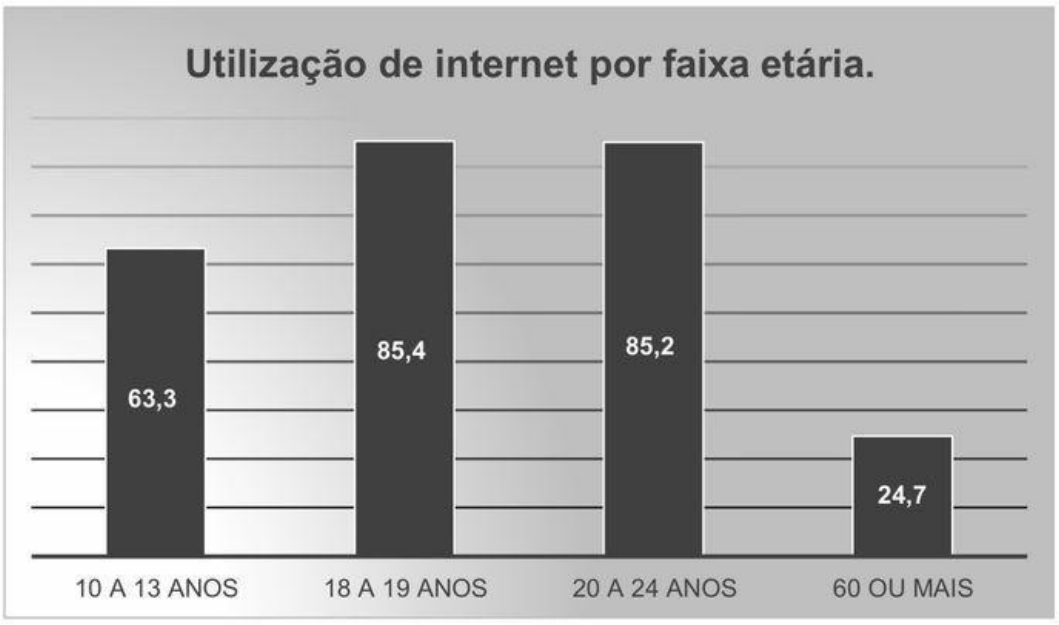
Gráfico 3 — Domicílios com acesso Internet por regiões brasileiras



Fonte: IBGE (2016)

A pesquisa ainda aponta que, os principais usuários são do tipo jovem e caindo substancialmente no grupo com 60 anos ou mais como aponta o outro gráfico:

Gráfico 4 — Internet por faixas etárias



Fonte: Adaptado IBGE (2016)

O acesso à internet possibilitou novas formas de comunicação, e através dos

veículos tecnológicos mudou-se consideravelmente o sentido de distância. Agora com o surgimento do multimídia, pessoas se conectam ao mundo todo em um segundo, compram, vendem, se relacionam e se comunicam. Surgem então as grandes redes sociais como *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, *WhatsApp* etc., mas, cria-se uma relação tão dependente com os meios que fica difícil a cada dia imaginar o mundo sem a internet, como destaca a autora Antunes (2017, p. 7).

> A internet dominou o mundo por dois motivos, principalmente: 1) porque mudou-se as relações entre as pessoas (há uma incrível imersão nas redes sociais que são online) e 2) porque alterou-se as relações de comunicação, dando mobilidade (sendo possível se comunicar em qualquer parte do mundo, basta estar conectado).

O mundo digital mudou a forma de relação entre as pessoas e mundo, possibilitou que verdadeiros desconhecidos se tornem grandes influenciadores sobre a vida das pessoas no cotidiano, por conseguirem através das novas tecnologias disseminar novas tendências como: moda, saúde e beleza.

Em meio às revoluções tecnológicas surge um novo campo de trabalho, a profissão do digital *Influencer*. Os influenciadores do campo digital são pessoas que têm interesse sobre um assunto em particular e compartilham sua opinião geralmente em mídias sociais como *Instagram*, *Twitter* e *Youtube*, formando preferências, opiniões, sendo responsáveis muitas vezes por proferir informações que podem possuir mais valor do que informações produzidas por órgãos oficiais.

> Os influenciadores digitais acabam virando um tipo de celebridade que estão geralmente associados ao consumo; na maioria das vezes são pessoas bonitas, que exibem hábitos saudáveis de vida fitness, aparentam vestindo roupas bonitas e frequentando locais caros e luxuosos (EVANGELISTA et al., 2017, p. 7).

Esse mundo fitness, citado anteriormente, vem muito conectado a corpos esteticamente magros ou musculosos. Essa nova forma de perceber o corpo relaciona-se a profissões de nutricionistas, educadores físicos, esteticistas e etc.

Os digitais *Influencer* impulsionam as novas tecnologias e também as práticas de exercícios físicos através das redes. Contudo, alguns desses, sequer possuem conhecimento ou formação apropriada para tal, nutrindo o mundo de informações que

podem interferir negativamente na prática para usuários e na profissão de muitas pessoas.

Os influenciadores digitais com cita Evangelista et al. (2017) são a parte da cadeia que sustenta o crescimento da publicidade nas redes sociais, indo muito além do marketing convencional, abrem a sua vida para todos, praticamente 24 horas por dia, rotineiramente de minuto a minuto. Tanta exposição possibilita a manipulação dos usuários a construção de um novo mercado de consumo, por vezes patrocinado por grandes indústrias, como esclarece os autores:

> Influenciadores digitais são a nova “arma” no mundo publicitário. O público se identifica mais com as pessoas que usam o produto que apresentam, do que com atrizes, cantoras e modelos fazendo uso de shampoos, por exemplo, que nós sabemos que elas não usam. Embora, cercados por um acordo de venda de imagem, os influenciadores são livres para criticar um produto caso não os agrade e, da mesma forma que podem ascender uma marca, podem derrubá-la também (EVANGELISTA et al., 2017, p. 9).

Nessa mesma linha de pensamento Milanetto (2016, p. 10) afirma que:

> É possível observar ainda a relevância crescente dos comunicadores surgindo neste novo contexto comunicacional, e o borramento de fronteiras entre as mídias novas e a mídia de massa – muitos destes personagens que emergiram nos novos canais de comunicação estão presentes também naqueles que podem ser compreendidos como tradicionais. A própria noção de fama, algo muito vinculado à ideia de mídia de massa resignificou-se diante das novas mídias, surgindo um número significante de novas micro celebridades. A nova grande mídia diz respeito a um grande ecossistema comunicacional composto por grandes corporações e pelas pessoas em rede que, por conta do surgimento da internet e das plataformas sociais, encontram-se diante da possibilidade de conversa, produção e consumo de conteúdos em rede.

Novos mercados de consumo em massa surgiram com o advento da internet. Contudo, destaco o surgimento do *Youtube*, nova tecnologia midiática de reprodução de vídeos. Essa rede que comporta os mais variados vídeos é relativamente nova, surgiu em 2005 e com aproximadamente dois anos no ar foi comprada pela gigante Google por aproximadamente 1,6 bilhões de dólares, tanto investimento não é por acaso, como apontam alguns números publicados pela Online Editora (2016).

> O youtube já possui 1 bilhão de usuários mensais, o que representa um terço dos usuários de toda internet, o número de pessoas que assistem ao youtube

> por dia cresce 40% ao ano desde 2014, desde março de 2015 já foram produzidos mais de 10 mil vídeos gerando 1 bilhão de visualizações, em 2014 foi faturado 4 bilhões de dólares em receita, por mês são assistidos mais de 6 bilhões de horas de vídeos, o youtube já tem representatividade em 88 países e desde 2013 o site já está avaliado em 20 bilhões de dólares (ON LINE EDITORA, 2016, p. 8).

O *youtube* é um dos mecanismos mais utilizado entre as novas mídias, como apontam os dados. Por adotar uma postura de acesso e postagens descomplicadas de conteúdo, além da possibilidade de ganhos financeiros a seus associados, consegue ser um dos novos meios de personificação das novas estrelas influenciadoras. A liberdade das produções em vídeos, pode significar o surgimento de uma enormidade de conteúdos infundados, fantasiosos e sem relevância, e outros que podem até gerar efeitos negativos em toda sociedade. Nessa perspectiva não é difícil de se imaginar a enorme quantidade de vídeos que poderão ter relação com a educação física.

Em uma pesquisa sobre o festival *OLYMPIKUS.MOV* realizada no *Youtube*, que tinha como tema práticas corporais, realizada por Godoi (2010), apresentava bem essa diversidade de práticas que possuem relação com a educação física. Ele queria descobrir quais práticas corporais eram retratadas nos vídeos e os sentidos associados a elas. Ao todo foram inscritos 83 vídeos, com 37.139 visitas no site em aproximadamente um mês, 133.297 minutos de material assistido pelo público.

Segundo Godoi (2010) as práticas que mais tiveram representatividade na pesquisa foram os vídeos de corrida com 26, futebol com e skate com 11 cada, ciclismo com 9 e basquetebol com 7. Porém, nota-se a diversidade de práticas que apareceram no festival.

Quadro 1 — Práticas corporais e números de vídeos

Práticas Corporais	N° de vídeos	Práticas Corporais	N° de vídeos	Práticas Corporais	N° de vídeos
Corrida	26	Parkour	03	Judô	01
Futebol	11	Acrobacias corporais /circo	02	Musculação	01
Skate	11	Basquete adaptado	02	Parapente	01
Ciclismo	09	Bicicross	02	Patinação	01
Basquetebol	07	Brincadeiras infantis	02	Rolimã	01
Alongamento e abdominais	06	Montanhismo	02	Rúgbi	01
Caminhada	06	Motocross	02	Surf	01
Atletismo	05	Balé	01	Surf em cima de bicicleta	01
Voleibol	05	Capoeira	01	Wakeboard	01
Dança	04	Cavalgada	01	Xadrez	01
Ginástica	04	Gatebol	01	Educação física	01
Hip hop/dança de rua	03	Ginástica aeróbica	01	Nenhuma	02
Natação	03	Ginástica rítmica	01		
Torcida de futebol	03	latismo	01		

Fonte: Godoi (2010)

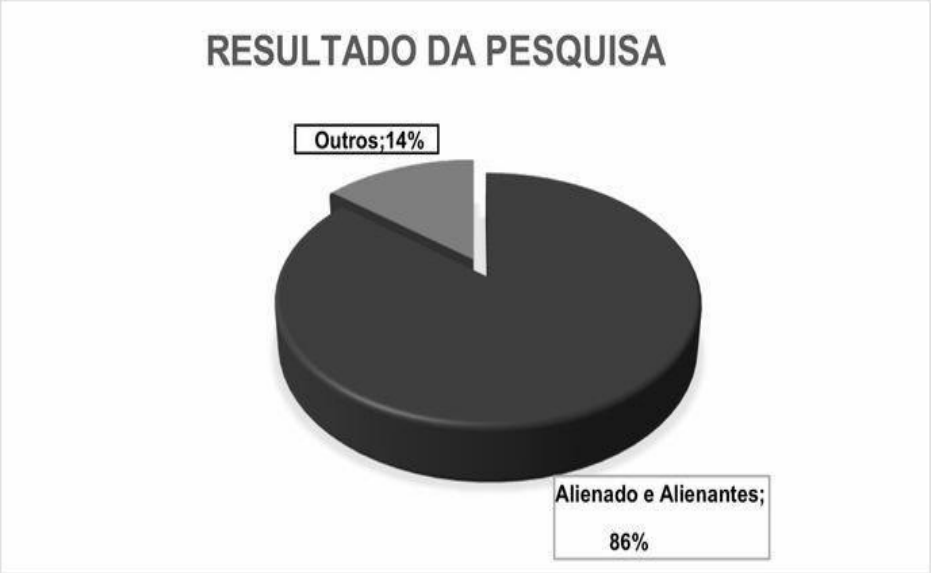
Godoi destaca que:

> Através das análises pode-se constatar uma grande diversidade de práticas corporais. E os significados relacionados às práticas corporais, pode-se constatar também grande variedade de temas/significados como: realização de práticas corporais servindo de inspiração para as mesmas; persistência, superação de limites e das adversidades; e cotidiano das pessoas e suas relações com as práticas corporais (GODOI, 2010, p. 153).

Carvalho e Junior (2013) por sua vez, realizaram um estudo em vídeos do *youtube*, com o objetivo de analisar os conteúdos que possuíam relação com a cultura corporal e a educação física. Encontraram um total 10.900 vídeos associados à educação física e 657 à cultura corporal, o estudo limitou-se ao estudo de 100 vídeos relacionados à expressão educação física e 100 para cultura corporal.

Segundo esses autores, os resultados da pesquisa apontavam que 86% dos vídeos que possuíam relação à cultura corporal e à educação física, encontravam-se em níveis que poderiam ser relacionados como alienados e alienantes.

Gráfico 5 — Resultado dos conteúdos que possuíam relação com a cultura corporal e a educação física



Fonte: Adaptado Carvalho e Junior (2013)

O resultado pode ser realidade, visto que, como qualquer meio de comunicação, os conteúdos produzidos estão sempre ligados a uma lógica de mercado. Pois, conteúdos fantasiosos e com aspecto de espetacularização produzem maiores chances de visualizações e uma maior possibilidade de retorno econômico.

O corpo é na contemporaneidade sem dúvidas é um dos maiores nichos de mercado, porventura representação idealizada da beleza. O corpo musculoso seja masculino e/ou feminino é o idealizado por grupos de jovens e frequentadores de academias. Neste sentido, esse corpo encontra-se em exibição, como fonte de inspiração ou como conteúdo de alienação.

Saunders (2017) no intuito de descobrir como o corpo masculino é retratado, realizou uma pesquisa no *youtube* na perspectiva de analisar como três *youtubers* retratavam o corpo masculino ao público. A pesquisa foi sobre os canais intitulados *Fora da casinha*, *Homens que se cuidam,* e *Uma rapidinha*.

Os canais apresentavam grande quantidade de seguidores e de visualizações como demonstra a tabela.

Quadro 2 — *Youtuber*, números de inscritos e visualizações

Canal	Youtubers	N° Inscritos	N° Visualizações
Fora da Casinha	Guigo Keiras	109.089	231.252
Homens que se cuidam	Juan Alves	19.818	75.248
Uma Rapidinha	Lucas Nogueira	213.905	1.512.324

Fonte: Saunders (2017)

Com o resultado de sua pesquisa Saunders (2017) percebeu que:

> Estes três *youtubers* possuíam características em comum, como: corpos jovens, brancos e musculosos de classe média. Além disso, as proposições temáticas dos canais também são próximas, como: cuidados com o corpo (musculação, alimentação e estética), opiniões sobre sexualidade e relatos de consumo são recorrentes. Identificando isso em vídeos, como: “O que eu tomei? “, “Como usar *whey protein*?”, “Como usar botas masculinas”, “Como aumentar massa muscular e minha transformação física”, “Como evitar irritação do barbear”, “*Cookie* Fitness (integral rápido)”, “Só pentear que ele alisa”. “Ficar forte em dois meses” entre outros (SAUNDERS, 2017, p. 3).

Como se percebe no resultado dessa pesquisa o corpo tem sido um objeto de desejo do mundo jovem e disseminado nas classes superiores da sociedade, esse corpo torna-se fruto de diversas transformações, mudanças profundas na própria cultura masculina ao longo dos anos, que deixa de ser típica do sujeito largado sem preocupação com a aparência, para sujeitos vaidosos e busca da perfeição. Essa reflexão foi corroborada com os pensamentos desse autor, que assim concluiu: “Percebe-se que a partir dos vídeos apresentados por esses *youtubers*, há forte presença do culto ao corpo saudável/musculoso/belo. Isto é identificado tanto no relato quanto na imagem performativa dos vídeos” (SAUNDERS, 2017, p. 4).

Concluindo, a idealização do corpo sarado tem grande representatividade no *youtube*, e consequentemente, produz e reproduz através das mídias uma cultura, uma das características dessa modernidade líquida.

3 METODOLOGIA

Essa pesquisa tem característica exploratória, por ainda se tratar de um assunto pouco abordado, visto que, tem como finalidade analisar, interpretar e esclarecer conceitos e ideias. Além de ser, a que apresenta menor rigidez na

construção, ela conecta-se de forma adequada ao levantamento documental, como esclarece Gil:

> Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizada especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis (GIL, 2008, p. 27).

O método consistiu em uma pesquisa do tipo documental, pois as fontes que foram utilizadas não receberam qualquer tipo de tratamento analítico anterior, como descreve Gil:

> A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A única diferença entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa (GIL, 2008, p. 51).

Para fins de pesquisa científica, os documentos, como esclarece Gil (2008), não sãoapenas os documentos escritos, como atos oficiais, leis, jornais, revistas e etc. que são utilizados para esclarecer determinada coisa. Compõem ainda, imagens visuais produzidas pelos meios de comunicação em massa, como no caso dos vídeos do *youtube* utilizados neste trabalho.

Como destaca Kripka, Scheller e Bonotto (2015), o universo que será investigado é delimitado pela escolha dos documentos. Não sendo aleatória essa escolha, porque a seleção dos documentos para a pesquisa dependerá do problema a que se busca uma resposta, ocorrendo em função dos objetivos e/ou hipóteses propostas, afirmando que as perguntas formuladas são tão importantes quanto o próprio documento, pois são elas que lhe darão sentido.

Os procedimentos adotados na construção dessa pesquisa serão:

1°. Uma etapa pré-análise - que se constitui de levantamento dos dados para pesquisa, neste caso, canais no *youtube* relacionados a musculação.

2°. Uma etapa de seleção da amostra - que se caracteriza pela seleção dos vídeos desta pesquisa.

3°. Uma etapa de exploração dos materiais - que se constitui pela organização e categorização dos vídeos selecionados.

3.1 Pré-Análise

Nesta parte incial da pesquisa, exporemos sobre a seleção e a organização dos canais mais influentes no *youtube*, relacionados a musculação.

3.1.1 Seleção dos canais para pesquisa

Na seleção dos canais que foram utilizados nesta pesquisa, fiz um levantamento no *Youtube* dos 10 canais mais influentes no contexto brasileiro sobre a musculação. Após o levantamento, ordenei os canais em um ranking, utilizado o site *NoxInfluencer*[2], por este possibilitar de maneira simplificada a seleção e enumeração dos canais.

A montagem do ranking consistiu dos seguintes aspectos:

1°. Para a enumeração das posições utilizei o número de inscrições como principal fator de ranqueamento.

2°. Os canais foram selecionados a partir da seguinte ordem de pesquisa neste site: ordenados por assinantes, país Brasil, classificados como esporte ou entretenimento, top 250.

3.1.2 Canais mais influentes

Os canais foram enumerados seguindo a ordem de coleta no dia em questão, podendo haver mudanças em futuras pesquisas, por se tratar de algo dinâmico e que se altera constantemente, muito impulsionado pelos seguidores, quantidade e qualidade dos conteúdos postados e a relevância para esse grupo de consumidores de informações.

3.2 Seleção da Amostra

[2]O acesso ao site pode ser feito pelo link: https://pt.noxinfluencer.com/

A seleção dos vídeos que foram utilizados na análise dessa pesquisa foi feita utilizando os seguintes critérios: 1) Um vídeo de cada canal dos primeiros 5 canais; 2) selecionados de acordo com a quantidade de visualizações (o mais visualizado de cada canal); 3) e todos possuíam relação direta com a musculação.

3.3 Exploração dos Materiais

Após o levantamento dos dados, se faz necessário uma análise qualitativa dos mesmos. Deste modo, e como destaca Flick (2009, p. 15):

> Muitos dos métodos qualitativos existentes vêm sendo transferidos e adaptados às pesquisas que utilizam a internet como ferramenta, como fonte ou como questão de pesquisa. Âmbitos novos como as entrevistas por e-mail, os grupos focais online e etnografia virtual levantam questões de pesquisa relativas à ética e aos problemas práticos.

A técnica utilizada para análise desta pesquisa foi a de etnografia virtual como destaca Neto et al. (2015 apud Hine, 2000), essa técnica se dá no/pelo ambiente on-line. No seu entender, é impossível separar os dois contextos: on-line e off-line. O pesquisador deve realizar sua “observação participante”, seja em um site, um blog, um fórum ou uma mídia social. Segundo a autora, o desafio metodológico de aplicar a etnografia virtual consiste em registrar no caderno de campo os detalhes obtidos com a observação participante.

Assim, para se fazer análise de vídeo é preciso decompô-lo em duas estruturas básicas: um aspecto visual e um aspecto linguístico. Já pesquisas que utilizam conteúdos on-line em plataformas digitais, que possibilitam a participação dos interlocutores, produzem outra estrutura importante, os aspectos textuais, que corroboram com possíveis reflexões a estes conteúdos.

Em relação ao grau de inserção do pesquisador com o campo, Neto et al. (2015 apud Hine, 2000) sugere duas possibilidades: uma observação participante mais “silenciosa” (ou *lurker*), sem interferência ou interação com o ambiente investigado, e outra mais “ativa” (ou *insider*), na qual há uma proximidade e participação significativa.

Esta pesquisa se apoiou na primeira possibilidade: uma observação participante mais silenciosa (*lurker*), sem interferência ou interação com o ambiente investigado, apenas estruturando a análise a partir do que foi exposto objetiva ou

subjetivamente. Desta forma, as análises foram estruturadas em três grandes eixos de informações como é proposto por Rodrigues (2015) e adaptado a esse contexto de pesquisa. Os três eixos contemplam sua estrutura textual, visual e linguística.

3.3.1 Eixo (I) parte textual.

Relativo às informações que se encontram expostas pelo canal e as métricas que foram alcançadas por esse vídeo.

1. Objetivo da aula ou vídeo, se possível descrita pelo próprio canal;
2. Número de "*Likes* e *Deslikes*"[3] ;
3. Exemplos de comentários nesses vídeos, se possível, positivos e negativos;
4. Estimativa dos ganhos financeiros que esse vídeo obteve;
5. Outros que se julgam importante comentar.

Para a estimativa nesse 4° tópico foi utilizado o site Socialblade[4].

3.3.2 Eixo (II) parte visual.

Relacionado a apresentação visual, conteúdos que se apresentam na estruturação da imagem ou ao longo do vídeo.

1. Características físicas de seus apresentadores e sujeitos que aparecem nos vídeos;
2. Postura desses sujeitos na construção dos vídeos, forma como se expressam fisicamente. Se são: alegres, brincalhões, sérios etc.;
3. Se possuem característica mercadológica, como exposição de alguma marca ou produtos ao longo do vídeo;
4. Outros que se julgam importante comentar.

[3]Linguagem da internet utilizada para aprovação ou desaprovação de conteúdo. Neste caso, é possível clicar em "*like*" como sinônimo de "gostei" e "*deslike*" como sinônimo de não gostei, No *Youtube*, esta ferramenta serve como parâmetro para avaliar o quanto este conteúdo está agradando ou desagradando os usuários.

[4]O acesso ao site pode ser feito pelo link: https://socialblade.com

3.3.3 Eixo (III) parte linguística.

Relacionado aos conteúdos falados ao longo desses vídeos e sua relação com a musculação.

1. Como se expressam ao longo do vídeo, são técnicos na apresentação destes conteúdos? Ou se expressam sem nenhuma preocupação com a linguagem formal e técnica?
2. Quando se tratar de aula ou treinamento de musculação esclarecem para qual tipo de pessoa o exercício é indicado ou contraindicado?
3. Orientam ou comentam sobre a necessidade de acompanhamento profissional na realização de algum exercício?
4. Possuem comentários fantasiosos, como ter que comprar, utilizar ou fazer algo como forma de resultado mais rápido?
5. Outros que se julgam importante comentar.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para encontrar os documentos utilizados nessa pesquisa, fiz um levantamento no site NoxInfluecer no dia 01 de junho de 2021, em busca dos dados necessários a essa pesquisa, onde os seguintes canais foram selecionados como os mais importantes de acordo com a metodologia descrita anteriormente.

4.1 Resultado da seleção dos canais

Tabela 1 — Canais selecionados

Posição	Canal	N° de Inscritos	Classificação
1	Renato Cariani	2,56 milhões	Esporte
2	Fábrica de Monstros	2,55 milhões	Esporte
3	Léo Stronda	2,48 milhões	Entretenimento
4	Victor Lelis	2,05 milhões	Entretenimento
5	Felipe Franco	2,00 milhões	Esporte
6	Como Treinar	1,99 milhões	Esporte
7	Grouth Tv	1,63 milhões	Esporte
8	4Fitclube	1,57 milhões	Esporte
9	Leandro Twin	1,55 milhões	Esporte
10	Brutos	1,48 milhões	Esporte

Fonte: NoxInfluencer (2021)

Os canais Carol Borba, Músculo e Corpo Definido e Xtreme21 possuem 3,99, 3,73 e 2,42 milhões de inscritos respectivamente no *youtube*, mas na sua lista de vídeos não foi encontrada uma relação direta com a musculação. São canais com grande número de seguidores no critério esporte deste site e no *youtube*, que tem relação com o treinamento, porém, por estarem mais próximos do treinamento funcional, utilizando o próprio peso corporal ou a calistenia não serão classificados nessa pesquisa.

Os canais Léo Stronda e Victor Lelis foram classificados como entretenimento e não se encontram entre os 100 canais com maior número de inscritos nessa categoria, mas encontra-se superiores aos demais canais classificados como esporte que estão relacionados a musculação e, além disso, são bastante conhecidos dentro do contexto da prática de musculação no *youtube* que é objeto de interesse dessa pesquisa.

Vale ressaltar que existe um universo muito grande de canais relacionados a outras práticas de atividade física dentro da classificação esporte e também é importante comentar que dentro da categoria entretenimento só os canais Léo Stronda e Victor Lelis aparecem como referência nessa pesquisa. Os canais estão sequenciados de acordo com importância para esse trabalho e a com metodologia de pesquisa, e não como se encontram neste site.

Quanto à descrição desses canais no *youtube*, há uma variedade de tipos de informações, que vai desde dicas de musculação, nutrição, suplementação até outras “paradas”, como por exemplo: “Nós somos uma Fábrica de Monstros e vamos transformar você em um. Dietas, dicas de treino e outras paradas. Se inscreve aê, seu puto!”. Outros canais não apresentam informação alguma como os de Renato Cariani e Felipe Franco. Enquanto, apenas um apresentou em sua biografia que possui formação acadêmica na área de educação física que foi o canal de Leandro Twin com a seguinte descrição: “Assessor Esportivo Online e Presencial (Moema-SP) Professor e Palestrante Autor do livro: Abdômen definido, como chegar lá? Educador físico e Pedagogo”.

4.2 Resultado para seleção dos vídeos

Com a análise dos cinco canais mais influentes no contexto brasileiro sobre a musculação, e respeitando a metodologia de seleção dos conteúdos, os seguintes vídeos foram selecionados como amostra:

Tabela 2 — Vídeos selecionados

Canal	Vídeos Selecionados	Visualizações
Renato Cariani	Cariani testa força de delegado Da Cunha	1.420.692 milhões
	https://youtu.be/DIO1swvHkNc	
Fábrica de Monstros	Treino monstro - bíceps e tríceps	2.868.843 milhões
	https://youtu.be/eEsbbfoEvew	
Léo Stronda	Eu e o Ramo Dino desafiamos o @calisteniaBrasil para um novo projeto - Leo Stronda	1.919.806 milhões
	https://youtu.be/3Un1vUTHkOU	
Victor Lelis	Transformação dos frangos em 30 dias - final	3.201.485 milhões
	https://youtu.be/M-4nINwh2Bw	
Felipe Franco	Trapézio descendente voltou (vídeo original)	9.171.452 milhões
	https://youtu.be/wwUfEsynaqU	

Fonte: *Youtube* (2021)

No momento da seleção foi constatado que esses canais produzem diversos tipos de conteúdo, alguns sequer têm relação com a musculação, oferecendo dicas de alimentação, roupas, jogos e até de uso de esteroides anabolizantes. As datas de postagens dos conteúdos selecionados variam de meses até anos. Outro ponto importante a comentar é que dependendo das circunstâncias um vídeo torna-se rapidamente mais visualizado que outro, desta forma, no dia de seleção esses foram os que se encontravam com maior número de visualizações dentro do contexto desta pesquisa.

4.3 Análise dos vídeos

4.3.1 “Cariani testa torça do Delegado da Cunha”

Este vídeo, intitulado “Cariani testa a força do delegado Da Cunha”, foi construído em torno de quatro personagens, sendo um deles Cariani, o influenciador que dá o nome ao canal, um convidado que também é influenciador do mundo digital, que se autodenomina de delegado Da Cunha e outros dois personagens que estavam nas imagens, mas não participavam diretamente desse conteúdo. Foi observado que, aparentemente, o vídeo consistia em uma proposta de treinamento dividida por segmentos corporais com a utilização dos métodos *drop-set*[5]e *bi-set*[6], onde na primeira parte do conteúdo foi observado a execução de vários exercícios que envolviam a musculatura do peitoral e na segunda parte a musculatura do tríceps. Além disso, o vídeo contém histórias de vida desse participante, dando a entender que ele possuía experiência em práticas corporais, sendo uma delas a musculação.

No primeiro eixo, relativo à sua parte textual, esse vídeo não apresenta um objetivo claro em sua descrição e nem o tipo de treino que seria aplicado. O que se encontra em destaque na descrição desse vídeo são links para a venda de

[5]Séries *drop* ou *strip* são exercício executado com séries decrescente, sem intervalo, podendo ser de 8 a 12 repetições ou até a falha concêntrica e excêntrica, onde se executa uma série com peso X e ao terminá-la se retira um percentual da carga, repete o movimento e retira outro percentual da carga, até alcançar o que se foi planejado ou a menor carga possível. Sendo considerado dentro da musculação um método avançado de treinamento, sendo indicado para sujeitos com muita experiência, (FLECK; KRAEMER, 2017).

[6]Exercício executado em dois aparelhos distintos, onde se faz, uma série no primeiro aparelho e em seguida, sem descanso, outra série no segundo aparelho, para só então, realizar o intervalo de descanso. Sendo indicado na musculação para sujeitos com experiência, (CHARROS, et al., 2016).

suplementos e produtos da moda masculina fitness. Mas pelo título do vídeo, o que se está sugerindo dentro da musculação é um treino voltado para teste de força máxima, normalmente o teste de 1 RM (repetição máxima), que é característico por se elevar as cargas até o momento onde se consegue executar apenas uma repetição, sendo utilizado na prescrição do treinamento.

Esse vídeo alcançou aproximadamente 1.4 milhão de visualizações, 101 mil *likes* e 638 *deslikes*. Também foi registrado a contagem de 3.373 comentários[7] diversificados, como por exemplo: “Cara tô curtindo isso, nunca gostei de musculação e academia, mas esse ‘projeto da Cunha’ está me deixando empolgado. Será que o Gordinho vai ???”, “Mano vcs não fazem noção de como os vídeo de vcs são motivadores, obrigado” ou “Agora ele vai começar a fazer várias apreensões de esteroides, para uso próprio. Hahahaha”.

Pelos comentários observa-se que esses seguidores estão sendo influenciados por esse *youtuber.* Alguns se dizendo motivados pelo conteúdo exposto e, outros, até se sentindo interessados em iniciar a prática de musculação. Além disso, aparentemente, poucos analisando de forma crítica essa postagem no *youtube*. No entanto, existe comentários como esse, que veem na figura desse participante a possibilidade do uso da função para obtenção de esteroides anabolizantes, já que essa é uma droga que traz risco àsaúde e que só podem ser obtidos legalmente com receita médica, mas que são vendidas ilegalmente em muitos lugares, e quando aprendidas, acabam de certa forma caindo na mão de um delegado.

Nos comentários, alguns seguidores, os que se dizem obesos, não se sentem pertencentes a esse grupo social, dos sujeitos musculosos. A mensagem, anterior, nos leva a entender que existe um motivo que leva essas pessoas não aderirem prática regular de exercícios de musculação em academias. Mesmo com os elevados índices mundiais de pessoas com sobrepeso/obesidade e as patologias correlatas e essa doença, nota-se que nas salas de musculação o que menos se vê são elas. Pelo contrário, em sua grande maioria são pessoas esteticamente saudáveis, definidas e musculosas.

Desta forma, mostrando que a vertente estética das academias se sobressai

[7] Os comentários aqui expostos foram copiados como estavam na plataforma, podem apresentar inúmeros erros de ortografia e concordância, podem conter abreviaturas e conotações que só fazem sentido nesse contexto social.

sobre o componente saúde, que promovem verdadeiro distanciamento de que não se sente pertencente àquele contexto.

Os motivos podem estar realicinados com a auto-estima, e os padrões que a midia tem adotado de corpo belo, que normamente é jovem, branco, magro e/ou musculoso, como citado: Viana; Leal e Baptista (2021) e outros estudos como Hasse (2009); Goellner (2003; 2009), Leitzke, Rigo e Knuth (2020). Características essas podem levar o sujeitos com sobrepeso/obesidade a se sentir excluidas de todas as formas. Quer seja por constrangimentos, por preconceitos e na pior das hipóteses pelo descaso dos profissionais de educação física que não prestam um serviço igualitário a todos os usuários. Há ainda outros motivos, como: falta de tempo, problemas financeiros e não alcançar os resultados desejados, que levam os usuários a desistência da prática de musculação, como é apontado de por trabalhos como o Liz e Andrade (2016) e Neto et al. (2013).

Em relação aos ganhos financeiros que esse vídeo obteve foi encontrado uma variável que ia de US $3.400 a 54.900 dólares, o *youtube* paga seus colaboradores valores não exatos que dependem muito do conteúdo postado x número de visualizações, que acontece a cada mil novas visualizações, sendo que há outros ganhos com: exposição de anúncios, marcas e propagandas, assim fica claro que quanto mais visualizações e melhor engajamento, maiores serão os lucros desses conteúdos.

No segundo eixo relativo à parte visual, esse influenciador se denomina mestre em aquecer o manguito[8] que normalmente na musculação se trata em trabalhar musculatura do ombro e atleta da Federação Internacional de Fisiculturismo e Fitness - IFBB Pro. Em relação às características físicas de seus apresentadores e sujeitos que aparecem ao longo dos vídeos, são sempre sujeitos treinados e musculosos, perfil comum dentro do fisiculturismo, como demonstra a imagem a seguir:

[8]Manguito rotador é um termo usado para se referir ao conjunto de músculos e tendões, que mantêm a cabeça do úmero presa a cavidade glenoidal da escápula. Sendo estes os músculos subescapulares, e supra espinhal, o intraespinhal e o redondo menor, todos com origem na escápula e inserção na parte superior do úmero.

Imagem 1 — Renato Cariani

Fonte: *Youtube* (2021)

Como se percebe são sempre pessoas esteticamente musculosas, jovens, de boa aparência estética e de classe média ao qual atraem atenção daqueles que estão visualizando. Além disso, como neste vídeo, a participação de outros personagens influenciadores do mundo digital como delegado Da Cunha parece ser uma estratégia de marketing que atrai inúmeros novos espectadores, sendo utilizado como forma de divulgação dos vídeos, dos canais e sujeitos envolvidos.

Ao longo do vídeo os personagens iam da brincadeira a seriedade, de forma a cativar os espectadores, aparentemente o foco principal não estava no treino, pois as imagens treinando eram intercaladas com conversas sobre diversos assuntos. Em diversos momentos duranteo vídeo eram expostas uma marca de suplementação e outra de energético (esta ficava exposta sobre o aparelho de musculação).

Quanto aos conteúdos falados ao longo do vídeo, aparentemente há um conhecimento prático sobre o que está sendo ensinado, como por exemplo “você vai demorar 4 segundos para trazer” referência a uma adução horizontal no aparelho voador, dando ênfase na parte concêntrica do movimento. No decorrer deste conteúdo

esse foi o padrão de falas utilizadas, sem grande aprofundamento sobre os movimentos e exercícios expostos.

Contudo, quando se trata do ensino por vídeos e para novos alunos, que ainda não possuem consciência corporal sobre o movimento, trazer para eles referências com palavras, gestos e movimentos de simples compreensão auxiliam na execução do movimento. É um diferencial quando profissionais formados possuem conhecimento técnico, pedagógico e prático.

Kurylo (2016), nos traz que no modelo de consultoria online os pontos fortes e fracos da atuação profissional tornam-se mais nítidos. Essa autora, pontua que o caminho a se seguir, nesse modo de trabalho, precisa se assemelhar à consultoria individual, mesmo no ambiente online. Pois, esse novo modelo de atuação profissional torna-se mais desafiador, tendo em vista que, a distância física entre o treinador e o aluno acarretam numa série de barreiras de ensino, como por exemplo: a dificuldade de repassar, com segurança, a forma de execução correta dos exercícios e a capacidade de motivar o aluno durante o treinamento.

Deste modo, quanto a apresentação desse treino, em momento algum há explicações para quem esse tipo de treino é indicado ou contraindicado, mas percebe-se com a visualização deste conteúdo que o treino foi direcionado para sujeito com no mínimo certa experiência na musculação, que é comprovado pelas histórias que eram contadas durante o vídeo por esse convidado. E aparentemente, como foi descrito anteriormente, esse treino foi montado por segmentos corporais, com a execução de vários exercícios seguidos para o peitoral e logo em seguida para o tríceps.

Além disso, quando o influenciador fala para o participante: “esse é um *drop-set*”. percebe-se a utilização de exercícios complexos, normalmente na musculação, considerado método avançado de treinamento. Há ainda outros momentos do vídeo, em que após utilizar um aparelho, e sem descanso, ia para solo e executava diversos apoios, dando a entender o uso do método *bi-set*, ao qual, exige certa experiência com a prática. Mas, em ambos os casos não existe qualquer explicação adicional sobre esses métodos, por parte desse influenciador. Esse treino até poderia ser compreendido por quem tem conhecimento e experiência na prática de musculação, todavia, conteúdos como esse, deveriam ter no mínimo certos esclarecimentos para aqueles que visualizarem o conteúdo, principalmente porque métodos assim podem

oferecer certos riscos, devido a elevada consciência corporal necessária na execução dos movimentos, capacidade de resistir as reações metabólicas e também conhecimento suficiente sobre: a utilização da carga máxima, percentuais utilizados nas reduções subsequentes, o número de séries e o número de repetições.

Continuando, em nenhum momento fica claro a sequência de exercícios desse treino e como eles seriam executados, nem quantas séries e quantas repetições aconteceriam, ou quais aparelhos seriam usados e para que servem. Não há menção em nenhum momento sobre a necessidade do acompanhamento de um profissional de educação física, o que deixa claro que esse influenciador nega a importância e a necessidade de conhecimento de um profissional da área, principalmente quanto à possibilidade desses conteúdos serem copiados sem os devidos ajustes aos diferentes tipos de praticantes, que em grande parte são sujeitos normais fora do contexto competitivo.

Concluindo, nesse vídeo os exercícios eram apenas parte de um contexto maior que era a participação desse outro influenciador do mundo digital, delegado Da Cunha. Como destaca Foucault (2009) em todanarrativa há dois aspectos: a fábula e a ficção. A fábula irá tratar do que é contado, aconstrução da cena, onde os elementos são colocados em certa ordem. E a ficção, uma criação imaginativa que busca levar quem visualiza a fazer interpretações daquiloque se deseja. Deste modo, enquanto os exercícios eram apresentados, o influenciador apenas se postava próximo ao convidado como um pseudo-treinador, interagindo de outras maneiras como um ator, sem grandes explicações acerca daqueles exercícios executados.

Quanto aos exercícios, nenhum deles foi apresentado na íntegra, não teve parte introdutória que explicasse toda dinâmica daqueles movimentos e para piorar, gravado sem os devidos cuidados na suaelaboração, pois existe a possibilidade de diferentes interpretações por parte desses espectadores, pois “[...] as interpretações são feitas na relação com a experiência pessoal decada sujeito que assiste, suas disposições e crenças ,fazem com que o efeito da mensagem reverbere de diversas formas” (GOMES; CAMINHA, 2016, p. 7), assim podem ter conhecimento nenhum ou aplicá-lo no cotidiano sem cuidado algum, tornando-se uma construção falha sobre os conteúdos da musculação.

Por outro lado, toda essa aparente falta de explicação e falha na exibição dos exercícios, poderia ser uma jogada de marketing, com o intuito de gerar nesse público o interesse pelo conteúdo e uma possível aquisição dos seus serviços. Hoje em dia é muito comum, na internet, este tipo de vídeo utilizado para a venda de produtos e serviços. Neste caso, o fisiculturista está divulgando a “eficácia” do seu trabalho e oferecendo seus serviços de orientação e acompanhamento.

Quanto ao título, “teste de força”, este não corresponde com o conteúdo apresentado, pois assistindo é possível perceber que esse tipo de treino é tecnicamente voltado para ganho de hipertrofia, mesmo que ocorra o ganho de força, com séries de exercícios de 8 a 12 repetições ou até a falha concêntrica e excêntrica, exercícios com *drop-set* ou *bi-set* e não em especificamente um teste de força como o título apresenta. Não houve comentários fantasiosos durante o vídeo sobre a musculação, mas como o foco principal era o participante delegado Da Cunha o que temos é um vídeo pouco relevante no contexto do treinamento de musculação, se tornado apenas outro conteúdo midiático para autopromoção e ganhos financeiros.

4.3.2 “Treino monstro – bíceps e tríceps”

Esse vídeo foi construído em torno de apenas um personagem, o influenciador desse canal. Ele propôs um treino conhecido na musculação com método agonista e antagonista[9], neste caso bíceps e tríceps. Durante o vídeo, esse influenciador, ia aplicando o treino nele mesmo, mostrando o exercício e dando dicas de execução, tudo aparentemente acontece em uma academia comum com várias outras pessoas praticando ao seu redor, e sendo filmado por algum auxiliar.

Desta maneira, essa característica de publicação, está intimamente ligado ao que pontuaram Evangelista et al. (2017) em sua pesquisa, em que os influenciadores digitais abrem a sua vida para todos, praticamente 24 horas por dia, rotineiramente de minuto a minuto. Assim, estar em uma academia comum, com outros a sua volta, cria

[9]O método agonista-antagonista ou sistemas de ordem de exercícios (FLECK; KRAEMER, 2017), sugere um treino para os músculos que estão participando diretamente do movimento, seja ele ativo, o agonista, que executa o movimento, ou passivo, antagonista, aquele resistir ao movimento. Nesse tipo de treino, normalmente, se faz um exercício completo e um aparelho, agonista, e em seguida outro aparelho, antagonista. Esse método requer muita resistência física, pois o desgaste ocorre apenas em um segmento corporal, não sendo orientado para iniciantes da prática.

uma identificação com seus seguidores, pois como destaca esse autor o público tem uma identificação maior com influenciadores que utilizam os produtos que vendem, neste caso, esse treino.

Analisando o vídeo “Treino Monstro – Bíceps e Tríceps” como o próprio título induz, foi um treino com exercícios voltados para os músculos flexores e extensores do cotovelo. Na descrição desse vídeo não há informações desse treino e nem como iria ocorrer, e sim, links para aquisição de produtos ou mercadorias, como este intitulado: “Você quer usar a musculação para hipertrofiar, ganhar volume muscular ou se livrar das dores de lesões, tudo 3x mais rápido?” O uso de frases dessa natureza tende a explorar a musculação como produto fantasioso, já que leva sujeitos com menor ou nenhum grau de conhecimento sobre a prática a acreditar que realmente existe um método em particular que é capaz de proporcionar resultados 3x mais rápidos para o ganho de hipertrofia, volume muscular e até mesmo cura de dores de lesão, sem levar em conta as características biológicas, sociais e culturais de cada indivíduo.

Além disso, tende a vender a ideia de que a musculação é algum tipo de remédio ou tratamento, o qual, funcionará da mesma maneira em qualquer tipo de dor ocasionada por lesão. A propaganda sequer menciona que em caso de lesão o melhor caminho é procurar orientação médica, e dependendo das circunstâncias, ser acompanhado por um fisioterapeuta ou, na musculação, por profissionais de educação física com conhecimento suficiente nessa área de treinamento. Conteúdos assim, tendem a seguir uma lógica mercadológica apelativa para se vender algo e atrair os consumidores menos críticos, seguindo o que pontuou Carvalho e Junior (2013) sobre a cultura corporal e à educação física no *youtube*, esta publicação encontra-se em níveis possíveis de ser classificada como alienada e alienante.

Esse vídeo teve aproximadamente 2.8 milhões de visualizações, com 57 mil *likes* e 1,7 mil *deslikes*, além disso, 1935 comentários de todos os tipos, como, por exemplo: “Treino foda, mas Leo você não usa amplitude máxima pra exercício de bíceps?”, “Cara, admiro muito o Léo, porque o shape dele dispensa comentários. Mas na minha opinião, ele falha na questão da amplitude. Se ele abaixasse a carga e fizesse o exercício correto, ele teria o shape mais top ainda. Esse treino é top pra quem está harmonizado e com anos de treino, frangalhada fizer igual, vai se fuder

legal!” ou “Ótimo vídeo motivacional! Posta mais vídeos desse, ajuda muito”. Ou seja, é possível perceber que este vídeo, assim como todos os outros, recebem apoio e críticas.

De todo modo, é evidente que materiais como este influenciam as pessoas, principalmente aquelas que desejam alcançar um corpo musculoso. É importante notar que há o reconhecimento, por parte desses usuários, que resultados estéticos dessa magnitude, possivelmente, só se obtêm com o uso de esteroides anabolizantes. Porém, quando se trata de vídeos postados no *youtube* mesmo com pouco engajamento e possíveis reações de negatividade quanto ao conteúdo postado, se esses não forem contra as diretrizes da plataforma, podem gerar ganhos financeiros baseados na contagem de visualizações. Com esse vídeo, por exemplo, este canal arrecadou entre US $56,00 e 850,00 dólares.

Quanto a parte visual desse conteúdo, temos um influenciador de aparência jovem, branco, de classe média e esteticamente musculoso, como demonstra as imagens a seguir:

Imagem 2 — Fábrica de Monstros

Fonte: *Youtube* (2021)

Esse influenciador se postava informalmente durante a construção desse conteúdo, como dito anteriormente, agia como em um dia comum na academia, com momentos para exibição de seu corpo, execução dos exercícios e dicas sobre o treino. Não foi exibido ao longo do vídeo marcas e nem mercadorias, aparentemente o treino foi gravado em uma academia, sem grandes edições de imagem, mostrando o dia a dia desse influenciador.

Durante o vídeo foi perceptível a utilização de cargas elevadas para execução dos exercícios, que traz certos riscos, principalmente para aqueles que não possuem experiência suficiente na prática. Além disso, alguns movimentos não alcançaram a amplitude máxima da articulação envolvida, e como destaca Fleck e Kraemer (2017), para se ter ganho de força em toda amplitude do exercício, o melhor é executar o movimento em toda amplitude da articulação envolvida, com exceção de protocolos específicos como na isometria, no treino angular articular específico e repetições parciais, situações de treinos intencionais e métodos avançados.

Contudo, esse treino não se encontrava nessas exceções, provavelmente, a falta de amplitude se deu por causa do excesso de peso utilizado durante a execução dos movimentos ou algum grau de encurtamento pré-instalado. Mas, independentemente da causa, deve-se tomar cuidado com os efeitos crônicos de exercícios executados dessa maneira, pois com o tempo e o uso inadequado das cargas, podem acarretar em algum grau de encurtamento e/ou lesões musculares. A incidência de lesões na musculação, como aponta Souza, Moreira e Campos (2015) tem relação como os excessos de cargas, resultado parecido com que encontrou Silva (2010), que aponta outros fatores associados: métodos inadequados, incorreta execução e sobretudo falta de acompanhamento de um profissional durante a sessões de treinamento.

Na análise sobre o terceiro eixo, quanto aos conteúdos falados nesse vídeo, as informações eram expostas coloquialmente, por exemplo: “aqui serão quatro séries", “mesma coisa tá, aqui serão quatro séries de 8 a 12” ou “agora a gente vai fazer um tríceps nabarra W, tá! Reto normal, tá! Vão ser duas comuns e duas com *drop*”. Não há uma preocupação didática ao explicar os exercícios. O dono do canal não sabe ou não compreende que os conteúdos deste tipo, principalmente no modelo on-line, onde o orientador não consegue avaliar e corrigir os gestos dos alunos, requer um ensino

detalhista e sistemático para que quem assista e tente aplicar sozinho, minimamente compreenda bem a execução dos movimentos. Nunca se sabe se quem está assistindo possui conhecimentos mínimos. A maioria não conhece sequer as nomenclaturas dadas aos exercícios. Assim, é necessário explicar com o máximo de detalhes possíveis, decompor o todo em partes e detalhar cada uma das partes de forma bastante didática, aumentando a possibilidade de compreensão de quem assiste.

Porém, sabemos que este tipo de orientação não é recomendável, que todo exercício deve ser feito sob orientação e controle de um profissional especializado, mas que, já que estes canais e vídeos são inevitáveis, seus donos deveriam no mínimo cumprir requisitos básicos de segurança, anunciando que determinados exercícios não devem ser feitos sem orientação e explicar detalhadamente a execução.

Todavia, não explicaram para quem os exercícios eram indicados ou se tinham contraindicações. Mas, como já afirmamos, exercícios com *drop-set*, são normalmente utilizados por praticantes em nível avançado dentro da musculação, sua aplicação em pessoas iniciantes e sem experiência, deve ser analisada e acompanhada individualmente por um profissional qualificado. Pois, este método requer um elevado nível de consciência corporal, resistência muscular e sensibilidade às dores ocasionadas pelas reações metabólicas que ocorrem durante o exercício. Desta forma, alunos sem experiência na execução desse tipo de exercício, tendem a perder a qualidade do movimento, possibilitando erros durante sua execução, e consequente, aumentando o risco de lesão. Assim, Fleck e Kraemer (2017) nos indicam que esse tipo treino é realizado por fisiculturistas e alguns praticantes de musculação para o aumento de hipertrofia muscular, mas ao contrário do que se pensa, podem apenas resultar em ganhos de resistência muscular localizada.

Concluindo, durante a exibição desse conteúdo não houve orientação, por parte desse influenciador, pela busca ou o acompanhamento de profissional de educação física por aqueles que poderiam visualizar esse vídeo. Ao que tudo indica, ele partiu do pressuposto que todos os seus seguidores tem algum conhecimento e prática na musculação ou são atletas de fisiculturismo. Curiosamente, no final do vídeo ele expôs a seguinte afirmação: “Essa é a fábrica de monstro e eu vou transformar você em um,

em prol da sua evolução muscular e da sua evolução pessoal, não sou professor, não sou especialista, sou apenas um fisiculturista em busca de um sonho, que é superar a mim mesmo". Ou seja, ele admite que não tem formação para a orientação e prescrição do exercício, mas ainda assim o faz.

Deste modo, os riscos de uma proposta de intervenção por quem não foi capacitado para isso, é transformar a musculação numa prática alienada, com fins apenas em ganhos pessoais e na promoção da imagem. O que agrava este despreparo e falta de conhecimento técnico especializado é que ele não preza pelos cuidados indispensáveis quanto a produção e divulgação de conteúdos como esse, tendo em vista a possibilidade desse público ser formado por pessoas sem nenhum ou pouco conhecimento sobre a prática e que se deixam levar pelo aspecto físico. Outro ponto importantíssimo, é que esse tipo de prática é proibido pela LEI Nº 9.696, DE 1 DE SETEMBRO DE 1998, lei que regulamenta a profissão de educação física e que cria os conselhos para fiscalizar quem age sem a devida formação. Mas, que pouco tem feito para coibir esse tipo de atitude, pelo contrário a fiscalização e sobre os profissionais formados que não pagam as taxas anuais que lhes são cobradas.

4.3.3 "Eu e o Ramon Dino desafiamos o @*calisteniabrasil* para um novo projeto - Leo Stronda"

Neste vídeo temos a participação de três personagens influenciadoras do mundo digital, sendo elas, o influenciador que dá o nome a esse canal, Léo Stronda, um auxiliar, o Ramon Dino e um participante que também é um youtuber, dono do canal *CalisteniaBrasil*. Temos um conteúdo que consiste em um desafio proposto a esse participante: um treino de musculação, que ocorre em virtude da participação anterior desses personagens no outro canal. Aparentemente tudo ocorreu em resposta ou revanche pelo que aconteceu nesse vídeo anterior.

Assim, temos um vídeo que supostamente tende a confrontar duas práticas: a calistenia vs. a musculação, na tentativa de descobrir qualé a melhor. Atraindo dois diferentes públicos a um só lugar, o influenciador provoca os seguidores a "decidir" qual das duas práticas é melhor. O treino foi montado em torno do método

ABCDE[10], e durante o vídeo todos os personagens participavam do treinamento, revezando os aparelhos. Todavia, quando o participante executava algum exercício os influenciadores lhe orientavam e corrigiam sua postura, dentro de seus conhecimentos sobre a prática.

Inicialmente, buscou-se na descrição desse conteúdo informações relativas a esse treino e como seria executado ao longo do vídeo. Mas, ao contrário, foram encontradas, frases pejorativas e apelativas como “Tiramos esse pobre mosquitinho das praças e trouxemos para o solo sagrado da academia”; diversos links para outros canais no *youtube* e redes sociais; e também um atalho para aquisição de produtos e mercadorias com os seguintes dizeres “use o cupom: LÉO STRONDA para ter 10% OFF no site da #FarmaForma”. Nota-se que na descrição não existe nada relevante sobre a proposta de treinamento, o espaço apenas foi usado para divulgar esses sujeitos e mercadorias.

O título “novo projeto” nos leva a entender que esse participante nunca realizou exercícios de musculação, que é comprovado durante o vídeo por suas falas. Desta maneira, esperava-se nesse conteúdo um treino voltado para um iniciante na musculação, sem experiências com a prática, mas com alguma consciência corporal adquirida com a calistenia. Mas, independentemente dos fatores que rondam esse conteúdo, esperava-se um treino que respeitasse seus limites de força e resistência. Contudo, não é o que se percebe durante o vídeo, pois, esses influenciadores utilizaram uma proposta de treino avançada, comum apenas no contexto do fisiculturismo.

Este vídeo alcançou a marca de aproximadamente 1.8 milhões de visualizações, 132 mil *likes*, 957 *deslikes* e 4.971 mil comentários, alcançando números expressivos e importantes estatísticas de engajamento, o que gera maiores ganhos financeiros pagos pelo *youtube*. Em relação aos comentários existe uma grande maioria que vê este conteúdo como positivo, elogiando como na seguinte frase: “caraca, que aula o Léo deu. O cara é zueiro mas na hora de falar sério ele

[10]O método ABCDE, também conhecido como sistema por partes corporais (FLECK; KRAEMER, 2017), consiste em exercitar apenas um grupamento muscular por sessão de treinamento. Essa proposta visa levar esse grupo muscular à extrema exaustão, uma vez que só se treina um músculo por semana. Não é um tipo de treino comum dentro das academias e menos ainda por pessoas que não fazem uso de esteroides anabolizantes. Devido ao longo tempo entre uma sessão e outra (como se sabe existe um tempo tido como ideal para reaplicação do exercício), este método é usado, normalmente, por atletas do fisiculturismo.

arrebenta. Vídeo show tb!!!". Outros com críticas aos profissionais da área "Perfeito aprendi muito com esse vídeo, principalmente a barra que aprendi a fazer errado com os próprios 'instrutores' da academia" e uns poucos contrários "Embasamento teórico 0, o cara é pura prática e conhecimento que ele ouviu falar de professores provavelmente. Não trabalha com as variáveis, fala q não controla o descanso em treino de força. Parabéns Mesquita pela humildade, não conheço o Ramon, mas esse Leo é uma piada, precisa aprender muito com Sardinha sobre humildade e dedicação. Muita explicação sem sentido, nitidamente tá tentando repetir o que ele já ouviu de alguém".

Porém, quando alguma crítica como essa era exposta logo gerava outras interações, e no mesmo comentário, seguidores fiéis desse canal as contestavam, utilizando informações sem qualquer embasamento cientifico para refutá-la, se apoiando no simples fato dos resultados estéticos alcançados por esses influenciadores.

Com toda repercussão e visualizações que esse conteúdo obteve, o canal arrecadou com esse vídeo entre US $661,00 e 10.600 dólares. Durante a exibição do vídeo inúmeras propagandas foram expostas, algo que contribui para os ganhos desse *youtuber*.

Quanto a apresentação desse conteúdo, no seu contexto visual, foi constatado que, os personagens se mostram "naturalmente", como em um dia comum na academia, seguindo a lógica do que pontuou Evangelista et al. (2017), cada um em seu estilo próprio, sendo um brincalhão e o outro mais sério, coadjuvante, enquanto o participante desse vídeo ficava atento às instruções dos influenciadores.

O treino ocorreu apenas em um segmento corporal, com exercícios envolvendo os flexores horizontais de ombro, abdutores da cintura escapular com a participação dos extensores de cotovelo, um treino com quatro exercícios para peitoral.

Contudo, antes de iniciar os exercícios, eles fizeram um trabalho de ativação muscular no crossover na polia média, para rotação externa do ombro, ativação do manguito rotador, elegendo ser o melhor método em antecipação aos exercícios subsequentes. Mas a utilização do próprio exercício com uma série com cargas menores e mais repetições é uma possibilidade comum dentro das academias, ou

ainda, o uso da liberação miofascial antes ou pós treino como método de ativação ou relaxamento.

A técnica de liberação miofascial, como destaca Ostheimer (2020) poderia trazer inúmeros benefícios, independente do contexto de sua aplicação, e na musculação ela pode: ser usada para melhorar a mobilidade articular, melhor a execução dos movimentos, contribuir na diminuição da sobrecarga, na tensão muscular, melhorar a consciência corporal, liberação e ativação dos músculos. Além disso, pode ajudar na recuperação muscular, evitar dores pós treino e ajudar na prevenção de lesões.

Esteticamente ambos os personagens tinham um corpo definido e musculoso, seja pela prática da musculação ou da calistenia. É possível perceber também outra característica comum nesse tipo de produção, pessoas com boa aparência, jovens, brancos e de classe média, características de acordo com o que percebeu Saunders (2017) e Viana, Leal e Baptista (2021). Como podemos observar pelas imagens:

Imagem 3 — Léo Stronda

Fonte: *Youtube* (2021)

Quanto a característica desse treino ele é comum no fisiculturismo, é possível após um período adaptativo na musculação, não sendo convencional para quem busca hipertrofia, sem uso exógeno de anabolizantes, porque leva-se muito tempo entre um treino e outro, perdendo-se o tempo tido como ‘ótimo’ que pode variar de 24h a 48h para reativação daquele músculo, e ainda menos comum no primeiro dia ou mês de musculação. Isso porque normalmente são pessoas sem nenhuma ou pouquíssima consciência corporal sobre aqueles movimentos, além de pouca resistência muscular e força.

Autores como Fleck e Kraemer (2017), destacam que é um erro comum iniciantes acharem que o sistema ou técnica utilizado por fisiculturista é o melhor, não levam em consideração que esse tipo de treino é muito intenso e possuem altos volumes de treinamento. Além disso, é preciso muitos anos para se alcançar tais capacidades físicas.

Deste modo, é mais prudente adotar treinos com poucos exercícios e poucas séries e os dividindo em segmentos corporais, método alternados por segmentos, por exemplo, um exercício no aparelho voador e outro no *leg press*, proporcionando maiores descansos ao músculo entre um exercício e outro. Por cautela, sempre que possível, iniciar por aparelhos guiados onde a chance de movimento inadequados são menores.

Toda via, metodologia que notoriamente não foi utilizada neste vídeo, já que a proposta utilizada aqui foi a de treinamento para um único grupamento muscular (os peitorais), iniciando pelo aparelho voador e finalizando no aparelho crossover, numa sequência consecutiva e exaustiva. A alegação dada para utilização dessa abordagem foi exclusivamente por eles julgarem o participante apto, já que ele possuía uma vivência corpórea na calistenia.

Há, durante esse vídeo, a exposição de uma marca de suplementos que também dá o nome a outro canal de grande influência sobre a musculação no *youtube*, *Grouth.* Esta marca que aparece exposta na camisa desse influenciador e no encerramento do vídeo, aparentemente possui grande representatividade nesse meio, pois é patrocinadora desse canal e outros. Além disso, era subjetivamente vendida como acessório na construção de um corpo perfeito, quando em certos momentos, é

validada por esse *youtuber* que afirma que seu uso acarretaria num melhor resultado estético.

Contudo, não é realmente o que acontece quando nos pautamos nos achados científicos, que não têm demonstrado a existência de resultados positivos, principalmente quando seu uso é feito pensando em ganhos estéticos. Hernandez *et al.* (2009) destacam que a ingestão proteica deve ser obtida por uma dieta normal e variada, no caso da suplementação, ela pode ser aliada de atletas em treinamento e competições. Como se sabe, nesse perfil a demanda energética pode ser maior, devido aos longos períodos de treinamento. Mas, esse autor complementa, o uso de suplementos deve estar de acordo com a ingestão de proteínas totais, consumos além do necessário não determina ganhos de massa muscular adicionais.

Além disso, sujeitos como os deste vídeo, passam a ideia de que suas características físicas possuem relação com o consumo de suplementos alimentares, e não com as condições e meio sociais em que vivem, onde são capazes de usufruir da melhor alimentação proteica possível, sem mencionar, que seus ganhos e dessa magnitude, possivelmente, teriam relação ao uso de esteroides anabolizantes, variáveis que realmente produziram efeitos estéticos e que não são enaltecidas em conteúdos como este.

Iriart *et al*. (2009) em sua pesquisa, encontraram que o uso de esteroides anabolizantes perpassa a relação socioeconômica, seu uso é feito nas mais variadas classes sociais, e está intimamente ligado a conceitos de beleza pregados pelas mídias, como vídeos como este. Além disso, seu uso é tratado como fórmula para aceitação na sociedade que domina, os sujeitos elegem o medo de se sentir excluídos por seu grupo social como um dos fatores para aceitar tais condições. Mesmo que conheçam os perigos por trás do uso indiscriminado de tais substâncias, a busca por resultados rápidos se sobressai na balança perigo vs. “benefícios”, para piorar tendem a qualificar o corpo belo como sinônimo de corpo saudável.

No terceiro eixo, sobre as informações que eram faladas ao longo desse vídeo, as explicações dos conteúdos eram expostas dentro de um padrão de linguagem desse grupo social, com expressões informais e falas sem qualquer técnica, sendo reconhecido pelo próprio influenciador quando comenta “desculpa não usar termos técnicos aqui, estou falando como eu aprendi em anos de prática”. Sabemos que não

se pode negar um conhecimento prático adquirido ao longo dos anos, porém, acreditamos que para ensinar é preciso conhecer a fundo, do ponto de vista científico, inclusive.

Assim, neste vídeo, esse influenciador apresenta inúmeras deficiências quanto ao processo de ensinar, o conhecimento que ele adquiriu foi por experimentação com o próprio corpo, com isso sua capacidade de transmitir fica muito restrita a mecânica dos movimentos na musculação, e suas bases para produção do conhecimento são pautadas por saberes adquiridos com a prática do fisiculturismo, ou musculação bodybuilding, termo adotado por esse por influenciador neste vídeo.

Mas, como se sabe, esse público é muito restrito e seus seguidores são, em sua maioria, sujeitos comuns ou entusiastas da prática, que veem esses vídeos como ferramentas de aprendizado, por vezes negando o próprio conhecimento científico ou técnico, em virtude de falas como “*bodybuilding* não conta série” ou "músculo não conta, o cérebro que conta”.

Todavia, como destaca Fleck e Kraemer (2017), é um erro grave nas sessões de treinamento a imposição de níveis intoleráveis de estresse físico, situações que não contemplem repouso necessário entre uma série e outra e também entre exercícios, excessos na relação volume-intensidade, não observar as características de progressão individualizada, fazer várias sessões seguidas sem períodos para o descaso e nenhuma variação no programa de treinamento.

Deste modo, neste vídeo, o conhecimento por trás da prescrição do treinamento, está sendo explicado em falas como as anteriores ou como a seguinte: "quantas séries eu faço aqui? até dá uma ardida”. Assim, o público é levado a desconsiderar as múltiplas possibilidades para a prescrição do treinamento, os critérios ou variáveis científicas que já foram testadas ao longo dos anos. Julgando que para ter resultados, hipertrofia, deve-se treinar até o aparecimento do desconforto ou exaustão muscular, neste caso “até dar uma ardida”.

Assim, quando não se trabalha dentro de um treino prescrito e acompanhado, num contexto micro, meso e macro de treinamento, tende a cair no esquecimento o que foi treinado, perdendo prazos e o sentido daquele exercício, consequentemente gerando frustrações por resultados inferiores. Desta maneira, “ainda que qualquer programa de treinamento de força resulte em uma quantidade de adaptações

concomitantes no corpo, a priorização de objetivos de treinamento ajuda o profissional que elabora o programa a criar o estímulo ideal" (FLECK; KRAEMER, 2017, p. 201).

Neste vídeo não ficou claramente explicado para qual tipo de pessoa esse treino é indicado ou contraindicado, mesmo quando certas falas reconheciam que aquele participante nunca fez um treino de musculação e que ali estavam utilizando uma proposta para iniciante. Aparentemente, não era o que estava sendo visualizado, porque em certos momentos há o uso de cargas elevadas para alguém que nunca fez musculação, seja pelo ímpeto de se mostrar ao público ou pelo descaso desses influenciadores, que deixavam as escolhas das cargas serem quase, exclusivamente, responsabilidade do participante. Somado a isso, e como descrito anteriormente, essa proposta, utilizando apenas um segmento corporal, não é usual no contexto das academias, principalmente por pessoas iniciantes na prática, justamente por causa do elevado número de repetições para um único grupamento muscular. Quando o influenciador fala, por exemplo: "treino *bodybuilding* contém no mínimo quatro séries", fica claro o elevado número de séries por exercício, que ainda foi composto por cinco exercícios e sem um número claro de repetições.

Já sobre a necessidade de um acompanhamento profissional foi falado neste vídeo a possibilidade do uso de um coach ou profissional de educação física, quando necessário para melhorar os resultados estéticos, quando um atleta tem alguma parte do corpo esteticamente desproporcional, não sendo comentado sua importância para a prescrição e orientação ao exercício em outros contextos.

Há também diálogos interessantes como este, quando o participante comenta: "meu maior medo aqui é me lesionar" e tem como resposta desse influenciador o seguinte: "aqui não vou ser hipócrita o principal intuito é estética", e contínua: "saúde também, para não se lesionar como eu, que se deixou levar pela emoção". Ao ser indagado pelo participante "sua lesão foi por excesso de carga?" O influenciador se esquiva da pergunta, respondendo: "foi uma emoção". O que nos dá a entender que ele desconhece ou desrespeita o próprio limite. O que pensar sobre o modo como ele vai ensinar sobre isso aos outros?

Outra fala curiosa é quando o participante do vídeo comenta: "é importante não se deixar influenciar por pessoas que acham que sabem e muitas vezes não sabem". Neste momento ele legitima esses influenciadores quando afirma "eu confio no

trabalho desses caras", deixando claro se importa com os riscos que a prática sem orientação adequada pode ocasionar, mas não se importa quando essa prática é prescrita por influenciadores como estes, que possuem grande influência midiática.

No final desse conteúdo, esses influenciadores, disseram que existia um profissional de educação física presente, mas em momento algum foi perceptível a presença desse profissional conduzindo e orientando algum exercício. Todas as explicações e propostas de exercícios estavam sendo conduzidas pelos influenciadores.

Por fim, há comentários fantasiosos sobre o uso de suplementação como forma de conseguir resultados melhores na musculação, e ainda, alguns sendo indicados até para pessoas fora desse contexto, no dia a dia. Também fica nítido o apelo pelo uso de esteroides anabolizantes, quando o influencer propõe ao participante no final do treino um projeto de treinamento que envolveria a calistenia concomitante com a musculação. Mas o participante nega o uso de esteroides, e logo os influenciadores comentam: "o resultado não é o mesmo". Comentários como esse acabam se tornado fonte de inspiração para outros praticantes que desejam de formarápida e a qualquer custo a conquista do "corpo perfeito", sem nem mesmo enxergarem as possibilidades e os riscos por trás de atitudes assim, e para piorar, namaioria das vezes, estas pessoas viram referência e sequer buscam orientação médica especialista.

4.3.4 "Transformação dos frangos em 30 dias – final"

O vídeo analisado gira em torno de uma proposta de treinamento físico, na musculação, que propõe aos seguidores deste canal que se enquadram num certo biotipo físico, cuja principal característica é a magreza. A proposta, como o próprio título sugere, tenta validar a ideia de que é possível uma transformação dos corpos (hipertrofia), em um período de 30 dias independente das circunstâncias, características individuais e condições sociais.

De acordo com Fleck e Kraemer (2017) deve-se evitar metas irreais, principalmente as que não levam em conta as bases científicas já estudadas, como por exemplo as que são propagadas na cultura "*high-tech*" e "*big-hype*" do contexto de marketing digital contemporâneo, que acabam levando os sujeitos normais a criar expectativas ilusórias sobre o treinamento físico.

Esse vídeo é o último de uma série de trinta e oito produções, que se inicia pelo vídeo “1° concurso de frango do Brasil”, e continua com vídeos como, por exemplo, “Dieta dos frangos - ganhar 10 kilos em um mês!”, “Os frangos passaram mal no treino de perna” e também “Os frangos se ferraram nesse treino!” Esses são só alguns dos títulos, de muitos outros, que estavam à disposição e em exibição nesse canal.

O vídeo é construído em torno de três personagens, um deles sendo o produtor desse canal, Victor Lelis, o que tudo indica ser ou ter sido fisiculturista e outros dois jovens rapazes que são os ganhadores do primeiro concurso “frango” do Brasil. Além disso, existe a participação especial de dois profissionais, um *personal trainer* e uma nutricionista. Esse vídeo é uma produção sem grandes conteúdos práticos em torno da musculação, mas apresenta outras facetas que envolvem o treinamento nesta modalidade. As filmagens eram principalmente compostas por trechos como em um *talk show*[11] e intercaladas com cenas de treino de musculação.

Na primeira etapa, pesquisando as textualidades acerca deste conteúdo, foi observado que na descrição desse vídeo não existia qualquer apontamento ou esclarecimentos acerca dessa produção. Ao invés disso, apresentava-se como uma grande vitrine para publicidade midiática onde produtos e serviços, que possuíam relação com cultura fitness, eram expostos. Produtos como suplementos “Whey Protein por R$76,50 1Kg”, vestimentas “Roupas da Mith (cupom 10%: Lelis)” e alimentos “El Shaddai Gourmet | Melhores pastas de amendoim, molhos zero e temperos fit. Cupom ‘Lelis’ para 10% de desconto!”, “Salgados FIT Super Life” e “Marmitas fitness”. Além disso, serviços como “Quer ser meu aluno?”, ou, “Quer uma ficha de treino?” em que passa a ideia de que ele é um professor, informação que não foi falada e nem postada por esse influenciador, nesta plataforma.

Deste modo, é possível perceber que ele se promove no *youtube* como um pseudo profissional aproveitando-se de uma legitimidade concedida pelo público para vender seus serviços e marcas parceiras, o que demonstra um certo apelo desse influenciador aos ganhos financeiros promovidos pelo *youtube*. Além disso, esse tipo de descrição tem relação com o que pontuou Brachtvogel (2016), pois a cultura fitness cria mercadorias destinadas ao “corpo perfeito” ou para quem o busca. Cria-se uma

[11]Tipo de programa midiático em que um personagem ou vários respondem perguntas pré-organizadas por um apresentador, ao qual, possibilita um direcionamento que se deseja alcançar.

relação de dependência entre pessoa e produto, pois vende-se a ideia de que não basta ter um corpo fitness, deve-se também possuir: roupas, acessórios, objetos, serviços e alimentos dessa linha de produção capitalista.

Esse vídeo alcançou aproximadamente 3,2 milhões de visualizações, recebeu 208 mil *likes*, 2,9 mil *deslikes* e 10,936 comentários. Estes números mostram que esse conteúdo teve grande impacto nesse grupo social, os seguidores desse canal. Que pode ser explicado pelo enorme envolvimento desses usuários ao que fora exibido, seja pela expectativa de ver resultados, inspiração ou oportunidade de escárnio desses jovens.

Nos comentários observou-se que em grande maioria esses espectadores viam tudo isso de forma positiva como por exemplo nessa publicação: “Parabéns pelo canal só motivação”, “Gostei do desafio e estou me inspirando nele. Show!”. Entretanto, alguns traziam algum tipo de zombaria como estas: “a cara desses magrelos é muito ilaria”, “Tem que criar o Big frango Brasil pow” ou “Lelis virou empresário do agronegócio, tá criando frango”. Um comentário observou toda essa trama de forma diferente, até sendo crítico em certo ponto ao canal, mas com algum tipo de preconceito em relação a determinado grupo de pessoas, expondo o seguinte: “Como influenciador você para mim, tá fraco! Discute com mulher e adolescente, tudo o que eu quero não ser. Vitor, você até pode ter sido campeão dos palcos, mas ser grande é ser humilde, e você é vaidade! Acompanho youtube de musculação a anos e nunca tinha ouvido esse seu nome, sério! Eu queria ver projeto de hipertrofia, você me deu projeto de baixaria”.

Porém, comentários assim, quase não aparecem, demonstrando que poucos analisam de forma crítica o conteúdo do canal. Mesmo quando tinha alguma crítica era em relação ao sujeito, e não pelo fato de a prática neste vídeo está sendo usada como mecanismo de alienação. E para piorar, a exibição de vídeos desta maneira, reforçaram ainda mais pensamentos depreciativos acerca de certos padrões de beleza, como vemos nessas postagens “Ah queria tanto fazer, odeio ser magro”, ou “Sofro muito preconceito com meu corpo, só queria uma oportunidade para definir meu corpo”. E ainda, escancaram as enormes desigualdades sociais existentes em que uma grande parcela da população nem mesmo tem condições de frequentar os espaços de musculação, como é observado em outras publicações como esta: “O

problema de ser magro é ser pobre e não ter dinheiro pra academia pode fazer exercício em casa mais já tentei 1 ano e não tive resultados". Vídeos como estes, que possuem relação com à cultura corporal, corroboram com os achados de Carvalho e Junior (2013), pois encontram-se em níveis de ser classificados como alienados e alienantes.

Numa sociedade contemporânea com enormes problemas sociais como a que vivemos, construções midiáticas como essa, de culto ao corpo, vendem a ideia de consumo desenfreado, aceitação e possível ascensão social. Além disso, vendem a falsa fantasia de que todo mundo pode ter um certo tipo de corpo e que para isso é necessário apenas ter força de vontade.

Deste modo, quem não se enquadra e não consegue atingir o corpo desejado é, ou se sente, inferior e excluído. Assim, de alguma maneira, acabam aceitando qualquer condição para mudança, como mostra este vídeo, em que jovens em busca de sonhos e desejos, ou um padrão imposto, se exibem ao público como modelos "frangos" num projeto que se apropria de seus corpos, com uma suposta receita de sucesso, (transformação em 30 dias). Com essa proposta midiática enganosa esse vídeo já arrecadou até o momento entre US $ 282,00 e 4.500 dólares do *youtube*.

No segundo eixo, analisando sobre a produção visual, foi observado duas características de corpos distintas, um sujeito esteticamente musculoso que é o influenciador desse canal Victor Lelis e dois jovens magros que são os participantes desse vídeo, mas que buscavam a tão sonhada transformação pela musculação, como se vê nas imagens:

Imagem 4 — Victor Lelis

Fonte: *Youtube* (2021)

No vídeo o influenciador se apresentou de forma motivadora, ao que parece, não exibia seu corpo de forma exagerada ao longo desse vídeo, em contrapartida, os corpos dos jovens é que eram o centro das atenções. Nas cenas onde se passava algum tipo de exercício ele se postava ao lado dos participantes orientando, ajudando e incentivando os treinos, traços de um acompanhamento de aula feito por um profissional da área de educação física. Já os participantes eram bem diferentes um do outro, aparentemente, um era mais brincalhão e o outro tímido e ambos seguiam atentamente o que esse influenciador os ensinava.

As marcas estavam sendo expostas em todos os momentos desse vídeo, nas vestimentas, sendo as mesmas que se encontravam na descrição, principalmente a de roupas *Mith* e de suplementos *Ghowth*.

Quanto aos exercícios, esses foram exibidos ao longo do vídeo em pequenos trechos, logo após algum momento de auto apresentação. Assim, essas cenas contavam um pouco dos treinos que ocorreram anteriormente a este vídeo. Trechos como na máquina extensora, voador, no agachamento livre, apoio no solo, rosca

alternada com halteres, tríceps polia alta com a corda e rosca direta na barra. Como mostrado, na imagem acima, o exercício rosca direta na barra, foi executado de forma errada, as anilhas estavam soltas e caíram da barra, o peso não condizia com a força desse sujeito e os movimentos ocorriam jogando o corpo para trás, com balanço do tronco. Isso aconteceu em algum momento desse projeto, que pode ter sido exibido no intuito de mostrar que esses sujeitos não tinham qualquer conhecimento sobre a prática de musculação. Assim, através desse influenciador, a transformação não ocorreria apenas pelos sinais em seus corpos, hipertrofia, como também em suas atitudes comportamentais, focados no treinamento, e psicológicas, ganho de autoestima.

O profissional de educação física, que é apontado nesse vídeo, aparece nos momentos do *talk show* e no final do vídeo coletando os possíveis resultados da transformação após os 30 dias de treino. No restante, em nenhum momento aparece nas imagens em que se mostrava algum treino, pelo contrário quem sempre conduzia o treino era o influenciador. A nutricionista também aparece em momentos específicos, para falar do projeto e suas intervenções.

Seguindo as análises, no terceiro eixo, sobre os conteúdos falados ao longo do vídeo, aparentemente, esse influenciador não se preocupava em explicar nada sobre os exercícios que estavam sendo apresentados. Assim, no momento em que algum exercício aparecia, como na imagem da cadeira extensora, ele apenas auxiliava o aluno na execução do movimento, dando um “leve” no aparelho, e entonando expressões e falas motivadoras como: “vai! Mais dez 1, 2,3,4, vai! 5, 6,7,8,9 ae!”. Ou num exercício na rosca direta alternada com halteres onde se expressava “Vai! Vai! Vai! Vamos!”. Bem como no exercício tríceps corda na polia alta em que falava para o participante: “A galera falou que você não conseguia, não era capaz, de sessenta frangos que estavam lá competindo que você não ia ganhar, vamos! Quero mais, quero mais, de seu máximo, isso! Aê oh!”.

Por essa atitude perante os participantes e por esse vídeo, se percebe uma tentativa de abordagem motivacional com expressões nesse sentido, numa linguagem informal, sem grande envolvimento técnico ou pedagógico acerca dos movimentos e dos exercícios, além disso, sem respeitar os limites físicos e emocionais desses jovens.

Fleck e Kraemer (2017) comentam que uma progressão de treino deve seguir o princípio da escada, com exceção em alguns casos intencionais de *overreaching* funcional, no contexto competitivo.

> Treinadores que desenvolvem programas devem utilizar os princípios mais importantes do treinamento resistido, como sobrecarga progressiva, especificidade e variação, e ainda devem dar atenção especial à realização de mudanças no treino que atendam aos objetivos estabelecidos e ao nível de condicionamento físico de cada praticante (FLECK; KRAEMER, 2017, p. 172).

Nesse sentido, para sujeitos normais, a adaptação é alcançada em virtude dos treinos anteriores, a progressão é feita respeitando o tempo necessário e estes seguindo vários princípios do treinamento, características que podem ter sido negligenciadas nesse conteúdo, já que aqui era necessário alçar resultados em 30 dias.

Deste modo, como mencionado anteriormente, esse *youtuber* não apresentava o exercício, não explicava nada acerca dos movimentos, da postura, das séries, número de repetições e o uso das cargas. Ainda não especificou para quem esse exercício era indicado ou contra indicado. Para piorar, mesmo tendo apresentado uma pessoa responsável, que teoricamente era profissional de educação física, este não estava presente em treino algum. Além do mais, o influenciador em momento algum explicou ou comentou sobre a necessidade de orientação, bem como acompanhamento por parte de um profissional da área, quando alguém pretendesse utilizar algum desses exercícios.

Um aspecto positivo, neste vídeo, é o fato de que as marcas de suplementos e produtos relacionados (como nos vídeos anteriores) não foram apresentadas abertamente, como meios para se conseguir resultados mais rápidos. As abordagens para o consumo foram empregadas de formas sutis na construção do todo, na exposição geral e pelos agradecimentos dados por esses participantes. Contudo, podem levar o expectador a atribuir juízo de valor ao que foi usado no decorrer de toda essa trama, já que um ganho de peso foi observado nos resultados desse vídeo, e assim, desconsiderar que na musculação os ganhos acontecem por múltiplos fatores e não unicamente pelos produtos que se usa. Os ganhos podem ser resultado desde do empenho individual até das condições sociais que se vive, e neste caso,

também fatores nutricionais. Então, se houve suplementação, espera-se ter sido utilizada respeitando e/ou complementando um déficit não alcançado com uma alimentação rica e proteica, dentro de limites e necessidades biológicas individuais.

Concluindo, de modo geral, esse vídeo busca produzir em quem está visualizando um sentimento de compaixão, pois no vídeo os participantes são direcionados a abrir suas vidas frente às câmeras, são muitas histórias de sofrimento na relação com o corpo, inclusive um deles dizendo que já teve depressão. Assim, neste conteúdo, esse influenciador se passa por um sujeito “altruísta” se preocupando com a relação que esses jovens têm com seus corpos, relação essa, que está intimamente ligada aos padrões de beleza divulgados por canais como este. Deste modo, equivocadamente, este vídeo trata a musculação como uma espécie de tratamento e resolução dos problemas destes jovens.

Mas, como se sabe, por mais que a musculação seja promotora de saúde, inclusive saúde psíquica, não se deve creditar a ela a solução para um problema que não necessariamente é de ordem física ou biológica, mais de condição humana e cultural. A busca pela hipertrofia na musculação não é o problema, o problema é o sentido dado a ela, como se ela fosse um acessório para a perfeição, o que pode levar à frustração e/ou insatisfação, visto que, corpos nos padrões impostos são características de uma minoria, e mesmo assim, por pouco se mantém, já que moda e tendências de beleza mudam a todo instante.

Neste sentido, o que foi exposto nesse vídeo, não necessariamente significa melhoria em algum aspecto da vida, apenas retrata uma sociedade consumista, que prega uma construção idealizada de corpos, ao qual, acaba produzindo na maioria uma insatisfação generalizada com a própria aparência. Assim, ao contrário do que a maioria possa ter percebido, como se vê pelos comentários, esse conteúdo não retrata o real sentido por trás de sua criação.

Esse *youtuber* até pode estar sendo honesto no que produz, mas o que está sendo reproduzido é apenas uma continuidade desta cultura do culto ao corpo, onde a busca pelo “corpo perfeito” faz com que os sujeitos percam suas próprias subjetividades, acarretando em sentimentos de despertencimento ao meio em que vivem. Pois, não possuir um corpo esteticamente hegemônico e dentro dos padrões

aceitáveis é tido e compreendido como transgressão às regras impostas pelos conceitos de beleza, criados por quem domina.

É nessa lógica que o mercado de beleza e do fitness se solidifica, apresentando bens, serviços e produtos que possibilitam alcançar o corpo desejado, já que em uma sociedade acrítica e com tanta desinformação acaba aceitando e utilizado qualquer método para se conseguir aceitação.

4.3.5 “Trapézio descendente voltou (vídeo original)”

Esse vídeo é uma produção que trouxe métodos e dicas de treinamento voltadas para musculatura do ombro e trapézio. Sua construção tem como ponto principal os sujeitos que participam do conteúdo, já que os personagens que estão neste vídeo são pessoas famosas e/ou influenciadores do mundo digital. Assim, fazem parte deste conteúdo Felipe Franco, influenciador e fisiculturista, Kleber BamBam, fisiculturista e famoso ganhador de um *Reality show* e Toguro outro famoso produtor de conteúdos no *youtube*.

O treino é realizado ao mesmo tempo pelos três personagens, mas é o influenciador Felipe Franco quem passa os exercícios, os comandos e as orientações. O primeiro exercício é protocolo *bi-set* onde é feito um desenvolvimento frontal, com pegada mais fechada na máquina Smith, e em seguida elevação frontal no banco declinado à 45°. O segundo exercício também é baseado no protocolo anterior, onde é realizado uma elevação lateral em pé e em seguida elevação lateral sentado, com inclinação do tronco. Seguindo esse mesmo protocolo, o terceiro exercício é o crucifixo invertido na polia baixa, seguido de crucifixo inverso voador máquina. O último dessa sessão, nesse mesmo protocolo, é um encolhimento de ombros com barra hexagonal, primeiro com o tronco inclinado e em seguida com de tronco ereto. Esse conceito de treino, é muito comum na lógica do fisiculturismo, método ABCDE ou sistema por partes corporais, como explicam Fleck e Kraemer (2017).

Na primeira etapa, analisando as textualidades acerca desse conteúdo, foi observado que na descrição desse vídeo não havia informações sobre esse treino e nem como ele aconteceria. Na descrição só foram encontrados links para os canais desses participantes no *youtube* e uma mensagem que convida quem visualiza a

adquirir uma mercadoria: “Galera para adquirir o melhor energético zero do mercado, ligue...”.

Assim, não há maiores detalhes sobre esse treino, no qual o influenciador nem se preocupa em fornecer maiores informações sobre o protocolo utilizado, tipo de treino, número de séries, repetições e exercícios utilizados. Numa descrição também seria importante esclarecer se possui ou não formação naquilo que pretende dar aula, neste caso educação física, já que durante o conteúdo essa informação também não foi comentada.

Esse vídeo alcançou a marca de aproximadamente 9.17 milhões de visualizações, com 366 mil *likes* e 5,4 mil *deslikes*. Além disso, um número expressivo de comentários, alcançando 19 mil mensagens. Como é perceptível, esse conteúdo foi capaz de influenciar milhões de pessoas, levando o público a engajar-se com o que fora exibido.

Assim, na grande maioria das mensagens observou-se uma postura acrítica e/ou mesmo irônica em relação ao vídeo, como as seguintes: “A construção do vídeo é ótima. As frases motivacionais do Felipe misturando as instruções técnicas sobre os exercícios. A cara do touro de desesperado, o bambam aos poucos começando a pirar. Uma obra prima”, “Esse vídeo é um patrimônio histórico brasileiro!” e “Sempre que eu estou um pouco triste (como agora) eu venho aqui a dar umas risadas... vídeo muito foda kkk obg galera!”. Outra parte dos comentários qualifica essa trama como uma comédia, como por exemplo nestas mensagens: “2h da madrugada e eu aqui assistindo e rindo demais", “nem portas dos fundos e nem parafernália me fizeram rir tanto no *youtube* como esse vídeo fez. Kkkkkkkk”. Algumas postagens faziam menção ao uso de esteroides anabolizantes: “Bambam tá com trembolona até na unha kkk” e “BamBam tava na trembo pura kkk”.

A relação fisiculturismo e anabolizantes tornou-se acrítica nesse contexto social, como podemos ver nos comentários seu uso é levado na brincadeira como algo comum e isso cria no usuário a falsa sensação de que não existe perigo, já que estes sujeitos se tornam referencial na escolha desse caminho. Para Iriart et al. (2009, p.7):

> O processo de metamorfose e reconstrução do corpo é fundamental na ideologia do bodybuilding. No fisiculturismo, o invólucro corporal torna-se alvo

> de uma atenção obsessiva, que implica enorme autodisciplina aproximando-se de um culto profano com ritos quase religiosos. A prática da musculação adquire contornos ascéticos em que o esforço, o sacrifício e a dor sentida pelo praticante no processo de construção corporal são valorizados e atestam a sua superioridade moral.

Esse vídeo teve diferentes sentidos para esse grupo de seguidores. As percepções que foram geradas iam desde apreciação pelas dicas de treino, dadas pelo influenciador, até o aspecto cômico que se transformou o conteúdo. Na percepção desse grupo de seguidores os corpos apresentados nesse vídeo não são naturais e, possivelmente, utilizam esteroides anabolizantes. Mas, pelo que se lê nos comentários, eles não são críticos a essa prática, que é tratada como algo comum, corriqueira e até mesmo irrelevante, esquecendo-se dos riscos por trás desse tipo de atitude.

Pela dinâmica, ações e contextos dado ao conteúdo esse vídeo alcançou milhares de pessoas, deste modo, isso se reflete em muitas visualizações, comentários e engajamento, que por sua vez geram um retorno financeiro do próprio *youtube* ao influenciador. Assim esse conteúdo por si só, já gerou para esse influenciador algo em torno de US $515,00 e 8.200 dólares.

Analisando os conteúdos relativos à parte visual deste vídeo, foi observado que as características físicas dos sujeitos que compunham a imagem eram próximas, todos eram jovens, brancos, de “boa” aparência física e esteticamente musculosos. Características destacadas por Saunders (2017) e Viana, Leal e Baptista (2021) e em suas pesquisas, como podemos observar pelas imagens a seguir:

Imagem 5 — Felipe Franco

Fonte: *Youtube* (2021)

Já as posturas desses sujeitos ao longo do vídeo iam da seriedade em alguns momentos a brincadeiras, gozações e gritarias em outros, uma construção que se aproxima muito mais de um encontro de amigos em um ambiente informal, visando uma prática midiática de acordo com que percebeu Evangelista et al. (2017). Desta maneira, mesmo que tenha ocorrido boas explicações quanto aos aspectos do treino e os exercícios, o que mais se percebe são as demonstrações e passagens fora desse contexto, em que os sujeitos se exibem de todas as formas possíveis para atrair o público, sendo elas: por gestos, atitudes, exibição da próprio imagem e corpo, algumas até mesmo durante a execução dos exercícios.

Algumas marcas foram expostas na introdução do vídeo, antes mesmo do conteúdo iniciar, entre elas: *New millen* suplementos, Madrugão suplementos e *Blest fit*, ambas possuem relação com a cultura fitness. No outro símbolo "*Men´s physique*" é um indicativo de qual categoria esse influenciador é participante no fisiculturismo. Os participantes também fazem *merchant* de seus canais, como se percebe pelas

camisetas que estão utilizando. No restante do vídeo não foi perceptível imagens que indicassem a comercialização dos produtos anteriores.

Quanto aos exercícios eles foram executados com boa mecânica dos movimentos, como se vê pelo vídeo são pessoas experientes no contexto da musculação, nem um movimento apresentou erros que gerassem riscos maiores. Para complementar o que foi falado sobre esse treino, no início do texto, o terceiro exercício no crucifixo invertido na polia baixa seguido de crucifixo inverso voador máquina, quando o exercício foi realizado no voador utilizou-se outra técnica avançada o treinamento negativo[12], com maior carga e privilegiando a fase excêntrica.

Nenhum exercício apresentou padrões parecidos, indicando que todos foram executados até a falha concêntrica ou excêntrica. Fleck e Kraemer (2017 apud Willardson, 2007ª) nos mostram que esse tipo de treino pode contribuir com praticantes avançados, como fisiculturistas, que desejam ultrapassar platôs durante o treinamento. Todavia, esse tipo de treino pode aumentar o risco para surgimento do *overtraining* se for realizado repetidas vezes e durante longos períodos de treinamento e também aumentar o risco para lesões, no seu uso excessivo.

Este alerta é pertinente porque, no vídeo, falta justamente esta informação. Não se sabe se foi uma ou várias séries desses exercícios *bi-set,* já que a filmagem teve cortes e a maneira como foi exibido o treinamento pode gerar dúvidas se alguém pretender utilizá-los como cópia. Deste modo, as pessoas que assistem não são informadas sobre o fato de não ser prudente executar os exercícios sem experiência na musculação ou mesmo sem orientação profissional. Na execução dos exercícios foi perceptível que as cargas utilizadas eram baixas, assim diminuíram bastante os riscos para lesões, também se via um influenciador aparentemente atento no vídeo, pois é ele quem passa os exercícios, corrige e orienta para correta mecânica dos movimentos.

Pelo aspecto visual é nítido um enorme apelo midiático, se exibem em muitos momentos frente às câmeras, cultuam seus corpos e mediatizam os movimentos executados. A estética de cada exercício é sempre chamativa, dando enfoque em

[12] “O treinamento negativo envolve baixar, ou executar a parte excêntrica das repetições, com mais carga do que 1RM para uma repetição completa” (FLECK; KRAEMER 2017, P. 229).

cada músculo trabalhado, além disso, um dos participantes rasga a camisa num momento de euforia, para que seu corpo seja exibido nos mínimos detalhes.

No terceiro eixo, sobre o padrão de linguagem utilizado no vídeo, temos o influenciador que em alguns momentos usa falas técnicas e conhecimentos cinesiológicos e biomecânicos nas explicações e se preocupa com a linguagem no momento de passar o treino, como nas seguintes passagens: “Hoje vou fazer um treino de ombro, deltoide, trabalhando as três partes da ‘cebola’, vamos fazer ombro frontal, com acromial e espinal. Só que vou dividir isso na parte do treino e explicar para vocês como é que funciona a articulação glenoumeral em abdução, porque a articulação do cotovelo e do punho podem influenciar no resultado do deltoide", ou “Bam Bam! Você vai fazer um desenvolvimento frontal, com uma pegada mais fechada, só que eu não vou trabalhar os movimentos com amplitude maior. Eu vou trabalhar ele com movimento de 90° para cima, enfatizando essa região do ombro frontal junto com o peitoral clavicular”.

Todavia, em outros momentos também usa uma linguagem informal, coloquial e expressões de baixo calão “Bora! Bora! Vamo! Vamo! Você ta evoluindo porra! Você está evoluindo porra! Aqui cada dia é uma evolução mano”, “Vamo Bam Bam, negativa! Vamo! Vamo! Tá comigo porra!”. Nota-se que mesmo tendo conhecimento do que está explicando, ele também se utiliza de outros linguajares para atrair o público que está visualizando.

Quanto ao treino, ele partiu do pressuposto de que os usuários desse canal seriam capazes de entender tudo que estava sendo ensinado, ou mesmo, já saberiam todas as dinâmicas dessa estrutura de treinamento. Suas explicações levam a entender que os sujeitos que estão do outro lado já usam esses movimentos no seu dia a dia.

Deste modo, apenas demonstra o exercício e passa correções. Assim, acaba não se preocupando em dizer para quem esse treino é indicado ou se tinha contra indicações. Não se preocupou em dizer o nome da maioria dos exercícios ou aparelhos usados para execução do treino, em momento algum disse quantas séries e quantas repetições aconteceriam. Aliás, nem mesmo falou que a técnica utilizada foi baseada no protocolo *bi-set*, só percebe toda essa dinâmica do vídeo quem tem experiência com prática de musculação. Dito isso, temos um treino utilizando o

sistema por partes corporais Fleck e Kraemer (2017), onde se treinou apenas uma região do corpo, a articulação do ombro e trapézio, com oito exercícios.

Este treino claramente é voltado para sujeitos treinados e com grande experiência na pratica de musculação, mas como está livre para qualquer um acessar no *youtube* faltou aspectos básicos para que fossem minimamente seguros. Além disso, esse treino tem características do fisiculturismo, treino em um único segmento corporal, com maiores intensidades e volumes de treinamento. Não sendo a melhor escolha quando se busca saúde e qualidade de vida, e também quando pensamos em pessoas comuns, no dia a dia, sem muito tempo disponível para exercícios físicos. Deste modo, protocolos *time-efficient*[13] poderiam contribuir melhor para a permanência e satisfação com a prática.

Neste vídeo em momento algum foi comentado sobre a importância de se procurar um profissional de educação física, mesmo quando se pretende aplicar algum desses exercícios no cotidiano. Logo, mesmo que esse sujeito tenha experiência ou formação na prática de educação física, conteúdos desta natureza requerem maiores esclarecimentos, não basta mostrar o exercício, o movimento e explicar apenas detalhes específicos. Quando pensamos no treinamento na modalidade on-line, é importante observar a existência de uma série de desafios metodológicos e pedagógicos de ensino, visto que, perde-se a capacidade de tocar, a possibilidade de observação real e dinâmica do movimento e facilidade de interagir com o aluno.

Assim, segundo Roversi e Junior (2020 apud Isler, 2019) e na mesma linha de pensamento de Kurylo (2016) é necessário que nessa modalidade de ensino e treinamento o programa seja planejado, organizado e sobretudo dirigido e avaliado por um profissional de educação física qualificado. Além disso, esse processo precisa ser individualizado, utilizando os variados meios tecnológicos possíveis para que a comunicação aconteça. O objetivo é articular adaptações morfológicas, metabólicas e funcionais, para que resultados como: condicionamento físico, rendimento atlético, estética e manutenção da saúde sejam alcançados.

[13] Esse conceito busca diminuir o volume de treinamento total, bem como privilegiar a elaboração de sessões de treino baseadas exclusivamente em exercícios multiarticulares, já que muitos trabalhos têm demonstrado bons resultados relacionados à força e à hipertrofia muscular nesse programa. Possibilitando otimizar o tempo de treino, sem prejuízos nos resultados finais, Teixeira e Guedes Jr (2017).

No vídeo, ambos os personagens executam o mesmo treino, o que indica uma omissão total do princípio da individualidade do treinamento. É possível perceber que esse padrão não é o melhor quando consideramos conteúdos desta natureza e no meio virtual. O ensino fica prejudicado tendo em vista que seria necessário um professor para cada usuário, pois é nele que se concentra todas as informações deste conteúdo. Mas, pode ter sido proposital, para que os usuários busquem seus serviços.

Ainda que esse conteúdo apenas se destinasse a um público em específico, isso deveria ter sido explicado na descrição ou no decorrer do vídeo. Deste modo, não basta mostrar uma ferramenta sem explicar como funciona, como é utilizada, para que serve e principalmente sem explicar que ela não deve ser utilizada de forma generalizada. Nesse sentido, quando o exercício é orientado da maneira correta promoverá ótimos resultados, já ao contrário, quando mal utilizados não responderão como se espera, serão inúteis e/ou até mesmo perigosos.

Nesse vídeo, não foi perceptível comentários fantasiosos que indicassem a compra de algum produto como forma de resultado mais rápido. Um dos poucos comentários que chamou a atenção, foi quando esse influenciador disse “Aqui nós constrói fibra, não é água com músculo! Não é água com músculo!” Dando a entender que seu treino é diferente, que produzirá um corpo esteticamente definido. Dentro das gírias de academia “água com músculo” pode ser interpretado como alguém que usou de esteroides anabolizantes e não conseguiu hipertrofia desejada, efeito colateral que deixa o corpo com aspecto inchado, devido a retenção de líquidos no músculo.

Concluindo, esse vídeo é uma produção que atraiu milhares de pessoas não pelo treinamento em si, mas pelos ocorridos no decorrer da filmagem. Pois o vídeo foi repleto de gírias, gritarias, brincadeiras e zoações, inclusive durante o treino. Além disso, os participantes são pessoas influenciadoras, sabem utilizar da sua imagem para passar carisma ao público. Por outro lado, o treino teve algumas dicas interessantes, mostrando que esse influenciador tem conhecimento prático do que se propôs a ensinar. Mas para o público leigo e não praticante de musculação, as dicas provavelmente não tinham sentido algum, logo, sua apreciação foi pelo enredo desse vídeo, uma comédia com conteúdos da musculação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os canais e vídeos analisados nesta pesquisa apresentaram padrões parecidos na maioria das perguntas necessárias para responder o objetivo de pesquisa. Assim, de maneira geral, no eixo relativo às textualidades expostas nos vídeos, foi observado que em nenhum deles a descrição continha informações relevantes e necessárias para complementar ou sanar possíveis dúvidas que poderiam se originar durante o vídeo.

Além disso, nenhum deles apresentou informações sobre a formação profissional destes sujeitos, nos levando a compreender que há uma espécie de banalização da prática e do professor especializado, como se qualquer um, com experiência prática, pudesse ensinar musculação. Ainda em relação as textualidades, todos os vídeos analisados utilizaram este espaço, de alguma forma, para fazer propaganda e vender produtos, mercadorias e/ou serviços que tinham relação com a cultura fitness, além, claro, de tornar o vídeo uma espécie de vitrine de divulgação de seus perfis e/ou de seus parceiros.

Neste mesmo eixo, todos os canais receberam milhares de visualizações, muitos *likes* e alguns *deslikes*, assim como uma quantidade bastante representativa de comentários que eram, em sua maioria, acríticos. Percebemos, também, muitos comentários irônicos, que pareciam, por vezes, zombar dos influenciadores e de todo o conteúdo. Pelos comentários também foi possível perceber que todos esses canais e vídeos eram, de alguma forma, relacionados por esses seguidores, ao uso de esteroides anabolizantes.

Contudo, esse público foi bem passivo nesta relação, se aproximando perigosamente da neutralidade, da normalidade ou mesmo da aceitação. Cientificamente sabemos que os riscos do uso destas substâncias são inúmeros, mas ao que parece, na balança “risco X benefícios”, grande parte dos envolvidos opta pelo seu consumo. É como se, na visão destes sujeitos, a exclusão por parte de seus pares representasse mais risco do que uma possível morte real ou adoecimento. Este é um dos aspectos centrais do “culto ao corpo” e de seus desdobramentos sociais, uma vez que nem todos conseguem se encaixar nos padrões desejados, cometendo verdadeiras atrocidades na tentativa de atingirem seus desejos e ideais corporais.

Assim, uma coisa é evidente, em todos os vídeos analisados: mesmo, com uma série de problemas, inclusive representando um desserviço à saúde pública, todos os

influenciadores ganharam e ganham dinheiro com estes conteúdos. O lucro acontece independente da qualidade do conteúdo, o que faz com que os *youtubers* não se preocupem se estão infringindo alguma diretriz dessa plataforma, ou, até mesmo, a legislação brasileira. A incapacidade ou ausência de intervenção do Conselho Federal de Educação Física (CREF) de fiscalizar esse tipo conteúdo, na cultura do ciberespaço, também é um dificultador.

Nas análises do eixo relativo à parte visual foi observado que as características físicas desses influenciadores também possuíam bastante semelhanças, pois eram jovens, brancos, de boa aparência física, dentro dos padrões impostos, classe média/alta, musculosos e todos, pelas características dos corpos apresentados, possivelmente, poderiam ter alguma ligação com o uso de esteroides anabolizantes.

Além disso, a musculação está sendo representada por um público que notoriamente só busca uma vertente (a menos importante dentro da modalidade se considerarmos a saúde): a estética. Isso talvez se explique porque todos esses influenciadores são fisiculturistas.

A postura desses *youtubers* na construção destes vídeos apresentou semelhanças, como também, diferenças. Na construção destes vídeos utilizaram diversas abordagens no uso da fala, na postura corporal durante a apresentação e na maneira como iriam interagir com os participantes. Um aspecto comum é que eles iam da seriedade em alguns momentos a brincadeiras e zoação em outros, de modo a atrair quem estava visualizando.

O marketing digital, foi uma característica comum empregada nesses vídeos. Neles foram expostas: as marcas, a suplementação, e os treinos de musculação. Os treinos também seguiram principalmente duas lógicas de produção: métodos avançados e exercícios em um único segmento corporal, treinamento *bodybuilding*. Contudo, a didática e forma de ensinar, ficou muito comprometida, pois houveram perceptíveis falhas de construção e de explicação. Os poucos pontos interessantes partiram do único influenciador que, talvez, possa ter formação em Educação Física, mas ele não se preocupou em esclarecer este tipo de informação.

Já no terceiro eixo, como dito anteriormente, existia muitas falhas de explicação e na didática, pois boa parte destes vídeos só apresentaram repetições mecanizadas dos movimentos, característica funcionalista da musculação. Muito embora, era o que

se esperava da maioria desses influenciadores, que só sabem lidar com aquilo que possuem de mais desenvolvido, a mecânica dos movimentos, e em apenas uma relação, a consigo mesmo. Se, por um lado, são verdadeiros práticos do treinamento físico, com muita experiência, por outro lado eles se distanciam de um tipo de conhecimento necessário a prática segura.

O uso das palavras e a forma de se comunicar durante os vídeos apresentou muitos padrões, em alguns momentos se utilizaram de termos técnicos para explicar certas ações, desta maneira, se colocando superior em relação aos convidados e quem estivesse visualizando, pois era necessário demonstrar algum conhecimento daquilo que se propuseram a ensinar. Contudo, em grande parte das explicações, é comum vê-los utilizar um linguajar que se aproxima com o desse público, de forma a se colocar no mesmo lugar dos participantes, até mesmo treinando junto com eles.

Essa abordagem pode ter sido a maneira que estes influenciadores encontraram para gerar carisma e aprovação do público alvo. Afinal, os novos influenciadores digitais utilizam a estratégia de demonstrar a funcionalidade dos produtos que estão vendendo, utilizando seu próprio corpo como espelho. Além disso, pelo que é exposto, eles encarnam um personagem que ora se parece mais com um treinador, ora com um amigo, ora com um *coaching*, responsável por transmitir motivação.

Há duas coisas que são bem preocupantes na produção desses vídeos: 1) eles não se preocupam com a segurança de seus fãs, pois não esclarecem se esses exercícios tem ou não contra indicações; 2) eles não orientam ou comentam sobre a necessidade de se procurar um profissional de educação física competente para orientar os treinos e a execução de qualquer um desses exercícios expostos nestes vídeos.

Essa falta de preocupação dos influenciadores e a grande possibilidade de seus seguidores não possuírem conhecimentos mínimos sobre as inúmeras variáveis do treinamento na musculação parecem responder a uma lógica, que pode estar por trás de todas essas produções. A lógica por trás de toda essa desinformação em primeiro lugar, talvez seja, por que a maioria deles não sabem, no sentido pedagógico, e também, no sentido dos conhecimentos técnico-científicos, nada além do que a prática lhe ensinou. Mesmo que haja *youtubers* entre eles com formação, os vídeos

carecem de um direcionamento em suas falas de uma explicação mais criteriosa sobre as variáveis em cada treino/objetivo/praticante.

Possivelmente, outra intenção em não passar todas as informações no vídeo, é captar possíveis clientes que recorram a eles para orientá-los. Ou seja, se nos vídeos eles “entregassem o jogo completo”, não faria sentido que os interessados buscassem seus serviços.

Profissionais com uma boa formação costumam atuar de outra forma, mais humanizada, considerando as subjetividades humanas e buscando levar seus alunos/clientes a refletirem sobre estes padrões impostos pela sociedade, sobre a fantasiosa propaganda mercadológica encontrada na maioria desses vídeos, sobre os riscos do uso de anabolizantes, entre outras coisas.

A musculação pode ser realizada tendo como fim as questões estéticas, mas o fortalecimento muscular e todos os outros benefícios dela vão para muito além disso, influenciando as práticas no campo da saúde e do lazer. A crítica a estes vídeos analisados é no sentido de que práticas transmitidas sob estes códigos, que hierarquizam corpos (Monstros X frangos), longe de libertarem os sujeitos de padrões violentos, costumam aprisionar, através da lógica equivocada dos corpos “perfeitos”.

Parece que a educação física tem um enorme desafio, que é não propagar essa cultura do culto ao corpo, pois ela acaba produzido sujeitos alienados, acríticos de todas as formas, sujeitos frustrados, que não aceitam a suas composições corporais e, para muda-las, aderem a substâncias perigosas, treinos que desrespeitam os limites físicos e soluções “mágicas”, oferecidas por aqueles que por algum motivo tiveram facilidade em atingir determinado tipo de corpo.

Nós, professores de EF, deveríamos ir na contramão do que foi exposto na maioria destes vídeos, trabalhando e respeitando os limites fisiológicos, emocionais e individuais de todas as pessoas. É preciso levar em conta as subjetividades e a relação sociocultural, e principalmente, trabalharmos dentro das margens de segurança e do tempo necessário, evitando aderir a estas promessas de imediatismo.

Esses influenciadores, ao que parece, não se importam muito com as pessoas, para estes, elas são apenas números. São recursos valiosos para sua propaganda midiática e consumo da cultura *fitness*. Para estes influenciadores (que podem ou não

ser professores) o mais importante apresentado nos vídeos analisados, são as métricas, os lucros do *youtube*, das marcas parceiras e a venda de seus treinos.

A musculação, é apenas uma ferramenta, a ferramenta utilizada para divulgar a si mesmos e também outras personalidades desse mundo digital. A musculação é tratada como funcionalista, como mera repetição mecânica dos movimentos, que serve para todos, bastando copiar o que se está vendo. Os perigos são inúmeros, as lesões podem ser umas delas, porém, o maior perigo está na construção de uma sociedade do culto aos exageros, da busca pela perfeição. A perfeição é o foco, estar no rol das novas micros celebridades, é o conceito atual buscado por todas as classes, pois uma coisa é certa: o uso das novas mídias possibilita que verdadeiros desconhecidos se tornassem grandes celebridades (ainda que instantâneas e passageiras, como tudo na modernidade líquida). Na musculação as celebridades são aquelas dos corpos exagerados, os fisiculturistas, pois neles repousa a distinção dos corpos, daqueles que venceram e atingiram o “corpo perfeito” e daqueles que tentarão sem jamais conseguir.

Contudo, o *youtube*, também possui inúmeros conteúdos de boa qualidade, com excelentes vídeos sobre a musculação. Muitos são organizados, pedagógicos, técnicos e cientificamente pautados por achados científicos (os conteúdos de qualidade). Porém, para o algoritmo do youtube, isso não importa. Pois, como toda mídia, ele tende a colocar os mais visualizados (espetacularizado), a frente, em qualquer assunto que se pesquisar na plataforma.

Essa pesquisa encontrou muitas respostas, mas também deixou outras dúvidas, que podem ser respondidas com outros métodos, como: será que o campo da educação física demorou muito tempo para ocupar os meios digitais? Será que devemos, mesmo, ocupar este campo? Será que as pessoas que tiverem contato com um profissional sério iriam, ainda assim, aderir a estes exageros e serviços inadequados? Será que esse tipo de conteúdo influencia ou já influenciou os praticantes de musculação dentro das academias, espaços onde possuem profissionais de educação física? Será que estes profissionais das academias enfrentam barreiras ao orientarem sujeitos que conhecem e seguem estes influenciadores digitais da musculação? Será que, mesmo sendo formados no Ensino Superior, estes profissionais têm sido capazes de oferecer um trabalho mais

capacitado e pautado em todas estas questões expostas? Ou será que eles também têm deixado a desejar e embarcado na lógica da conquista dos corpos “perfeitos”?

A internet tem possibilidade ampliar a orientação do profissional de EF. Já há profissionais aderindo às plataformas, disponibilizando treinos, e realizando consultas online, impulsionado pelas ferramentas online, oferecendo consultoria online. Será que os profissionais se sentem preparados para aderir a esse novo tipo de mercado? Os profissionais estão preparados para ocupar esses espaços?

E finalmente, a pergunta central, entre outras, que notamos necessidade de investigação. O que leva as pessoas a buscarem esses tipos de vídeos, relacionados a musculação, no *Youtube*?

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Sobre a indústria da cultura**. Coimbra: Angelus Novus, 2003.

ADORNO, Theodor W; Horkheimer, M. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ANTUNES, Eloisa Maieski. **Aplicação do Marketing digital para Infoprodutos na Área da Educação Física e do Esporte**. Monografia (Curso MBA em gestão empresarial) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná Universidade Tecnológica Federal do Paraná, f. 18. Curitiba, 2017.

BARBOSA, Maria Raquel; MATOS, Paula Mena; COSTA, Maria Emília. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. **Psicologia & Sociedade**, v. 23, p. 24-34, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Traduzido: *Liquid life*. Rio de Janeiro: Zahar, 2 ed. v. 3, f. 105, p. 210, 2007.

BOHM, Camila Camacho. **Um peso, uma medida. O padrão de beleza feminina apresentado por três revistas brasileiras***.* São Paulo: Uniban, 2004. 100p

BRACHTVOGEL, Caterine de Moura. A Cultura do Corpo Fitness e as Redes Sociais: As Novas Constituições de Si*. In:* JORNADA DE PESQUISA, n. XXI. 2016. Tópico Temático [...] Ijuí – RS: *Open Journal Systems*, 2016.

BRAGA, Patrícia Déa; MOLINA, Maria del Carmen Bisi; CADE, Nágela Valadão. Expectativas de adolescentes em relação a mudanças do perfil nutricional. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 12, p. 1221-1228, 2007.

BRASIL. Presidência da República. Lei n. 9.696, de 31 de agosto de 1998. **Diário Oficial da União**. Brasília. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9696.htm. Acesso em: 3 ago. 2021.

CARVALHO, Anderson dos Santos; JUNIOR, Guanis de Barros Vilela. Youtube e Seus Conteúdos Vídeográficos Sobre a Cultura Corporal e Educação Física. **Revista CPAQV – Centro de Pesquisas Avançadas em Qualidade de Vida**, v. 5, p. 11, 2013.

CORREIA, Élder Silva; ZOBOLI, Fabio; MEZZAROBA, Cristiano. Os padrões de beleza corporal masculino e as interfaces com a cultura, a ciência e o mercado. **Praxia-Revista on-line de Educação Física da UEG**, v. 1, n. 1, p. 21-36, 2013.

EVANGELISTA, Jâmyle Kilma da Silva *et al*. Tensões Entre o Público e o Privado a Partir de um Estudo de Caso da Digital Influencer Nara Marques*. In:* XIX

CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE. 2017. Anais [...] FORTALEZA - CE, 2017.

FLECK, Steven J; KRAEMER, William J. **Fundamentos do Treinamento de Força Muscular**. Tradução: Jerri Luiz Ribeiro e Regina Machado Garcez, Traduzido: *Designing resistance training programs, 4th Edition.* São Paulo - SP: Artmed, 4 ed. v. 3, 2017.

FREITAS, Clara Maria Silveira Monteiro de et al. O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, v. 24, p. 389-404, 2010.

FLICK, Uwe. Pesquisa qualitativa: Por Que e Como Fazê-La*. In:*
FLICK, Uwe. **Introdução à Pesquisa Qualitativa - 3.ed.** Tradução: Joice Elias Costa. Porto Alegre: Artmed Editora, v. 1, cap. 2, p. 20-37, 2009.

FOUCAULT, Pierre Boulez M. **Estética: Literatura e Pintura, Música e Cinema**. (Ditos e escritos III). Tradução: Inês Autran Dourado Barbosa. Traduzido: *Dits et écrits*. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, p. 490, 2009.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Tradução: Fanny Wrobel, Traduzido: *The interpretation of cultures*. Rio de Janeiro: Zahar, f. 107, p. 213, 1978.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, f. 100, p.200, 2008.

GOELLNER, Silvana V. A Produção de corpos hígidos: atividade física, saúde e nacionalismo no Brasil no início do século 20. *In:* GRANDO, Beleni Saléte. (Org.). **Corpo, educação e cultura**: práticas sociais e maneiras de ser. Ijuí: Ed. da Unijuí, 2009. p. 75-92.

Goldenberg M, Ramos MS. A civilização das formas: o corpo como valor. In: Goldenberg M, organizadora. Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. 2 ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

GODOI, Marcos Roberto. Dialogismo, Decodificação e Marketin Digital Interativo em Torno das Práticas Corporais no Festival On-Line de Vídeos Olympikus.MOV. **Motrivivência**, Santa Catarina, p. 136-155, jun. 2010.

GOMES, Isabelle Sena; CAMINHA, Iraquitan de Oliveira. Os Discursos de Corpo Bem Dito, Mal Dito e Não Dito: Uma Análise a Partir de Filmes. **Rev. Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 38, p. 414-421, 2016.

HERNANDEZ, Arnaldo José *et al*. Modificações Dietéticas, Reposição Hídrica, Suplementos Alimentares e Drogas: Comprovação de Ação Ergogênica e Potenciais Riscos Para A Saúde. **Rev. Brasileira Medicina do Esporte**, v. 15, p. 03-12, abr. 2009.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**: PNAD Contínua. IBGE. 2016. 16 p. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/c62c9d551093e4b8e9d9810a6d3bafff.pdf. Acesso em: 27 abr. 2021.

IRIART, Jorge Alberto Bernstein; CHAVES, José Carlos; ORLEANS, Roberto de Ghignone. Culto ao Corpo e Uso de Anabolizantes entre Praticantes de Musculação. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 25, p. 773-782, 2009.

KENSKI, Vani Moreira. O Impacto da Mídia e das Novas Tecnologias de Comunicação na Educação Física. **MOTRIZ**, v. 1, p. 129-133, dez. 1995.

KRIPKA, Rosana Maria Luvezute; SCHELLER, Morgana (Coord.); BONOTTO, Danusa de Lara (Coord.). Pesquisa Documental na Pesquisa Qualitativa: Conceitos e Caracterização. **Revista de Investigaciones**, v. 14. 19 p, 9 set. 2015.

KURYLO, Angélica Poll. **O Universo da Consultoria Online no Treinamento Personalizado**: Um Estudo de Caso. Ijuí, f. 131 Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Educação Física) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2016.

LEITZKE, Angélica Teixeira da Silva; RIGO, Luiz Carlos; KNUTH, Alan G. Estratégias biopolíticas de construção do corpo e vigilância da saúde: o caso ‘‘Medida Certa”. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Porto Alegre, v. 42, e2014, 2020.

LIZ, Carla Maria de; ANDRADE, Alexandro. Análise qualitativa dos motivos de adesão e desistência da musculação em academias. **Revista Brasileira de CIÊNCIAS DO ESPORTE**, Brasília, DF, v. 38, p. 267-274, 2016.

MILANETTO, Giovana. **A Nova Grande Mídia**: Uma Análise de Bloggers, YouTubers, Instagrammers, f. 119 Dissertação (Centro de Educação e Ciências Humanas Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som) - Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR, São Carlos, 2016.

MURER, Evandro. **Epidemiologia da Musculação**. fef.unicamp.br. Campinas, 2007. Disponível em: https://www.fef.unicamp.br/fef/sites/uploads/deafa/qvaf/saude_coletiva_cap4.pdf. Acesso em: 27 abr. 2021.

NETO, André Pereira *et al*. O Paciente Informado e os Saberes Médicos: Um Estudo de Etnografia Virtual em Comunidades de Doentes no Facebook. **Scielo**, Rio de Janeiro- RJ, v. 22, p. 1653-1671, dez. 2015.

NETO, João Bartholomeu *et al*. Motivos do Abandono de Academias de Ginástica por Universitários com Sobrepeso ou Obesidade. **Rev. Ciência e Movimento**, p. 96-104, set. 2013.

ON LINE EDITORA, Negócios On Line. **Guia Ganhe Dinheiro com Youtube**. 2 ed. On Line Editora, jun. 2016

ON LINE EDITORA, Negócios On Line. **Guia Marketing Online**. 01 ed. On Line Editora, jul. 2016.

OSTHEIMER, Leonardo. Liberação Miofascial: Benefícios Antes e Após o Treino de Hipertrofia Muscular*. In:* JORNADA CIENTÍFICA DOS CAMPOS GERAIS, n. 1, ed. 18. Anais eletrônicos [...] Ponta Grossa, 2020. Disponível em: https://iessa.edu.br/revista/index.php/jornada/index. Acesso em: 25 ago. 2021.

RODRIGUES, Nara Heloisa. **Tecnologias Virtuais E Análise Videográfica**: O Youtube® Como Recurso De Pesquisa Para Compreensão Sobre A Imagem Do Idoso Brasileiro. Dissertação (Programa De Pós-Graduação Em Desenvolvimento Humano E Tecnologias) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Rio claro, 2015.

ROVERSI, Luana Mereb; JUNIOR, Ademir Testa. Atuação do Profissional de Educação Física na Prescrição do Treinamento Online. **Rev. Motrisaúde**, v. 2, nov. 2020. ISSN 2674-7782. Disponível em: http://revista.fundacaojau.edu.br:8078/journal/index.php/revista_motrisaude/article/view/147. Acesso em: 19 set. 2021.

SANTOS, Moisés Alves; SANTOS, Laggo Raphael David Dantas d.; RIBEIRO, Victória Silva Midlej. Prevalência de Lesões em Praticantes de Musculação: Uma Revisão da Literatura. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, v. 3, p. 238-244, 2018.

SAUNDERS, Thomas Lopes. O Complexo de Tomáz: Performance e Influência de Youtubers na Composição Contemporânea da Imagem Masculina de Corpo Malhado. *In:* CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, n. 40, p.15. Anais [...] Curitiba - PR: INTERCOM, 2017.

SILVA, Arthur Vinícius Araújo. **Incidência de Lesões em Praticantes de Musculação em Ambiente de Academia**. Campina Grande, f. 40, Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura plena em educação física) - Universidade Estadual da Paraíba, 2010.

SIMÕES, Christiane Salum Machado *et al*. Análise da Qualidade e Vida de Professores e Alunos de Musculação: Um Estudo Comparativo. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, Belo Horizonte, MG, v. 16, p. 6, 2011.

JÚNIOR, Luiz José Frota Solon et al. Home-based exercise during confinement in COVID-19 pandemic and mental health in adults: a cross-sectional comparative study. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, v. 25, p. 1-7, 2020.

SOUZA, Guilherme Lissa; MOREIRA, Natalia Boneti; CAMPOS, Wagner. Ocorrência e Características de Lesões entre Praticantes de Musculação. **Revista Saúde e Pesquisa**, Maringá- PR, v. 8, p. 469-477, set. 2015.

TEIXEIRA, Fernanda Patricio. **Influência da Mídia na Construção da Imagem Corporal de Frequentadores de Uma Academia de Musculação da Cidade de Içara, Sc**. EFDesports.com. Revista digital. Buenos Aires, n. 195, 2014. Disponível em: http://www.efdeportes.com/efd195/influencia-da-midia-na-construcao-da-imagem-corporal.htm. Acesso em: 27 abr. 2021.

VIANA, Thaynara Talyta Duarte; LEAL, Cátia Regina Assis Almeida; BAPTISTA, Tadeu João Ribeiro. O corpo no Instagram: um olhar sobre as postagens do mundo fitness. **Revista On-Line de Educação Física - URG**, v. 3, 2021. Disponível em: https://www.praxia.ueg.br/index.php/praxia/article/view/11232. Acesso em: 26 ago. 2021.

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