UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DESPORTOS
BACHARELADO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

ISABELLA SOUZA RODRIGUES

MULHERES E A (DES)CONSTRUÇÃO DO “CORPO IDEAL” ATRAVÉS DO MOVIMENTO CORPO LIVRE NO INSTAGRAM

VITÓRIA
2022

ISABELLA SOUZA RODRIGUES

MULHERES E A (DES)CONSTRUÇÃO DO “CORPO IDEAL” ATRAVÉS DO MOVIMENTO CORPO LIVRE NO INSTAGRAM

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de graduação de Bacharelado em Educação Física pela Universidade Federal do Espírito Santo.

Orientador (a): Dra. Ileana Wenetz

VITÓRIA
2022

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha mãe, Maria da Penha Souza e à minha irmã, Giovanna Souza, se não fosse o apoio de vocês e, mãe, a sua decisão de criar suas filhas para não dependerem de homem ou se limitarem a ser donas de casa e esposas, eu não teria começado esse curso de Educação Física na UFES. Tudo o que eu conquistei, estou conquistando e vou conquistar daqui para frente, tudo isso, eu dedico a vocês.

Dito isso, sei que muitas pessoas me ajudaram ao longo da graduação, por tanto, deixo os nomes das amigas e amigos que me apoiaram: Lavínia Muniz, obrigada por aguentar meus desabafos de desespero, mesmo você estando tão longe; Cinthia Miranda, obrigada por escutar minhas ideias de pesquisa e desenvolvimento do TCC enquanto estávamos no intervalo do serviço ou enquanto a academia tinha pouco movimento, o seu apoio foi fundamental para eu conseguir; Hanna Alice, minha eterna gratidão por ceder seu precioso tempo e editar partes do trabalho que eu não tinha conhecimento, mesmo quando pedi socorro em cima da hora, prontamente, você me ajudou. Nós somos amigas há tanto tempo e mesmo assim, eu sempre fico emocionada com o quanto fez por mim, muito obrigada! Jéssica Rodrigues, Filipe Lourenço e Gabriel Gonçalves precisam estar juntos, pois, faltando três dias para o prazo limite de entrega, vocês aceitaram meu convite de sair para descansar e foi, simplesmente, um dia feliz e memorável, obrigada (Carlos Julian, você não pôde estar presente no evento, mas esteve presente em nossos bate-papos no grupo sempre, obrigada). Suian Muniz, obrigada por me lembrar que se eu chutasse o balde, teria que buscá-lo, eu havia esquecido. Você é uma pessoa que conheci antes da decisão de estudar educação física, uma pessoa que acompanhou minha transformação e que me incentivou. Suian, obrigada! Laila Martins, uma amizade que surgiu por intermédio da graduação, definitivamente, você é uma pessoa que acrescentou e acrescenta muito na minha vida, obrigada por se manter próxima. Jean Leite e Khalyl Raphael, dois grandes amigos que sempre acreditaram em mim mais do que eu mesma, obrigada por estarem em minha vida, tanto acadêmica quanto pessoal. Daniel César, obrigada por fazer terapia via áudio comigo, você é incrível. Por último, todos os meus sessenta e dois alunos da sede Melhor Idade com os quais trabalhei como professora de ginástica localizada por dois anos, vocês foram incríveis; em especial, à Dona Sílvia, que foi a pessoa que me possibilitou essa oportunidade, a mulher que acreditou no meu trabalho e não mediu esforços para me apoiar, você partiu antes de me ver formada, porém, conforme havia lhe prometido, eu consegui. Espero que esteja assistindo minha vitória, pois você faz parte dela.

Quero agradecer todos os professores e professoras que ministraram e nos ajudaram nessa trajetória, principalmente às professoras Ana Cláudia, Ana Paula, Ileana Wenetz e Júlia Falcão, vocês são mulheres que inspiram; meu eterno respeito e admiração.

RESUMO

Esse trabalho de pesquisa tem como objetivo compreender como o discurso de desconstrução do 'corpo ideal' feminino está acontecendo na rede social Instagram através da resistência apresentada pelo perfil Movimento Corpo Livre. Para tal, utilizamos da metodologia de análise discursiva; após observar a atividade do perfil escolhido pelo período de três meses, elegemos duas publicações e vamos debatê-las, objetivando mostrar quais mecanismos as mulheres usam para colaborar na narrativa de desconstrução do corpo estereotipado como 'padrão' a ser aceito e seguido por outras mulheres, padrão esse que é ditado através das mídias sociais, televisivas e impressas que agem como ferramentas de controle em uma sociedade globalizada e de consumo. Essa pesquisa vem para contribuir com o debate de resistência e para salientar a importância do conhecimento dos profissionais de educação física sobre a construção de um corpo social e historicamente e sua representação na mídia. Percebeu-se que o discurso proposto pelo perfil Movimento Corpo Livre possibilita enxergar o corpo para além do exposto pela mídia e que colabora para uma relação saudável das pessoas com seus corpos, corpos reais.

Palavras-chave: Movimento corpo livre; Instagram; Corpo padrão; Corpo midiático; Desconstrução corporal.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Perfil da influenciadora Carolina Almeida.....24

Figura 02 – Primeira publicação de Carol após a cirurgia de explante.....24

Figura 03 - Perfil de explante de silicone que Larissa administra.....27

Figura 04 – Perfil da influenciadora digital Larissa de Almeida.....28

Figura 05 – Desenho da Vivi em sua versão barbie monstro.....31

Figura 06 – Barbie monstro inspirada no corpo da influenciadora Vivi.....32

Figura 07 – Canal da Alexandra Gurgel no YouTube.....34

Figura 08 – *Playlist's* do canal da Alexandra Gurgel no Youtube.....34

Figura 09 – Perfil do Movimento Corpo Livre no Instagram.....36

Figura 10 – Publicação 1:2 corpos gordos e suas possibilidades.....41

Figura 11 – Publicação 2:2 corpos gordos e suas possibilidades.....41

Figura 12 – Publicação 1:2 do Movimento Corpo Livre, galeria #corpolivre.....43

Figura 13 – Publicação 2:2 do Movimento Corpo Livre, galeria #corpolivre.....43

Figura 14 – Publicação da @baddiewinkle41 repostada pelo Movimento Corpo Livre.....45

Figura 15 – Publicação da @donadirceferreira42 repostada pelo Movimento Corpo Livre.....45

Figura 16 – Publicação da Camila Cabello no @Movimentocorpolivre.....47

Figura 17 – Publicação 1:2 no Instagram de Sabrina Sato.....51

Figura 18 – Publicação 2:2 no Instagram de Sabrina Sato.....52

Figura 19 – Publicação de comparação repostada pelo Movimento Corpo Livre.....53

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 7

1.1**. Justificativa** 9

1.2**. Objetivo** 10

1.3 Objetivo geral 10

1.4 Objetivos específicos 10

4. A construção discursiva sobre o corpo da mulher 11

4.1 Problematização dos discursos nas redes sociais 12

4.2 Discurso que abrange mulheres autoproclamadas adeptas do estilo de vida fitness 23

4.3 Movimento Corpo Livre 27

5. METODOLOGIA 32

5.1 Produção dos dados 33

5.2 Diário de observação e categorização 34

6. RESULTADOS 35

6.1 Categorias tema do perfil Movimento Corpo Livre 35

6.2 Desconstruindo o "corpo ideal" através do Movimento Corpo Livre no Instagram 42

7. Considerações finais 52

REFERÊNCIAS 58

1.Introdução

Meu nome é Isabella, sou aluna finalista do curso de bacharelado em Educação Física da Universidade Federal do Espírito Santo e, atualmente, procuro definir em qual campo da educação física atuarei após a conclusão do curso. Comumente, a essa altura da graduação, a maioria dos alunos já fez sua escolha com base em estágios remunerados e/ou obrigatórios. Frente a esse momento decisivo da minha carreira profissional, algumas questões me fizeram pausar a caminhada. "Que tipo de profissional da área da educação física eu quero ser?", "O que quero é o que o mercado de trabalho espera?" ou "O meu modo de pensar o corpo e saúde da mulher, é o mesmo que as mulheres atuantes pensam? É o mesmo que o mercado vende?" e, ainda, "O que eu quero deixar para as mulheres que, nos próximos anos, se formarão bacharéis em educação física pela UFES? Que mensagem eu quero guardar para aquelas que virão atuar comigo no futuro?". Por tanto, essa, não se trata apenas de uma pesquisa para, enfim, me graduar. Não se trata somente de uma disciplina, tão pouco de um ato feminista. Essa pesquisa é para o presente e o futuro, às minhas colegas de profissão de ontem, de hoje e de amanhã: saúde e ética profissional devem estar em primeiro lugar.

Talvez a *introdução* não seja o espaço do texto mais indicado para esses sentimentos, mas, gostaria de acrescentá-los aqui. Você, mulher, estudante de educação física (ou não), concorda que sejamos interpretadas, exclusivamente, por nossos corpos? Corpo gordo. Corpo magro. Corpo branco. Corpo negro. Corpo alto. Corpo baixo. Corpo padrão e corpo não padrão? Corpo ideal e corpo não ideal? Corpo como identidade, cartão de visita. Somos mulheres brasileiras, naturais da miscigenação; ainda assim, afirmam que deveríamos ser *Barbies* na estante da sociedade. Como profissional, me cabe aceitar o padrão corporal estabelecido e trabalhar para transformar outras mulheres em réplicas?

Somos mulheres reais, em corpos reais, vivendo batalhas diárias. O corpo "ideal" é aquele que está sobrevivendo, todos os dias, para vencer a guerra contra opressão no mercado de trabalho quanto à desigualdade salarial (e outras situações); na criação de nossos filhos e sua educação; é o corpo que nos mantém de pé ou, ainda, em uma cadeira de rodas. Então, por que reprovar seu reflexo e viver buscando incansavelmente um corpo "ideal". Que, se me permite a pergunta: ideal para quem? Para você, para mim ou para o mercado capitalista?

No presente trabalho, pretende-se compreender e discutir como as mulheres desconstroem o estereótipo do "corpo ideal" na mídia Instagram, através do Movimento Corpo Livre e qual a

importância desse movimento de quebra da corrente de repetição para a área da educação física e profissionais que pretendem atuar e usar essa rede social como plataforma de divulgação.

2. Justificativa

Como mulher e estudante de educação física em formação, falar sobre desconstrução de um padrão corporal preestabelecido culturalmente, implica motivações não só profissionais, mas pessoais também. Trata-se de repensar nossa atuação em academias, estúdios e redes sociais para, na prática, sermos mais conscientes e consistentes com as pessoas que confiam nos profissionais com os quais estão trabalhando.

Quantas vezes, nós (mulheres) nos sentimos desconfortáveis ao entrar em uma academia e sermos instantaneamente julgadas por nossa aparência ou vestimentas? Quantas vezes fomos excluídas de grupos (apenas socialização) por não termos um perfil no Instagram com grande número de seguidores ou fotos padrão? Da mesma forma que, diversas vezes, por não nos encaixarmos no padrão estético de mulheres que treinam (corpo, roupa, mídia, ciclo de amizade, relacionamento) fomos tratadas de maneira diferente pelos profissionais em atuação dentro de ambientes de treinamento. Sim, concordo que esses motivos parecem banais, mas é como funciona no mundo real, no dia a dia de infinitas mulheres que tentam/tentaram iniciar uma prática de atividade física pela saúde e, muitas vezes, colocam-se em dúvida sobre a continuidade da mesma por situações como as citadas anteriormente.

Ressalto ainda que você, assim como eu, estudante da área não está livre desse julgamento quando, por exemplo, tenta uma vaga de emprego ou estágio em academia ou estúdio e fracassa devido à sua aparência que não atende ao padrão de mulher *fitness*, estudante de educação física. Nesse momento, seu conhecimento tem menos valor que sua imagem corporal.

Você concorda que todas as mulheres devem ser enquadradas em um mesmo padrão corporal? Quanto à sua resposta, não sei, a minha resposta, porém é óbvia: NÃO. Cada mulher tem sua individualidade, objetivos e motivos diferentes para ser como são e mudar quando desejado. Essa pesquisa é necessária por si só, como ato feminista das mulheres que pretendem trabalhar dentro de academias, estúdios, clubes esportivos. É um posicionamento em meio ao caos; com essa pretende-se: a) mostrar que existem padrões corporais estabelecidos; b) existe um mercado que vai tentar vendê-lo a toda e qualquer mulher ela queira ou não, através da televisão, das redes sociais e do ambiente social, mas existe uma rede de pessoas que se conectaram para dizer: você não precisa se encaixar em um molde estabelecido pelo mercado; sua saúde e bem-estar vem em primeiro lugar; nós vamos apoiar toda e qualquer pessoa que se abra à inquietação e rejeição do padrão. E o que isso implica à educação física? Ética.

3.Objetivo

3.1Objetivo geral

- ✓ Compreender como o discurso de desconstrução do 'corpo ideal' feminino está acontecendo na rede social Instagram através da resistência apresentada pelo perfil Movimento Corpo Livre.

3.2 Objetivos específicos

- ✓ Compreender o que o é o corpo ideal feminino como construção social, quais sentidos as mulheres atribuem a ele e como as mulheres que participam do Movimento Corpo Livre no Instagram, reagem à ditadura do padrão.

- ✓ Destacar a importância do debate sobre a desconstrução do corpo da ideal/perfeito midiático na formação dos profissionais de educação física pensando sobre a atuação na plataforma digital Instagram.

4. A construção discursiva sobre o corpo da mulher

A trajetória das compreensões e significados do corpo na história é extensa e a percepção que temos do corpo na atualidade não mudou muito em relação há tempos. Passamos pelo narcisismo dos gregos (embora tenhamos muitos traços dessa época na cultura atual) e sobrevivemos às denominações pecaminosas do corpo da cultura cristã na Idade média. Começamos nosso caminho de supervalorização da estética no Renascimento e permanecemos com resquícios do mesmo até os dias atuais em que o corpo é o nosso principal capital, currículo e denominador de *status* social.

Convém iniciar a discussão, sobre o corpo, usando das palavras de Le Breton (2007, p.07) que o define como "moldado pelo contexto social e cultural em que o ator se insere", afinal, "antes de qualquer coisa, a existência é corporal" (ibidem). Levando em consideração a trajetória histórica das significações, "se a ênfase repousava até então na roupa como arcabouço da constituição do sujeito, na atualidade, o corpo tem recebido valorização similar" (OLIVEIRA, 2007, p. 01).

Desenvolver esse trabalho me possibilitou responder diversas dúvidas que carregava comigo desde muito antes do início da graduação, sendo uma delas: afinal, por que há maior controle sobre o corpo da mulher? Por que é 'normal' julgar o corpo e comportamento das mulheres, não só pelos homens, mas pelas próprias mulheres, julgamento sobre si e sobre outras? Eu não posso dizer se com você é o mesmo, mas estou acostumada às 'fofocas de bairro' terem como foco criticar mulheres por não serem 'finas, recatadas e do lar' e às justificativas de traição por parte dos homens devido ao descuido das esposas/namoradas com seus corpos. Independente da situação, é 'comum' que a mulher seja responsabilizada. Hoje, porém, tive a oportunidade de sanar essa dúvida lendo o trabalho de Ana Maria Colling (2014) onde a mesma conta a construção do corpo feminino na história.

Para os gregos, "a mulher era excluída do mundo do pensamento, do conhecimento" (COLLING, 2014, p.23) e diversos pensadores justificaram essa exclusão pela mulher procriar, ou seja, ter um órgão que possibilita gerar outro ser humano. Com os romanos, não era diferente, "é legitimada a discriminação feminina, através da instituição jurídica do '*paterfamílias'*, que atribuía ao homem todo o poder: sobre a mulher, os filhos, os servos e os escravos" (COLLING, 2014, p.23), sob a justificativa de que "a natureza – menstruação, gravidez, parto, etc., destinava as mulheres ao silêncio e à obscuridade, impossibilitando-as de outras formas de criação" enjaulando-as dentro de casa e coroando-as rainha do lar" (COLLING, 2014, p.27).

Quando falamos de gregos e romanos, é inevitável a sensação de tratar-se de um passado distante, mas a verdade é que a história da mulher como rainha do lar é recente. Principalmente quando você entende que ela foi importante na Revolução Industrial (século XIX). Exatamente, há pouquíssimo tempo, no desenvolvimento do capitalismo, a mulher teve um papel importante: manter o gado proletário saudável, adestrando-os dentro de casa. Tirando-o da rua, dos cabarés, compreendendo que casas com paredes eram melhores que lonas nos cortiços, a mulher desempenhou o papel de salvadora —embora tenha sido uma estratégia para remover a culpa do capitalismo, burguesia e governo com suas responsabilidades sanitárias— do homem. O discurso da Puericultura, enviesado pelos médicos, propõe a normatização da melhor maneira de cuidar das crianças, dentro de casa, assim, prevenindo-as de adoecer nas ruas e, no futuro, tornarem-se mão de obra barata para as indústrias e o capitalismo em ascensão. Como a mão de obra feminina era desvalorizada, coube à mulher render-se ao cenário doméstico, cuidando da saúde e educação da família. Soares (2007) discorre detalhadamente em seu trabalho a importância da mulher para o desenvolvimento do capitalismo e para a educação física de uma lógica higienista.

Se a mulher foi designada como responsável pela educação dos corpos de seus maridos e suas crianças, por que não, julgá-la quanto ao cuidado com seu próprio corpo? De vestimentas que valorizavam sua silhueta às passarelas de moda em Paris, o corpo feminino sempre esteve sendo exibido a juri para receber avaliação. Hoje, nas redes sociais, principalmente, o Instagram.

4.2. Problematização dos discursos nas redes sociais

Nossa cultura, atualmente, valoriza o culto ao corpo excessivamente e, muito, é de responsabilidade midiática. Almeida (2017, p. 16) afirma que "os meios de comunicação, independentemente do tipo e da época, se constituem em veículos formadores e/ou influenciadores de opiniões, uma vez que transmitem mensagens ao público", obviamente, a mídia trabalha e cresce junto à sociedade do consumo, por sua vez, não é estranho que um padrão seja estabelecido por essa, determinando o que é belo e aceitável, homens e mulheres são submetidos à exposição do 'fitness' como padrão, esse que "parece reunir valores instrumentais e cerimoniais, estando apto para ser mostrado, e representa vitalidade, saúde, controle, poder e utilidade" (ALMEIDA, 2017, p. 15). Embora a imposição midiática e pressão para que homens e mulheres alcancem o corpo perfeito, esse trabalho trata especificamente da mulher e a mídia Instagram.

Porém, demonizar única e exclusivamente o Instagram como principal responsável pela exposição e julgamento público do corpo feminino, não é adequado. Não estamos falando da televisão —mesmo que seja um ator da situação— e novelas, tão pouco de filmes, mas da vitrine que antecede o Instagram em uma escala menor de alcance, as revistas de moda. Embora hoje não seja comum nos deslocarmos até uma banca de jornal para comprar um volume de revista, há dez

anos, esse ainda era um hábito da maioria dos brasileiros. Quantas vezes não paramos em frente uma banca para apreciar a capa de revistas como Vogue; Elle; Harper's Bazaar; i-D e W Magazine? Toda mulher já fez isso e sim, nós, mulheres brasileiras nos prostramos a admirar e nos comparar à mulheres eleitas 'ideais' por padrões estrangeiros. Afinal, nenhumas das revistas anteriormente citadas (mais populares do mundo) são brasileiras. A meu ver, as revistas de moda têm o mesmo efeito do Instagram quanto à exposição e avaliação do público, a principal diferença está na facilidade de acesso e alcance que as redes sociais proporcionam. Atualmente, a maioria das revistas de moda não imprimi volumes e sim disponibiliza o mesmo em arquivo *pdf* para seus sites, no entanto, todo esse conteúdo também é colocado em seus perfis no Instagram.

Segundo o levantamento, recente, publicado no site Oficina da Net[1], o *Instagram* é a terceira rede social mais usada no mundo, tendo um bilhão, duzentos e oitenta e sete milhões de usuários; ficando atrás apenas do *YouTube* e, do campeão, *Faceebook*. O Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários. Todavia porém, hoje, o Instagram não se limita somente ao compartilhamento entre amigos por pura confraternização e estreitamento de laços; o Instagram se tornou uma rede de publicidade e propaganda onde é possível divulgar e vender tudo, logo, não é de se admirar que muitos profissionais expandiram sua atuação e currículo para plataforma virtual. Tavares (2019, p. 12) comenta que a "*marketização* invade todas as áreas da existência humana do profissional […] como se relaciona e com quem se relaciona e inúmeras outras questões inerentes a vida passam a ser respostas e soluções para a vida do público que consome" e isso acontece em todas as áreas: saúde, esporte, lazer, moda, alimentação, negócios imobiliários, etc. Não há nada que não possa ser comercializado no Instagram.

Com o crescimento da plataforma e as possibilidades que a mesma oferece, uma nova categoria 'profissional' emergiu: os influenciadores digitais. Simplificando, de acordo com o texto disponível no blog Circulando Univale[2], o papel do influenciador é levar conteúdo para seus seguidores, gerar valor para as marcas e engajar seu público com seu conteúdo, além de converter em possíveis compradores para marcar parcerias. Essa tomada de território midiático pelos influenciadores digitais começou em 2015, porém, com a chegada da pandemia, tivemos uma aceleração do comércio digital, fazendo várias empresas recorrerem à internet para manter o seu trabalho, o que proporcionou o crescimento dos digitais *influencers*, de acordo com as informações disponíveis no blog Circulando Univale.

[1] Disponível em: <As 10 maiores redes sociais em 2021 (oficinadanet.com.br) >. Acesso em: 02/08/2021.
[2] Disponível em: < O Impacto dos Influenciadores Digitais na vida de seus seguidores (univale.br) > Acesso em 01/02/2022.

De acordo com levantamentos disponíveis no blog JeanBaú[3], o público do Instagram é majoritariamente dividido em 51% de mulheres e 49% de homens; quanto à faixa etária que detém o maior número de usuários é de 25 a 34 anos de idade, ou seja, um público jovem e, em maioria, feminino. Logo, não é incomum que haja um 'padrão' para as influenciadoras digitais. Qual seria esse padrão de influenciadora de sucesso? Branca, loira ou morena, mas de cabelo liso, esguia/*fitness*. É óbvio que conhecemos muitas influenciadoras negras que fogem desse estereótipo e, de fato, quando se trata de influenciadoras com traços negros, o estereótipo é sexualizado: seios fartos, pernas grossas, bumbum e quadril avantajados, lábios carnudos e pele bronzeada. Porém, quando pensamos em marcas de cosméticos, roupas, acessórios, etc., a maioria das parcerias de trabalho é com mulheres do estereótipo "Bárbie". Seja em propagandas da televisão, YouTube ou Instagram: a mulher branca continua sendo "a cara" do mercado. Por tanto, a mídia expõe, sem rodeios, qual a mulher que desejam. Qual o rosto. Qual a cor e tipo de cabelo. A mulher brasileira, porém, não se encaixa completamente ao perfil necessário, e então? Criamos nossa própria identidade? Criamos resistência? Não, na maioria dos casos, as mulheres brasileiras recorrem à cirurgia plástica e procedimentos estéticos. Toledo (2012) afirma que a insegurança das mulheres quanto à aparência tem relação direta com influência midiática, assim, é comum recorrerem às cirurgias plásticas para se adequarem ao padrão de beleza aceito pela maioria, uma vez que ser diferente da maioria é quase considerado crime a autora acrescenta ainda que as cirurgias plásticas estão acontecendo cada vez mais precoce, em adolescentes, pois os procedimentos são acessíveis a todos. Essa conclusão é interessante, pois, concorda com os resultados da pesquisa feita por Aquino (2009) em sua dissertação onde discute a normalização da cirurgia plástica entre jovens brasileiras de classe popular. Existe o padrão idealizado socialmente para mulheres, esse padrão, não condiz com a realidade das mulheres brasileiras e uma solução rápida para alcançá-lo é por meio da cirurgia plástica que, agora, apresenta-se acessível (financeiramente), pois, é possível, por exemplo, parcelar o valor do serviço a ser pago em prazos longos com valores mínimos. Por tanto, como nos resultados das entrevistas de Aquino (2009), mulheres entre vinte e trinta anos, assalariadas, planejam realizar suas cirurgias para sentirem-se bonitas e adequadas à sociedade, ao estereótipo feminino de mulher bonita, mulher ideal.

Menegassi e Guimarães (2012) também realizaram um trabalho de pesquisa em que são entrevistadas mulheres com idade entre vinte e trinta e cinco anos que se submeteram ao implante mamário (próteses de silicone); essas participantes foram questionadas a respeito de suas motivações e expectativas em relação à cirurgia plástica. Selecionei, porém, três respostas que melhor ilustram o debate.

[3]Disponível em: < Público do Instagram: confira o perfil da rede | Blog | Jean Baú (jeanbau.com.br) >. Acesso em: 03/08/2021.

> "Eu até me sentia um pouco inferior a algumas outras meninas e mulheres que tinham ou tem seio e tal, podiam usar certos modelos de roupa, eu até que podia, mas eu achava que não ficava tão bonito, então daí depois que eu coloquei eu acho que ficou na altura das outras meninas que eu achava que ficava bonito" (Fala de 'P1', p.60).

> "Eu esperava que ficasse bom né? Eu esperava que ficasse igual da TV, igual eu via das mulheres da TV, bem grande. Que eu olhava e achava bonito, e eu esperava que ficasse igual" (Fala de 'P5', p. 60).

> "Que eu via as outras que tinham bastante seio e eu tinha pouquinho, mas, só pelo tamanho não teria feito, se fosse só por estética assim, é porque tava precisando mesmo" (Fala de 'P2', p. 57).

A pesquisa de Menegassi e Guimarães (2012) apontou resultados que foram divididos nas seguintes categorias: a) mudança do corpo: insatisfação com o corpo "natural", sentimento de falta e busca de felicidade; b) desdobramentos do procedimento cirúrgico: felicidade/autoestima, tornar-se uma pessoa melhor, atingir expectativas de preenchimento e falta; c) conhecimento sobre o procedimento: conhecimento científico e conhecimento de senso comum; d) sentimentos em relação à cirurgia: sentimentos positivos e sentimentos negativos; e) concepção de beleza: corpo, mais que corpo e olhar do outro.

Percebeu-se, a partir das falas das participantes que os principais motivos pelo qual as mulheres se submeteram a cirurgia plástica foram: a insatisfação com seu corpo quando comparados aos de outras mulheres (sejam essas, mulheres que viam na rua, praia, calçadão e/ou televisão) que elas consideravam mais "bonitas" por terem seios grandes e influência de outras pessoas que afirmavam a necessidade e, com isso, aumentavam sua insegurança em relação às suas insatisfações quanto a aparência de seus seios. As oito participantes da pesquisa estavam informadas sobre todo o processo pré e pós-operatório, assim como, os riscos à saúde e possíveis complicações que poderiam ter, ainda assim, nenhuma das mesmas cogitou a ideia de desistir da cirurgia. Quando questionada sobre a cirurgia e a recuperação no pós-operatório a fala da P5 me chamou atenção, a mesma afirma "na verdade eu não tinha medo, porque eu queria tanto que eu pensava 'vai doe mais vai passar, eu vou aguentar porque eu sei que vai passar e eu quero tanto que eu to disposta a aguentar qualquer coisa'"(MENEGASSI & GUIMARÃES, 2012, p.62). A sensação é de que há uma normalização da dor como preço a ser pago pela beleza corporal que está, na situação da pesquisa, totalmente ligada à realização pessoal das mulheres. Quanto à última categoria dos resultados, sobre concepção de beleza, P7 afirmou "bom, a TV mostra as mulheres mais bonitas, de bumbum grande, peito grande, mas eu acho que o que importa é você se sentir bem" (p.63).

A fala da participante, citada acima, concorda com o discurso de Goldenberg (2011) que afirma haver, na cultura brasileira, o costume da 'imitação prestigiosa'. A maioria das mulheres brasileiras têm em mente que as mulheres exibidas na televisão são exemplos a serem seguidos,

sejam elas cantoras, atrizes, âncoras de jornais ou apresentadoras de programas de esporte, humor, ha um perfil da mulher televisiva, tal como apontam Azevedo e Mauro (2018), esse perfil expõe "mulheres brancas (poucas vezes mulheres negras estão em posição de destaque), sempre jovens, sempre magras com maioria delas de cabelos loiros e, preferencialmente, lisos (poucas vezes os ondulados e raramente os cacheados)" (p.122). Por quê? Porque "por melhor preparada que uma mulher seja intelectualmente sempre que ela se projeta a frente de uma ideia ela é antes julgada pela sua aparência e depois pelo que ela tem a dizer" (CARON, 2006, p. 06), portanto, dedicar seu dinheiro e expectativas no adorno corporal é a melhor aposta para o sucesso.

É importante ressaltar, porém, que "este processo de imitação não é, necessariamente, um ato consciente dos membros de cada cultura" (GOLDENBERG, 2011, p. 545). Azevedo e Mauro (2018) concluem que "quanto mais as mulheres empoderam-se e torna-se independentes financeiramente e socialmente, mais o mito da beleza evolui" (p.133). Logo, compreende-se que "a mulher contemporânea sofre um paradoxo promovido pela mídia e pelo capitalismo. Elas possuem liberdade para serem o que quiserem, mas são dependentes da imagem repassada pelos meios de comunicação" (p.134).

Em 2021, o Brasil já se tornou o número um em realização de cirurgias plásticas[4], sendo os três procedimentos mais procurados e realizados: 1. Rinoplastia; 2. Mamoplastia; 3. Lipoaspiração. Infelizmente, esse dado não é surpresa para maioria de nós. Pesquisando sobre a procura por cirurgias plásticas, encontrei uma entrevista com o cirurgião Sérgio Romay[5] em que o mesmo comenta sobre um dado alarmante: o crescimento da procura de cirurgias plásticas por adolescentes e jovens de idades entre 13 e 18 anos. O cirurgião foi questionado sobre a causa do crescimento da procura pelo procedimento entre os jovens e responde:

> "As redes sociais afetam os adolescentes tanto no momento de fazerem suas publicações e não gostarem das fotos, quanto pela recepção das outras pessoas. Os comentários podem influenciar os jovens a realizarem cirurgias para se sentirem melhor consigo mesmo. Há ainda um fenômeno chamado 'Dismorfofobia do Snapchat', que teve origem nos filtros disponibilizados por este aplicativo e que alteram a face e o corpo das pessoas. Estes filtros se tornaram muito populares entre os adolescentes e de uma certa forma influenciam os jovens a quererem realizar as cirurgias com base na imagem construída pelo filtro" (Sérgio Romay, em entrevista ao Digitais PUC – Campinas).

Atualmente, também temos muitos filtros no Instagram que mudam o tamanho do rosto e formato, cor da pele, cor dos olhos, proporciona aumento dos lábios, afilamento do nariz, aumento dos cílios, etc. Caron classifica essa geração das redes sociais como *cyborgs*, criações da inserção da tecnologia no mundo estético em busca do "perfeito" e explica que "não se trata de seres vindos de filmes de ficção científica, mas nos próprios seres humanos que utilizam-se de próteses e outros

[4]Disponível em: <Brasil lidera ranking mundial das cirurgias plásticas com preços acessíveis - eutbem ;-) >. Acesso em: 05/08/2021.

[5]Disponível em: <Brasil lidera ranking mundial de cirurgias plásticas - Digitais | Faculdade de Jornalismo da PUC-CampinasDigitais | Faculdade de Jornalismo da PUC-Campinas >. Acesso em: 03/08/2021.

recursos tecnológicos em seus corpos, transformando em meios de informação que estende a função da pele" (2006, p. 03).

É comum pessoas que se submetem às cirurgias plásticas ou demais procedimentos estéticos, justificar seus feitos alegando ser pelo bem de sua saúde, física ou mental. Tomemos, portanto, o implante de próteses mamárias (silicone) como exemplo. Na pesquisa de Menegassi e Guimarães (2012), as participantes alegaram sentirem-se cabisbaixas e após a cirurgia plástica recuperaram sua autoconfiança, portanto, é possível considerar que seja um ato pelo bem da saúde mental das mesmas. No entanto, você sabia que já existem estudos sobre a *doença do silicone?* Particularmente falando, eu não tinha ideia e quando soube do que se tratava, não imaginava ser algo da escala como é; foi um grande choque, afinal, é uma doença causada pelo silicone! E o silicone é a cirurgia que quase toda mulher sonha ou sonhou em fazer, certo? Mesmo me considerando uma pessoa ativa no instagram, em relação à temáticas feministas, simplesmente não tinha nenhuma noção do debate até ver uma publicação[6] no instagram do Movimento Corpo Livre e, logo em seguida, tema associado às minhas buscas por cirurgias de implante de próteses mamárias. A fim de aprofundar um pouco mais o assunto, pois é uma oportunidade, realizei uma busca[7] no *Google* sobre o assunto e encontrei dois materiais que chamaram atenção: 1. pesquisa de pós-graduação[8] em antropologia social tratando da doença do silicone e internet em uma reconfiguração na trajetória das mulheres que realizaram o explante da prótese mamária; e 2. matéria no blog O TEMPO[9], sobre os riscos do silicone à saúde da mulher e o crescimento do explante mamário (retirada das próteses) quanto cirurgia estética, mas também como uma rede de informação e apoio entre mulheres.

A pesquisa de pós-graduação trás informações precisas sobre o tema e como ele emerge na internet (data-se que a temática aparece nas redes desde o ano de 2017, apenas) através de redes de apoio no Facebook e Instagram, a pesquisadora teve como intuito mapear informações que circulam na internet, justamente, por alcançar um maior número de pessoas em menos tempo (característico de informações disponibilizadas em plataformas virtuais).

De acordo com Silva (2021, p.09), "a doença do silicone, como categoria, serve para aglutinar experiências semelhantes de mulheres que implantaram silicone nas mamas e sentem-se adoecidas pelas próteses feitas desse material" e complementa, em seguida, que a doença do silicone "causa efeitos, pois aglutina experiências que têm, em nível variável, características em comum, produzindo associações entre mulheres nela interessadas graças às suas vivências" (p.09)

---

[6] Disponível em: <Movimento #CorpoLivre (@movimentocorpolivre) • Fotos e vídeos do Instagram>. Acesso 08/08/2021.

[7] Buscadores: doença do silicone; problemas causados pela prótese de silicone; riscos do uso de silicone nos seios.

[8] Disponível em: <001131144.pdf (ufrgs.br)>. Acesso 08/08/2021.

[9] Disponível em: <'Doença do silicone': um risco que pode estar associado à prótese mamária | O TEMPO>. Acesso 08/08/2021.

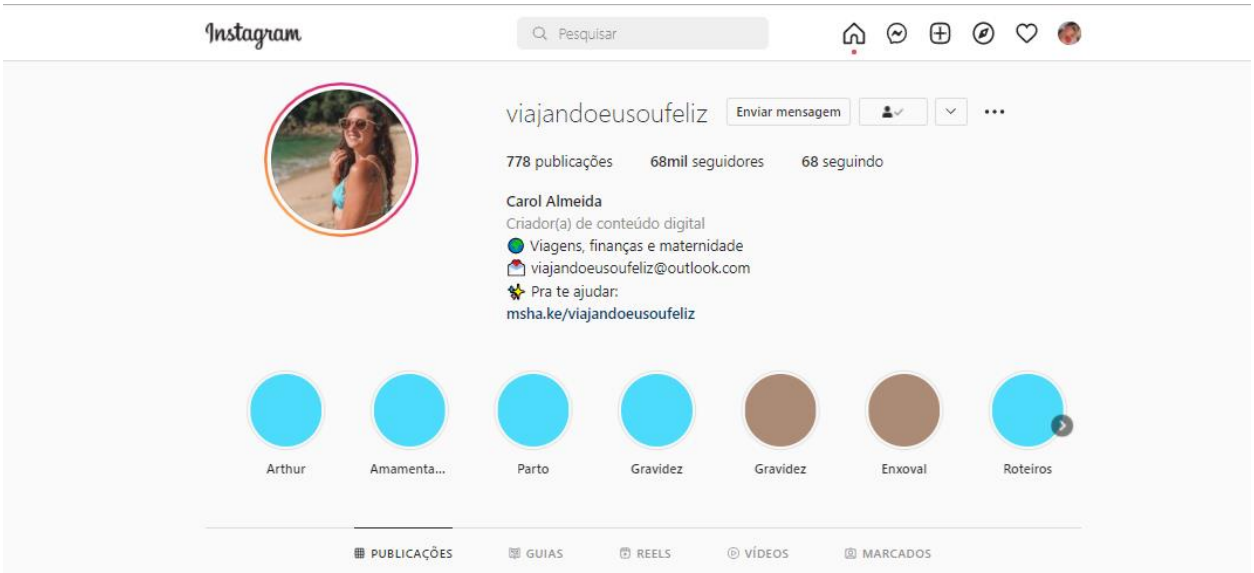
ou seja, não ha um diagnóstico exato da doença., para ser mais exata, existe uma lista de sintomas e mulheres que têm próteses mamárias que identificaram esses sintomas após a cirurgia plástica (ato inicial de colocar próteses), essas mulheres se reúnem para compartilhar essas experiências ruins de adoecimento (com base nos sintomas e como afetam sua qualidade de vida, pois, não se resumem a sintomas apenas, mas quadros de depressão, ansiedade, complicações na coluna), etc e apoiar, incentivar, confortar e tranquilizar quem sofre da doença do silicone na decisão de remover as próteses e realizar a cirurgia de explante; uma participante dessa pesquisa, inclusive, ressalta que houve enfrentamento de alguns cirurgiões com os quais se consultou solicitando o explante, houve resistência médica.

Enquanto a pesquisa de Silva (2021) trás a trajetória da doença do silicone relatada na internet, de como as mulheres têm acesso às informações por um grupo de apoio no Facebook, seus diagnósticos e experiências a principal rede social utilizada é o Facebook, diferente da notícia no portal O TEMPO, escrita por Letícia Fontes em 2020, é citada, em um dos casos, a influenciadora digital, Carolina Almeida (@viajandoeusoufeliz[10]) e sua experiência com o silicone e o eventual explante das próteses, a rede social exposta como meio de comunicação e divulgação de informações sobre o assunto é o Instagram, por tanto, preferi me ater aos dados desse texto principalmente.

No texto do blog são apresentados alguns recortes de publicações do que pode ser considerado uma espécie de 'diário de explante' que Carol fez em seu Instagram. Foi inevitável não ir até o perfil da mesma para compreender melhor sua história. Carolina é uma influenciadora digital e seu conteúdo no Instagram é sobre viagens, finanças (relacionadas às viagens como custos de alimentação, hospedagem, passagens, etc) para dentro e fora do Brasil; sua vida pessoal (relacionamento e maternidade) e o explante das próteses. Seu perfil (figura 1) tem sessenta e oito mil seguidores e destaques (ferramenta do Instagram que funciona como uma espécie de catálogo fixo) mostrando seu conteúdo com mais detalhes. Carol tem diversas publicações expondo suas próteses de silicone explantadas, mostrando-se sempre feliz e, ao mesmo tempo, enojada do corpo estranho que esteve presente em seu organismo. Em sua primeira publicação após a cirurgia, Carol conta que o dia que realizou o explante das próteses mamários foi também o dia em que ela renasceu, como mulher, para viver um novo momento.

Figura 01 - Perfil da influenciadora Carolina Almeida

[10] Disponível em: <https://www.instagram.com/viajandoeusoufeliz/>. Acesso 11/12/2021.



Fonte: <https://www.instagram.com/viajandoeusoufeliz/>, 2022.

A cirurgia de retirada das próteses de silicone foi realizada no dia 24 de julho de 2020, Carol compartilhou uma foto (figura 2) em seu Instagram de seu pós-operatório esbanjando felicidade e um texto desabafando sobre como se sentiu em relação à cirurgia. Sendo mais específica, ela fez três publicações seguidas sobre o acontecimento.

Figura 02 - Primeira publicação de Carol após a cirurgia de explante

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CDCjNy8nLn7/>, 2021.

Nós, mulheres, desde os primórdios temos existido e resistido em uma sociedade patriarcal e machista, "aquela que é determinada pela separação de papéis de gênero e subjugação da mulher ao homem" (AZEVEDO & MAURO, 2018, p.120). É claro que hoje, os movimentos de resistência e lutas feministas é maior que outrora, no entanto, não o bastante para acordarmos sem sentir o peso de 'ser mulher' em nossos ombros. Ser mulher, como relatam Azevedo e Mauro (2018), é sinônimo de seguir padrões de conduta, estar sendo julgada por padrões estéticos, ideais de mulheres perfeitas, que seriam mulheres dóceis ou então, nos dias atuais, da mulher magra, sexual, com traços finos e curvilínea, além disso, "o corpo é uma grande ferramenta de alusão à sociedade, tudo que é imposto pela mídia é o mais importante" (TOMAZ, et, al,. 2020, p. 121), logo, "quanto mais próximos dos padrões de beleza que fazem parte do imaginário social, mais valiosos se tornam os indivíduos" (TOLEDO, 2012, p.02). Nós sabemos, não é verdade? Que quanto mais "pese mulheres estarem em constante busca pela sua existência em espaços públicos e privados, nas relações de poder, ainda se encontram atrofiadas a um ideal de pertença sexual, dos atributos que as farão sentir aceitas, belas e atrativas" (AZEVEDO E MAURO, 2018, p.120) mais a estratégia da sociedade de consumo, adjunto das mídias têm êxito em sua missão de tornar-nos dóceis. O resultado é óbvio, mulheres insatisfeitas consigo mesmas, de modo que "a realização de desejos e fantasias passa a ser conseguida através dessas próteses, simulacros. Na extensão do corpo parece não haver limites nem repressões" (CARON, 2006, p.03). Portanto, procedimentos agressivos como cirurgias plásticas tornam-se normais.

Sobre a doença do silicone, mencionada por Carol em suas publicações, o blog trás considerações da cirurgiã plástica, membro da sociedade brasileira de cirurgia plástica, Anne Karoline Groth, e a mesma afirma que a doença do silicone é algo extremamente novo, muito genérico e foi citado somente em 2011; está relacionada a qualquer corpo estranho em seu corpo, logo, pode ser uma vacina ou alumínio, por exemplo. Acrescenta que é um diagnóstico muito difícil e inespecífico, uma vez que não existe exame. Ainda assim, a cirurgiã afirma que a cirurgia para colocar próteses de silicone é segura e é cedo demais para conclusões que impeçam esse tipo de cirurgia plástica.

Outra consideração é que, no mesmo texto, acontece uma mini-entrevista com outra cirurgiã, dessa vez, Dra. Fabiana Catherino[11], seguem duas das quatro perguntas que foram feitas à mesma:

> "[Pergunta] O que é a doença do silicone? Existe relação direta com a Síndrome ASIA? São coisas distintas? [Resposta] A Doença do Silicone e a Síndrome ASIA são causadas pela prótese de silicone. Importante destacar que a Síndrome ASIA pode ser causada também por outros adjuvantes, que são corpos estranhos dentro do organismo, como vacinas, próteses ortopédicas, preenchedor facial, etc. A diferença é que na Síndrome ASIA, a prótese, como um corpo estranho, faz um gatilho para uma doença autoimune, onde o corpo reage contra ele mesmo. Já a Doença do Silicone não é um gatilho autoimune, é o próprio gel de silicone que

[11] Cirurgiã plástica, membro especialista pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (CRM/SP 121444)

> tem substâncias tóxicas e essas substâncias geram essa doença. Tanto uma quanto a outra têm sintomas muito parecidos e inespecíficos. Por isso, é tão difícil de se fazer um diagnóstico. Elas têm sintomas vagos, que servem para diversas outras doenças e não existe um exame que confirme" (por: Letícia Fontes, blog O TEMPO12).

> "[Pergunta] Por que existe tanta dificuldade para se identificar a doença e até mesmo um tabu entre os médicos sobre o assunto? [Resposta] É complicado você dar um diagnóstico, a gente consegue ter a confirmação da doença quando faz o explante da paciente e vê que ela melhora. O tabu sobre o assunto é porque existe uma indústria por trás de tudo isso, que gera um mundo gigantesco. Existem, aproximadamente, 15 milhões de mulheres no mundo com prótese de silicone hoje. Então, é um mercado muito grande e pelo que existe de estudos, o número ainda é pequeno, mas achamos sim que têm sub-notificação. Por isso, o tabu também, não se tem números exatos, é uma doença de difícil diagnóstico, não tem um exame que confirme, então, como tudo na vida que está sendo novo sempre existe uma resistência natural. Ao longo do tempo, todos vão ter que sair da zona de conforto para entender esse diagnóstico e isso vai ser inserido naturalmente nos congressos, revistas e artigos" (por: Letícia Fontes, blog O TEMPO[13]).

Na situação do diagnóstico de Carol, ela compartilha que nove meses após colocar suas próteses começou a sentir dores articulares e musculares, ardência e queimação no corpo. Além disso, tinha pele, boca e olhos secos; perda de cabelo e de memória; dor de cabeça. Embora fizesse diversas consultas com médicos especialistas, não conseguiu um diagnóstico claro (concordando com a fala da Dra. Fabiana) e essa incerteza, diante de tantos sintomas que a machucavam por tanto tempo, acabaram servindo de gatilhos para depressão. A blogueira de vinte e sete anos relata que descobriu sobre a temática de explante das próteses de silicone aleatoriamente (quanto ela já os tinha colocado há quatro anos), através do instagram e que ao ler sobre, sobre os sintomas de outras mulheres, se identificou no mesmo momento e tomou a decisão de fazer o explante. Confessou que a decisão não foi fácil, pois, segundo as palavras da mesma,

> "O silicone foi uma realização para a minha vida, sempre quis. Eu cresci, como a maioria das mulheres, dentro de um padrão de beleza e estético, então até hoje, mesmo sabendo que fiz a melhor decisão que poderia ter feito, me bate uma tristeza às vezes quando me olho no espelho, mas eu mudei as minhas prioridades. Eu prefiro ter saúde, viajar, fazer trilhas. Eu prefiro ser feliz. Hoje entendo que não são duas bolas, um corpo estranho dentro de mim, que vão me fazer mais realizada. Não me arrependo".

A fala de Carol assemelha-se as falas da pesquisa realizada por Silva (2021), quando uma das entrevistadas comenta sobre a dificuldade de aceitar remover suas próteses, pois, era uma decisão que envolvia, por exemplo, sua família que sempre foi contra o procedimento, não a apoiaram a colocar, ela colocou, pois queria e foi incentivada por seu namorado e dois anos depois, quando percebeu que suas próteses estavam a adoecendo, deveria voltar à família e comunicar sua decisão de explantar, confessa que essa decisão mistura medo e vergonha.

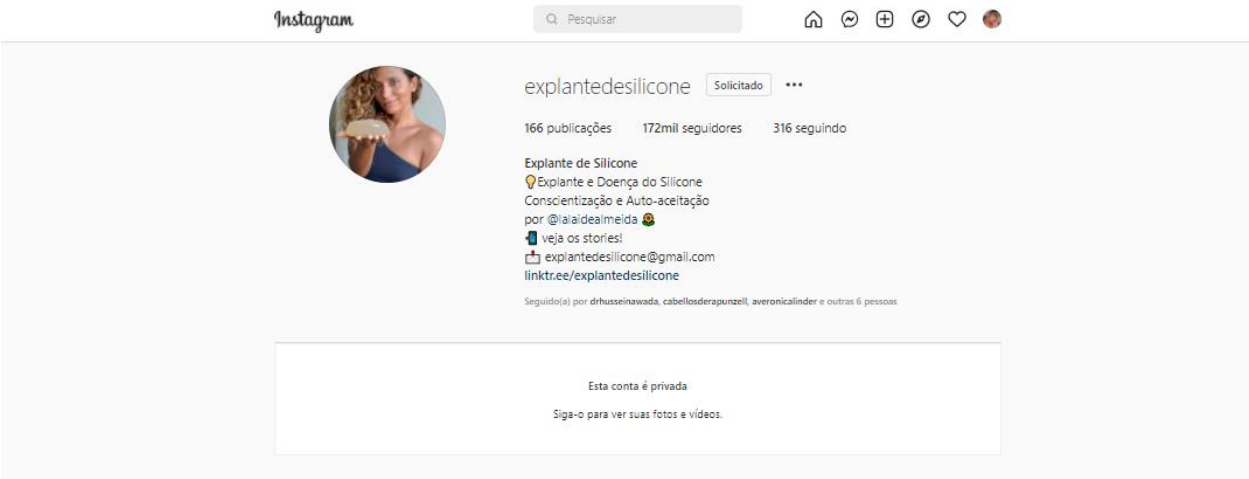
---

[12] Disponível em: <'Doença do silicone': um risco que pode estar associado à prótese mamária | O TEMPO>. Acesso 08/08/2021.

[13] Disponível em: <'Doença do silicone': um risco que pode estar associado à prótese mamária | O TEMPO>. Acesso 08/08/2021.

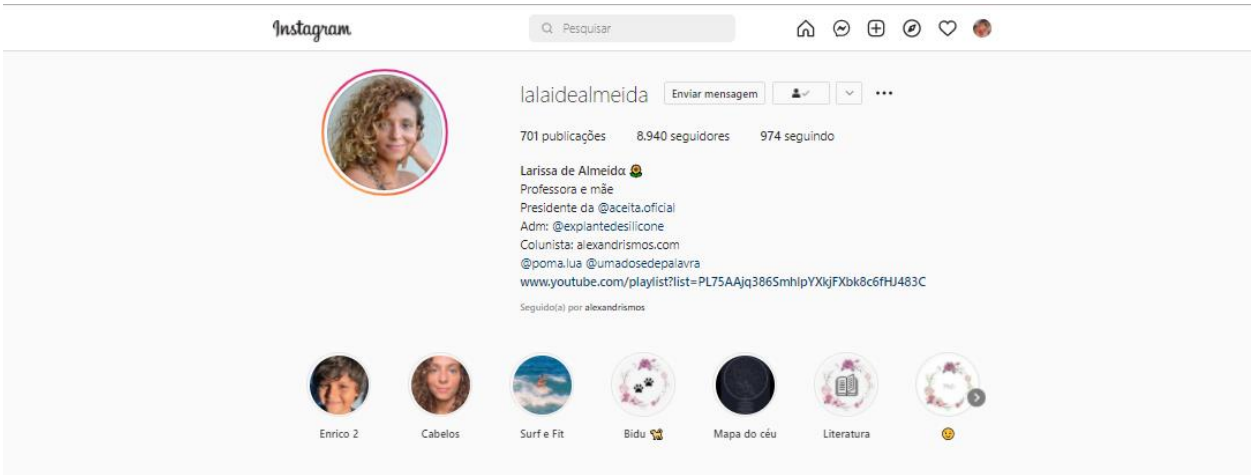
No mesmo artigo de informação do blog O TEMPO, outra (dentro muitas) influenciadora digital é citada e decidi trazê-la, pois, trata-se de uma mulher que dedica-se à propagação de informações sobre o explante de próteses de silicone através do seu perfil pessoal, mas, junto de grupo de colaboradoras, Larissa de Almeida (@lalaidealmeida14), trabalha conscientizando outras mulheres sobre os riscos da cirurgia plástica, especificamente, colocada de próteses de silicone nos seios através do perfil @explantedesilicone15. Esse perfil é uma conta privada (figura 3), logo, não vou conseguir ter acesso às publicações a menos que as administradoras do perfil aceitem minha solicitação16 para segui-las. Surpreendentemente, Larissa trabalha com a embaixadora do Movimento Corpo Livre, você pode ver isso no perfil da mesma (figura 4) que contabiliza mais de oito mil seguidores.

Figura 03 - Perfil de explante de silicone que Larissa administra



Fonte: <https://www.instagram.com/explantedesilicone/>, 2022.

Figura 04 – Perfil da influenciadora digital Larissa de Almeida



Fonte: <https://www.instagram.com/lalaidealmeida/>, 2022.

[14]Disponível em: Larissa de Almeida (@lalaidealmeida) • Fotos e vídeos do Instagram. Acesso 15/01/2022.
[15]Disponível em: Explante de Silicone (@explantedesilicone) • Fotos e vídeos do Instagram. Acesso 15/01/2022.
[16]Realizei a solicitação para seguir em 07/01/2022.

4.2.1 Discurso que abrange mulheres autoproclamadas adeptas do estilo de vida fitness

O senso comum nos leva a imaginar que as mulheres as quais buscam procedimentos estéticos e cirurgias plásticas sejam, na maioria, mulheres que não se encaixam no padrão de beleza ideal, correto? Alguém que esteja um pouco acima do peso, talvez vestindo o tamanho 44 ou até maior. Talvez, até mesmo alguém que tenha tido filhos e sente a necessidade de dar uma recauchutada no shape. A verdade, porém, é que não é exatamente isso. Você deve conhecer alguma das mulheres a seguir: Juliana Salimeni (@jujusalimeni [17]), Gracyanne Barbosa (@graoficial[18]), Viviane Araújo (@araujoviviane[19]),Vivi Winkler (@viviwinkler[20]) e Sabrina Sato (@sabrinasato[21]). Quem são elas? Vou apresentá-las, uma por vez.

Juliana Salimeni[22], seu nome completo é Juliana Salimeni dos Santos Correia, nascida em São Paulo, em 1986 é modelo, repórter, atleta e empresária brasileira. No instagram contabiliza mais de dezesseis milhões de seguidores e seu conteúdo é voltado para rotinas de treino, alimentação saudável/suplementação, divulgação de marcas de roupas (parcerias) e relacionamento.

Gracyanne Barbosa[23], seu nome completo é Gracyanne Jacobina Barbosa Vitorino, nascida em Campo Grande, em 20 de setembro de 1983 é uma modelo de fisiculturismo, rainha de bateria e ex-dançarina brasileira. Tornou-se conhecida como dançarina do grupo Tchakabum, onde ficou de 1999 a 2008. No instagram a atleta e modelo contabiliza mais de dez milhões de seguidores e seu conteúdo é sobre rotinas de treino (musculação, samba e *pole dance*), alimentação saudável/suplementação, receitas fitness fáceis de fazer, escola de samba (ensaios e roupas) e parcerias com marcas de roupa.

Viviane Araújo[24], seu nome completo é Viviane Araújo dos Santos, nascida no Rio de Janeiro em 25 de março de 1975) é uma atriz brasileira, que iniciou sua carreira artística como dançarina e modelo. No instagram já soma mais de onze milhões de seguidores e seu conteúdo é voltado à rotina de uma rainha de bateria, logo, mostrando seu treino e ensaios, além de figurino e outras preparações.

Vivi Winkler[25] é uma conhecida modelo fitness e fisiculturista do Rio de Janeiro, nascida em 1991. No Instagram, a conta da atleta soma mais de quatro milhões de seguidores, a loira é

[17]Disponível em: https://www.instagram.com/jujusalimeni/. Acesso 15/01/2022.
[18]Disponível em: https://www.instagram.com/graoficial/. Acesso 15/01/2022.
[19]Disponível em: https://www.instagram.com/araujoviviane/. Acesso 15/01/2022.
[20]Disponível em: https://www.instagram.com/viviwinkler/. Acesso 15/01/2022.
[21]Disponível em: http://www.instagram.com/sabrinasato. Acesso 15/01/2022.
[22]Disponível em: Juju Salimeni – Wikipédia, a enciclopédia livre (wikipedia.org). Acesso 22/02/2022.
[23]Disponível em: Gracyanne Barbosa – Wikipédia, a enciclopédia livre (wikipedia.org). Acesso 22/02/2022.
[24]Disponível em: Viviane Araújo – Wikipédia, a enciclopédia livre (wikipedia.org). Acesso 24/02/2022.
[25]Disponível em: Vivi Viviane Winkler - Maiores Físicos (greatestphysiques.com). Acesso 24/02/2022.

também conhecida pelo apelido de 'bárbie monstro' que é uma versão da boneca bárbie praticante de musculação, você pode conferir nas figuras 5 e 6.

Sabrina Sato[26], seu nome completo é Sabrina Sato Rahal nascida em Penápolis, 4 de fevereiro de 1981 é uma apresentadora e atriz brasileira. É um dos grandes destaques do carnaval no país. Ficou conhecida ao integrar por uma década o programa *Pânico*, tanto a versão radiofônica na Jovem Pan FM como na televisão, inicialmente na RedeTV! e depois na TV Bandeirantes.

O que essas mulheres têm em comum, além do estilo de vida saudável? Todas são consideradas 'musas fitness' e, mesmo diante de corpos esculturais como apresentam em suas redes sociais, essas mulheres se submeteram, e ainda se submetem, a cirurgias plásticas. Por quê? Porque o corpo 'forte' é o novo ideal, o antigo magro, tal como discorrem Venturini, et.,al (2020), as denominadas 'musas fitness' são as mulheres que mostram os corpos idealizados pela mídia como exemplo a serem seguidos. Falar sobre o corpo dessas influenciadoras digitais musas é complexo e desconfortável quanto futura atuante da área, pois, claramente, são mulheres que tornam-se escravas de seus corpos, escravas de um 'sucesso' baseado em uma rotina de sacrifícios onde abrem mão de sua liberdade aderindo às rotinas de treinos intensos e diários; dietas restritivas e reguladas minuciosamente por nutricionistas; sempre reféns da exibição excessiva em roupas justas, curtas que revelam suas formas e colocam o corpo a julgamento de seus seguidores que estão prontos para criticar qualquer imperfeição. Quais seriam essas imperfeições? Marcas como estrias ou celulites, falta de adereços, falta de traços femininos, não cumprimento de dieta, entre outros. Quando se tratam dessas mulheres, que decidiram investir em corpos de musculaturas potencializadas, não se espera menos que a perfeição. Jaeger & Goellner (2011) estudam a temática da potencialização muscular feminina sob uma perspectiva de mulheres fisiculturistas, ou seja, atletas que competem exibindo corpos com músculos volumosos que, até pouco tempo, ainda eram estranhados pela maioria das pessoas. As autoras discorrem sobre como houve uma estratégia para que essa visão da mulher forte, que até então só era 'aceita' para os homens, tornou-se aceitável e, hoje, popular.

A principal preocupação social a respeito dessas mulheres era a desfiguração do feminino, do estereótipo delicado e bonito que é totalmente oposto à imagem de um atleta de fisiculturismo, correto? Decidiu-se então que está tudo bem ser uma atleta de fisiculturismo desde que não perca seus traços femininos e para tal, atletas que inicialmente só se preocupavam em treinar e comer (que não é uma tarefa fácil) para produzir músculos viram-se obrigadas a adicionar às suas rotinas cuidados com o cabelo, unhas, pele; conhecimento de moda para aderir às roupas de suas performances e, não obstante, cirurgias plásticas e estéticas para modelar o feminino. No material das autoras, a fala de uma atleta me chamou atenção e gostaria de trazê-la.

[26]Disponível em: <Sabrina Sato – Wikipédia, a enciclopédia livre (wikipedia.org)>. Acesso 24/02/2022.

> "A figure e a fitness têm muito cuidado. A fisiculturista não tem muito isso, elas nem põem silicone. [...] Por isso é que a figure está aparecendo mais e começando a ficar mais conhecida, porque está começando a puxar o interesse do público. O público está começando a achar bonito. Não é como aquelas fisiculturistas que entravam descalças no palco. Nós não, temos que entrar de salto, toda cheia de brilho, fica mais feminino, mais bonito. Nós fazemos a coreografia sem salto, mas, para posar com o salto, a gente acaba aprendendo, treinamos bastante e acostumamos" (Sílvia Finocchi, em entrevista concedida em 7 de abril de 2008 *apud* JAEGER & GOELLNER, 2011, p.964).

Sílvia em sua fala comenta as diferenças da imagem produzida em cada categoria que são quatro[27], sendo elas: a) *physique* ou culturismo as atletas possuem os corpos mais volumosos do fisiculturismo, sendo consideradas o topo do esporte; b) figure ou *body fitness* o dá-se ênfase à construção de uma arquitetura corporal detalhadamente, as atletas precisam mostrar músculos potencializados que não podem ser tão volumosos nem tão estriados e, não obstante, é desejável que as atletas acentuem as suas feminilidades; c) fitness ou miss fitness, atletas com musculatura moderadamente potencializada e definida, mas é necessária uma apresentação que demonstre aptidão e feminilidade; d) *toned figure* ou *wellness,* exibem uma arquitetura corporal com pouco volume e pouca definição muscular, assim sendo, a beleza geral das mulheres é um dos critérios mais valorizados nas competições.

O que chamou minha atenção para fala da atleta foi o fato dela simplesmente 'querer dizer' sem falar diretamente, que as fisiculturistas do topo da categoria esportiva não são valorizadas por não serem femininas e com isso eu me peguei pensando o seguinte: o esporte não é sobre hipertrofia muscular? O que isso tem relação com silicone nos seios, apliques de cabelo e preenchimento labial? Exatamente, não tem nada a ver. Mas, como o fato de transformar esses corpos potenciais em mercadoria sexualizada mediante a fama, pouco importa o esporte ou o seu principal foco, importa conseguir patrocínio de suplementação e fama. Importa que essas mulheres precisam de uma imagem que possa ser consumida por qualquer público, principalmente, pelo público masculino.

Quando olhamos corpos como os de Juju Salimeni, Gracyanne Barbosa e Vivi Winkler, é impossível não associá-las às atletas de fisiculturismo, pois apresentam corpos com músculos potencializados absurdamente. Mas o motivo de trazer o fisiculturismo ao debate é que a lógica da aceitação de mulheres com corpos fortes é a mesma que se aplica às musas fitness do Instagram: está tudo bem serem fortes desde que sejam femininas e *sexy's.* A maioria das musas é modelo de linhas de roupa íntima e vestidos, o que as permite posarem para ensaios eróticos e que, com isso, geram a criação de um padrão, pessoalmente falando, ainda pior que o da magreza. O corpo que, por exemplo, Vivi Winkler exibe não é um estereótipo de beleza ideal na Coréia do Sul ou Inglaterra e esse padrão da mulher grande, saudável e feminina é mais complexo que o estereótipo da magreza como o de Bruna Marquezine e Gisele Bundchen, pois é um corpo mais caro, um corpo

[27]Angelita Alice Jaeger & Silvana Vilodre Goellner (2020).

que exige obrigatoriamente: seios grandes —que sabemos serem impossíveis quando se treina, logo, tendo de recorrer ao implante de silicone—, cintura marcada —que é difícil quando tem-se músculos do abdômen fortalecidos, sendo uma opção o uso de cintas modeladoras ou lipoaspiração—, pernas grossas e definidas, cabelo grande, unhas feitas, boca 'carnuda' e pele bronzeada. Talvez você não tenha percebido, mas nós não temos musas fitness de cabelo curto.

Figura 05 - Desenho da Vivi em sua versão Bárbie monstro

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CFIal-ZJUuE/>, 2020.

Figura 06 - Bárbie monstro inspirada no corpo da influenciadora Vivi

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CPdUguTjcoo/>, 2021.

O estereótipo de corpo "ideal", afirma Caron (2006) "como o termo já diz é inatingível. Persegui-lo é uma lógica suicida" (p.05) e acrescenta que "além de estimular a busca paranoica pelo padrão inatingível de beleza que expande a ansiedade, que por sua vez é projetada na necessidade de consumir o corpo como objeto" (p.05). Embora seja, de fato, uma lógica suicida,

as mulheres são bombardeadas cada vez mais por propagandas, imagens, etc., é por isso que fiquei surpresa (positivamente) com o perfil Movimento Corpo Livre[28] no Instagram.

4.3 Movimento Corpo Livre

Movimento corpo livre é como conhecemos no Brasil, através do Instagram. No entanto, a ideia não é de origem nacional, pois veio de Los Angeles, nos Estados Unidos como *body positive* ("corpo positivo") juntamente do ativismo gordo em meados dos anos 1960 e 1970 encabeçado por um grupo de mulheres feministas. Qual a ideia desse movimento? De acordo com material disponível nas plataformas virtuais VISTO.BIO[29] e BIOSSENCE[30], o *body positive* ou *body positivity* é um movimento que preza pela aceitação corporal sem a necessidade de se enquadrar em um padrão corporal estabelecido, seu lema consiste em dizer ao mundo "meu corpo, minhas regras".

É de senso comum imaginar que o *body positive* esteja relacionado ao corpo gordo, no entanto, esse movimento é muito mais amplo, estendendo-se para condições da pele (ex: melasmas, vitiligo, albinismo ou sinais de nascença); nariz grande; cicatrizes (ex: queimaduras, marcas de nascença, cicatrizes cirúrgicas); deficiências (ex: paralisia, membros amputados ou má formação congênita); sinais de envelhecimento (ex: rugas, cabelos brancos, pele flácida) e, ainda, celulite e estrias, entre outras mais como, por exemplo, homens, e o público LGBTQ+.

A fim de adentrarmos um pouco mais nos ideais pelos quais esse movimento luta, trouxe três dos principais pontos da filosofia do *body positive*:

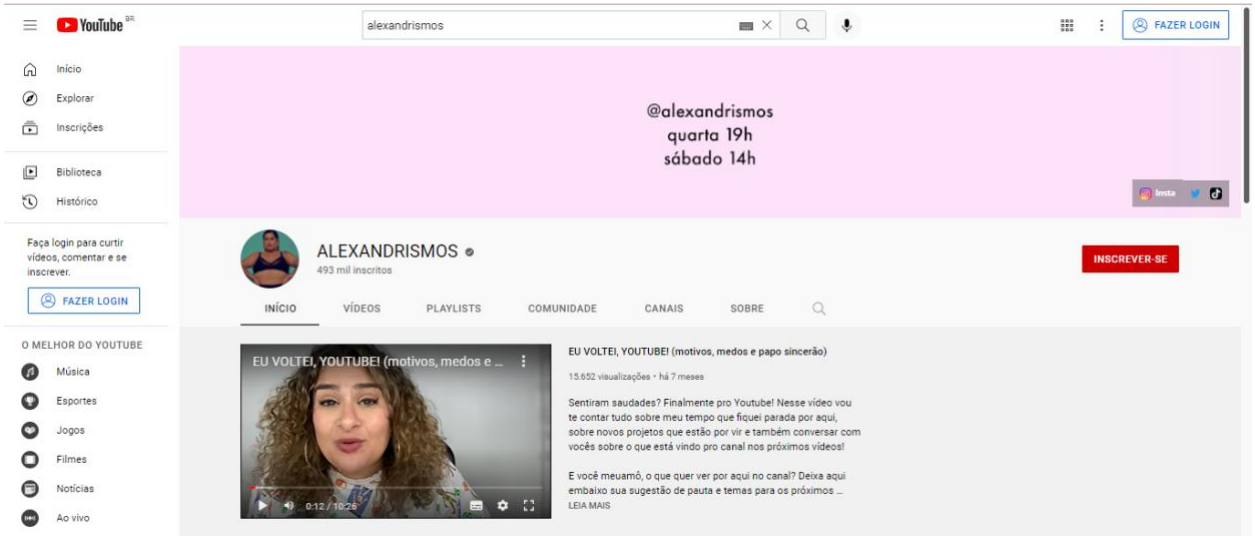
- Aceitar não é se conformar: Um corpo que tem consciência que para se "cuidar" é preciso se amar primeiro. Então, o processo de se aceitar não quer dizer que você deva se conformar, mas se aceitar é sobre amar o seu corpo para poder cuidar sempre dele.
- Não se compare a outras pessoas: Nós somos seres únicos, nossas marcas, cicatrizes, dobras, cores nos fazem diferentes e também especiais. Cada um a sua maneira.
- Analise suas próprias qualidades: Não somos feitos só de defeitos, o corpo positivo é se enxergar de uma maneira mais positiva de autoaceitação as suas qualidades que também são especiais.

Caso você seja uma pessoa que já acompanha o perfil Movimento Corpo Livre no Instagram, definitivamente, está familiarizado com esse discurso, pois, a diferença entre *body*

[28]Disponível em: https://www.instagram.com/movimentocorpolivre/. Acesso 15/01/2022.
[29]Disponível em: <Corpo livre: O movimento de liberdade para os corpos – Visto.bio>. Acesso 15/01/2022.
[30]Disponível em: <Tudo sobre o movimento body positive | Biossance – Biossance-BR>. Acesso 15/01/2022.

positive e corpo livre é a nacionalidade. A ideia do *body positive* se popularizou em solo brasileiro através da hashtag #CorpoLivre (nome adaptado) no Instagram com o trabalho da jornalista, escritora e *influencer,* Alexandra Gurgel. De acordo com o blog área de mulher[31], 'Xanda', como prefere ser chamada por seus seguidores, é a 'cabeça por trás do Movimento Corpo Livre' que ficou conhecida depois de divulgar numa rede social, um tutorial de como colocar um biquíni e ir à praia. Formou-se em jornalismo pela PUC do Rio de Janeiro; é dona do canal Alexandrismos no YouTube [32] (figura 7) onde realiza debates/discussões sobre o movimento Corpo Livre, discussões[33] com as temáticas: gordofobia, autoestima, amor-próprio e as problemáticas que originam dos padrões de beleza, na figura 08 você pode conferir a *playlist* do canal e uma prévia dos debates que a influenciadora digital promove.

Figura 7 - Canal da Alexandra Gurgel no YouTube



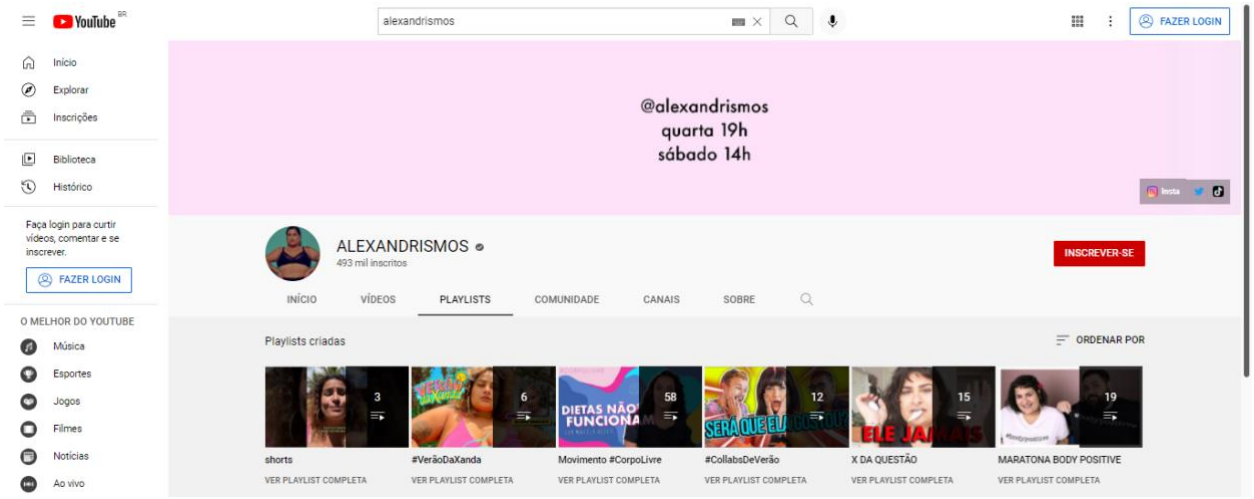
Fonte: <https://www.youtube.com/c/ALEXANDRISMOS>, 2022.

Figura 08 - *Playlist's* do canal da Alexandra Gurgel no Youtube

[31]Disponível em: <Movimento Corpo Livre, o que é e como ensina a amar o corpo como ele é (r7.com)>. Acesso 15/01/2022.

[32]Youtube: <ALEXANDRISMOS – YouTube>. Acesso15/01/2022.

[33]O blog BONITAS de CORPO trás uma discussão completa sobre a temática, disponível em: <#CorpoLivre | Bonitas de Corpo (unicap.br)>. Acesso 15/01/2022.



Fonte: <https://www.youtube.com/c/ALEXANDRISMOS/playlists>, 2022.

Alexandra Gurgel (@alexandrismos[34]) é a embaixadora do perfil Movimento Corpo Livre (figura 09) no Instagram que nasceu em 2013. Hoje, em 2022 o perfil conta com quatrocentos e trinta e oito mil (438,000) seguidores e a hashtag #corpolivre contabiliza mais de seiscentas mil publicações. Em sua biografia (espaço do perfil onde você disponibiliza um texto de apresentação) o perfil é apresentado em tópicos, da seguinte maneira: Mude seu olhar sobre beleza. Todo corpo merece respeito e amor. Use a hashtag "CorpoLivre" estamos observando (a palavra observando está representada por uma figura, um par de olhos, pode-se interpretar como: observando, vigiando, de olho, atentos). Fundadora @alexandrismos.

Quando falamos da mídia social Instagram e o conteúdo mais consumido, automaticamente, pensamos em publicidade feminina. Uma estratégia de marketing, de acordo com a pesquisa de Dias (2007) é ter como recurso estereótipos de imagem que funcionam como fórmula de sucesso ao se comunicar facilmente com os gostos do público-alvo.

> "Ele tanto favorece a percepção do conhecimento que é proposto em termos informacionais, quanto apresenta uma 'leitura' já assimilada do real, além de aproximar os sujeitos interlocutores que se sentem familiarizados por partilharem de antemão uma visão de mundo ou valores comuns. De uma forma ou de outra, a mídia se serve de estereótipos cuja eficácia depende da maneira como são mobilizados e do poder de sedução que exercem junto ao público a que ela se destina" (DIAS, 2007, p. 29).

Seja na televisão ou nos anúncios no Instagram, a imagem feminina tem como objetivo seduzir —seja através da sexualidade ou beleza— o público. Porém, a imagem de uma mulher com o cabelo raspado, tatuagens, roupa preta e sem maquiagem, não é a imagem que interessa, correto? Porque a imagem da mulher vendida na mídia é baseada em estereótipos de senso comum, exatamente como nos velhos ditados 'mulher veste rosa e homem azul', um pensamento que enfatiza os papéis de gênero, tão antiquado quanto homem usa calça e mulher usa saia, porém, em uma versão mais atualizada e mantendo a familiaridade com o senso comum. Lucena (2010, p.12)

[34]Disponível em: Alexandra Gurgel (@alexandrismos) • Fotos e vídeos do Instagram. Acesso 20/02/2022.

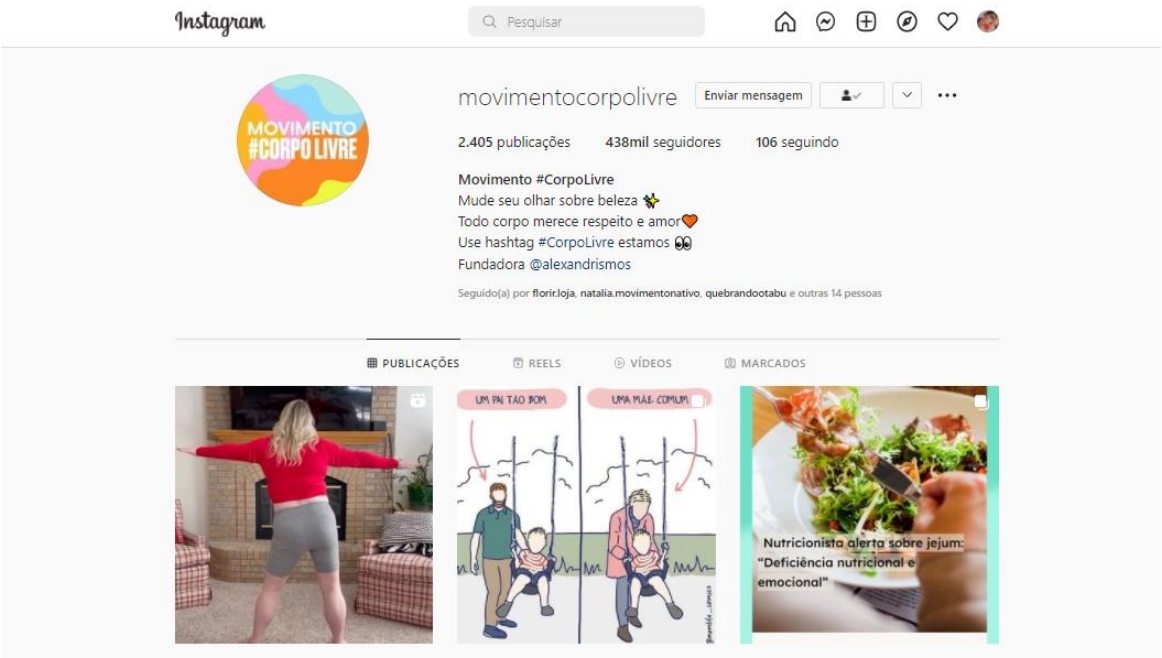
afirma que “para as camadas da sociedade que leem os textos midiáticos, as representações de gênero são fortemente marcadas, sugerindo normas de comportamento ‘adequadas’ aos homens e mulheres modernos”. Os produtos que mais vendem[35] no Instagram pertencem às categorias de saúde, cosméticos e perfumaria. Saúde no Instagram é sinônimo de imagem corporal, essa imagem trata-se do corpo fitness, o novo corpo ideal da moda. Temos o padrão de beleza estabelecido.

> “No caso do estereótipo da beleza, as publicidades não apenas apresentam os mais variados produtos para cuidar da aparência como também abusam de fotos de mulheres esguias e com o corpo bem torneado. A tirania desse padrão de beleza é, ao mesmo tempo, mostrada e desencadeada pelas publicidades, que estão em consonância com as matérias jornalísticas veiculadas pela mídia feminina. Em uma mesma revista há, por exemplo, publicidades de cosméticos e de alimentos que promovem o emagrecimento, fotos de modelos magras para ilustrarem as publicidades e matérias, reportagens sobre dietas, ginástica e ‘truques’ de beleza e depoimentos de mulheres que se submeteram com êxito a tratamentos estéticos os mais diversos e que por isso agora estão mais felizes” (DIAS, 2007, p.30).

A felicidade como prêmio pela conquista de uma imagem semelhante à idealizada, provavelmente, o que perturba nesse discurso seja a responsabilidade posta nas mãos do indivíduo, como aponta Venturini et, al., (2020, p.15) “responsabilidade pelo corpo incide no próprio sujeito”, logo, se você obtém sucesso os créditos são seus, da mesma forma que se você falhar, a falha também é de responsabilidade sua. Para Jacob (2014) as redes sociais são caracterizadas pela busca obsessiva de ideias inalcançáveis; por tanto, a proposta do Movimento Corpo Livre em desconstruir o corpo idealizado como padrão, ignorando papéis de gênero preestabelecidos socialmente coopera para que os usuários não sejam como os descritos por Alves (2017, p.703) “indivíduos cada vez mais conformados diante da realidade de barbárie social que vivem, abandonando inconscientemente sua autonomia enquanto seres emancipados”.

Figura 09 - Perfil do Movimento Corpo Livre no Instagram

[35]Disponível em: <O que mais vende no Instagram? Confira os principais produtos comercializados nessa plataforma (qipu.com.br)>. Acesso 09/03/2022.



Fonte: <Movimento #CorpoLivre (@movimentocorpolivre) • Fotos e vídeos do Instagram>, 2022.

5. Metodologia

A metodologia de pesquisa será predominantemente de cunho qualitativo por duas de suas principais características: "o caráter descritivo e o significado que as pessoas dão às coisas e à sua vida como preocupação do investigador" (NEVES, 1996, p.02). Por se tratar de uma pesquisa qualitativa será possível interpretar toda e qualquer informação que considerarmos relevantes de maneira aprofundada, seja um discurso relevante para minorias ou maioria, o tamanho do público ou quaisquer proporções quantitativas relacionadas ao discurso, propriamente dito, não terão significado considerável.

Devido à situação de pandemia à qual nos encontramos —o presente trabalho começou a ser redigido em 2021, quando ainda nos encontrávamos em situação de isolamento social rígido—, o trabalho será realizado *online,* pois percebeu-se que a plataforma Instagram atuou fundamentalmente no crescimento da atuação de profissionais de educação física por meio da mesma, assim como, houve a reconfiguração dos profissionais que orientam treinos personalizados trabalhando com *consultoria online*[36]; logo, o Instagram se tornou uma possibilidade de atuação. Os benefícios da pesquisa *online* que colaboraram para se tornar a modalidade desse trabalho são, principalmente o "baixo custo, tempo, facilidade do uso e ausência de restrições espaciais" (FLICK, 2013, p.167).

No entanto, trata-se principalmente da análise discursiva. Nosso objeto de pesquisa é o perfil do Movimento Corpo Livre no Instagram e pretendemos ler e interpretar os discursos produzidos pelo mesmo sobre a desconstrução corporal. Fischer (2001) em sua análise sobre Foucalt, fala que somente com a análise de discurso é possível trocar a interpretação de 'o que se queria dizer' por "descrever quais são condições de existência de um determinado discurso, enunciado ou conjunto de enunciados" (p.221), levando-nos a questionar "por que essa singularidade acontece ali, naquele lugar, e não em outras condições?" (ibidem). A autora ressalta ainda que "um determinado objeto existe sob condições 'positivas' de um feixe de relações que há condições de aparecimento histórico de um determinado discurso relativos as formações não discursivas (instituições, processos sociais e econômicos)" (p. 211), ou seja, precisamos compreender em que contexto histórico aquele discurso se constrói para podermos diagnosticar o que deve ser modificado e como; a metodologia de pesquisa que nos permite isso é a análise discursiva.

[36]Disponível em: <A atividade física em tempos de pandemia – aEmpreendedora>. Acesso em: 10/03/2022.

5.1 Produção dos dados

Para produção dos dados desse trabalho faremos uso da plataforma digital Instagram como principal fonte, especificamente, o perfil do Movimento Corpo Livre e outros relacionados. Buscando organizar a coleta de dados e os possíveis resultados, optei pelos seguintes passos:

1. Acompanhar as publicações realizadas no *feed*[37] do perfil a partir da publicação sobre a cantora Camila Cabello (16/06/2021) pelo período de três meses, ou seja, o período de acompanhamento foi de 16/06/2021 até 16/09/2022;
2. Contabilizar conteúdo: no período de três meses estivemos observando a arquivando todas as publicações que foram realizadas, chegando a um total de trezentas publicações pelo perfil Movimento Corpo Livre, essas variavam entre fotos e vídeos sobre temáticas características de discussões sobre o corpo;
3. Organizar temáticas disponíveis no perfil: embora o movimento corpo livre seja abrangente, mapeamos as publicações feitas nesse período e, até mesmo, antes dele, para ser possível listar quais são as temáticas discutidas, uma vez que não são conteúdos aleatórios sem relação com a ideia de 'corpo livre' e 'amor-próprio';
4. Eleger *categorias-tema* que alimentam o conteúdo do Movimento Corpo Livre: depois de identificar as temáticas disponíveis no conteúdo do perfil, categorizamos os assuntos com base no que foi disponibilizado de discussão e/ou forma de interação nas publicações;
5. Após a categorização elegemos uma *categoria-tema* que melhor representa a discussão proposta pelo trabalho, sendo ela a categoria 'corpos reais não-padrão'. Dentre as publicações que se encaixam nessa *categoria-tema*, foram selecionadas duas as quais sustentarão a discussão do tema dessa pesquisa. Para tal seleção, foi necessário filtrar esse conteúdo. Como fizemos?

Através dos comentários realizados em cada publicação. Quando uma imagem ou vídeo é publicada no Instagram é possível interagir de três maneiras: curtindo, comentando e/ou compartilhando (enviando para outra pessoa ou repostando em sua própria história), porém, só é possível ver qualquer discussão e debate através dos comentários, uma vez que é possível colocar sua opinião e até mesmo responder comentários de outras pessoas. Curtidas são números que somente o administrador pode ter acesso e o compartilhamento também. Desse modo, elegemos os comentários como filtro tendo como requisito obrigatório: a publicação precisa conter mais de

[37] O feed do Instagram reúne todas as publicações do perfil e serve como um resumo do conteúdo que você produz. Disponível em: <Feed Instagram: O que É, Como Organizar e Modelos (canva.com)>. Acesso 09/03/2022.

100 comentários. Ainda assim, muitas das publicações têm comentários superficiais, desse modo, elegemos publicações que apresentavam comentários de debate, que não se resumissem à expressões, por exemplo, “concordo!” ou “me identifico”, mas sim uma construção de opinião, desabafos, etc.

5.2 Diário de observação e categorização

No início do acompanhamento ao perfil @movimentocorpolivre o mesmo contabilizava 418mil seguidores, após três meses de acompanhamento, já contabilizam 434mil seguidores. Durante esse período (16 de Junho à 16 de Setembro de 2021), foram adicionadas trezentas publicações ao *feed*. Pode-se perceber que a maioria das publicações têm como alvo o público feminino, ainda assim, a participação masculina é grande. Dentre os temas abordados em suas publicações, elegemos categorias tema para facilitar a identificação do material disponível para pesquisa: 1. Corpo gordo e suas possibilidades; 2. Corpos reais não-padrão (nessa categoria encontramos: Corpos LGBTQ+; Corpos com deficiência; Corpos cirúrgicos; Corpos grávidos; Corpos negros) 3. Corpos idosos.

6. Resultados

Foram selecionadas duas publicações, dentre trezentas enviadas no *feed* do Movimento Corpo Livre pelo período de três meses; provavelmente, seria comum selecionar três publicações, no entanto, objetivamos manter uma relação com o padrão dentro de uma lógica possível à atuação do profissional de educação física, além dos comentários construtivos. Desse modo, apresentaremos duas publicações selecionadas dentro da categoria tema: corpos reais não-padrão. A seguir, uma breve apresentação das categorias observadas.

6.1 Categorias tema do perfil Movimento Corpo Livre

Embora não seja a proposta desse trabalho discutir cada uma das categorias disponíveis no perfil do Movimento Corpo Livre, gostaria de não deixá-las passar despercebidas. Desse modo, elegi duas publicações que ilustram cada uma das três categorias: 1. Corpos gordos e suas possibilidades; 2. Corpos reais não-padrão e 3. Corpos idosos., para que todos ao lerem esse trabalho tenham ideia do que se trata o perfil e todo discurso e público que abrange.

- Corpo gordo e suas possibilidades

Os corpos gordos e suas possibilidades é o maior debate realizado no Instagram do Movimento Corpo Livre. Então, para falar desse tema, precisamos apresentar uma coisa de cada vez. Primeiramente, como se trata de uma pesquisa da área de educação física, existe um fato que não se pode negar e que é muito debatido na graduação. De acordo com os dados disponibilizados pela ABESO[38] (Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e Síndrome Metabólica) a Organização Mundial de Saúde afirma: a obesidade é um dos mais graves problemas de saúde que temos para enfrentar. No Brasil, essa doença crônica aumentou 72% nos últimos treze anos, saindo de 11,8% em 2006 para 20,3% em 2019 e, outro dado importante é que a frequência de obesidade é semelhante em homens e mulheres.

Pois bem, a obesidade se tornou uma comorbidade e nós estamos sempre preocupados com o número apontado na balança, muito provavelmente, o motivo que nos preocupa não seja unicamente o peso, pois, a grande complicação da obesidade é que ela sempre está associada à outra comorbidade, como hipertensão, desregulação no controle da fome, diabetes, apneia do sono, impotência sexual entre outras mais. Como se não bastassem os problemas relacionados à saúde e

[38]Disponível em: Mapa da Obesidade – Abeso. Acesso em 23 de fev. 2022.

qualidade de vida, somos sobrecarregados com imagens e informações na mídia nos levando a preocupação também com a estética, pois não é bonito ser gordo.

É interessante o fato de uma pessoa ser considerada feia por ser gorda hoje, uma vez que numa época antes da nossa era sinônimo de saúde, prosperidade e beleza (TOMAZ, ET AL, 2020). Vocês devem se lembrar dessas imagens nos livros de história onde a maioria das mulheres eram 'rechonchudas' e consideradas belas justamente por essa característica, correto? Como essa imagem bonita e bem-sucedida de silhuetas volumosas se transformou em sinônimo de doença é o que a revisão de Santolin e Rigo (2015) vão responder. Pode ser difícil de acreditar no que irei lhes dizer, no entanto, acreditem, eu também tive de ler e reler a informação, pois não conseguia me conformar. De acordo com a investigação dos mesmos, os motivos eram alegações estéticas como "as circunferências do estômago, dos membros e do corpo são relacionadas a um impedimento dos movimentos, que incomodaria não seu executor, mas os outros – aqueles que observam" (p.86), portanto, "trata-se de uma questão de formato corpóreo e de beleza do movimento – enfim, uma propatologização da feiura" (ibidem).

Essas definições de sobrepeso como patologia por justificativas estéticas datam do século XVIII e meados do século XIX, porém, é somente em 1975 que a Organização Mundial da Saúde (OMS) definiu a obesidade como doença usando o cálculo de índice de massa corporal (IMC) como marcador.

Tais configurações sociais exemplificam a afirmativa de Lopes (2014, p.06) ao dizer que "o olhar sobre o corpo muda, quando mudam os discursos sobre ele"; a mudança de corpo considerado belo e sinônimo de saúde e sucesso financeiro transforma-se em um corpo feio e doente que precisa de cuidados médicos.

Quando Santolin e Rigo (2015) afirmam o diagnóstico patológico da obesidade e/ou sobrepeso como uma desconfiguração do estado 'natural' e 'normal' do corpo que incomoda dificuldade e sofrimento do indivíduo com seu tamanho perante quem o observa, não pude deixar de lembrar de duas autoras que comentam algo semelhante quando se referem ao motivo que o corpo gordo é considerado feio e não-ideal para ser exposta nas redes sociais, de acordo com Brandes e Souza (2012) o corpo gordo produz uma imagem grande que, frente ao imediatismo e rapidez das redes sociais, impossibilita que a pessoa que está navegando pelas redes perceba, em pouco tempo, todos os detalhes presentes na imagem produzida, devido seu tamanho e necessidade de maior atenção aos detalhes, assim, tornando a observação desagradável.

Essa ideia está muito presente quando assistimos televisão e novelas, quando a pessoa gorda sempre desempenha um papel coadjuvante, normalmente cômico e com evidente pressão dentro do enredo para emagrecer, tomemos um exemplo recente, a novela que está sendo

transmitida na rede globo, “Um lugar ao Sol”, temos a personagem Nicole[39] (interpretada pela atriz Ana Baird). É uma mulher gorda, filha de um empresário, logo, a mesma nunca trabalhou e sempre viveu às custas da fortuna paterna. Nicole trabalha no meio artístico variando entre dublagem de filmes/novelas e *show's* de *stand up comedy*; uma mulher que apresenta traços de insegurança e ansiedade, causados pela repressão e pressão de sua família com relação à sua imagem corporal. É como se a novela te dissesse: mesmo que você seja filha de um grande empresário (ou seja, mesmo rica), sendo gorda, você é uma mulher fracassada. Nós nunca veremos uma protagonista gorda, bem-sucedida que não esteja envolvida em um relacionamento de interesse ou um fracasso futuro, pois, essa imagem de gorda (o) e feliz não gera lucros para o mercado.

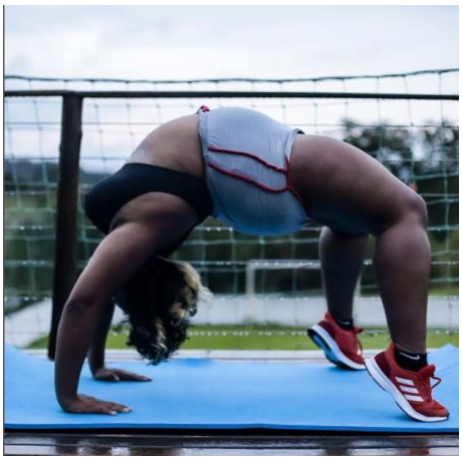
O cenário atual torna-se caótico quando pensamos que a maioria das pessoas está isolada dentro de casa desde março/2020 em quarentena devido à COVID-19 e com isso, tornando-se menos ativa e assim, aumentando o número de pessoas com sobrepeso e/ou em situação de obesidade, Botero (et.al. 2021) apontam que as pessoas tornaram-se menos ativas durante a quarentena, por passarem mais tempo sentadas, seja para trabalhar ou apenas sendo ociosas. Além disso, Almêda (et. al., 2020) afirmam ainda que pessoas que eram ativas fisicamente antes da pandemia, em sua maioria, não conseguiram manter-se durante a quarentena e boa parte dessas ganhou peso. Pensando essa realidade de pessoas menos ativas, com menor liberdade para sair, trancadas dentro de casa assistindo televisão, essa que exibe sem censura a ‘verdade’ que ser gordo é sinônimo de fracasso, se deparar com imagens como as das figuras (10 e 11) mostradas no início desse tópico é chocante, verdade? Mulheres gordas, mostrando-se flexíveis e ativas. Mostrando um corpo de grande volume realizando movimentos que, na maioria das vezes, só se pode imaginar sendo realizados por mulheres magras ou atletas.

Figura 10 - Publicação 1:2 corpos gordos e suas possibilidades:

[39]Confira o elenco da novela, disponível em: Elenco e personagem da novela Um Lugar ao Sol | Gshow (globo.com). Acesso em 24 de fev. 2022.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CSmrk6erCq2/>, 2021.

Figura 11 - Publicação 2:2 corpos gordos e suas possibilidades



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CU-LC4pro0N/>, 2021.

O movimento corpo livre, a meu ver, causa a sensação de: sim, você é gorda, mas você é capaz. Toda e qualquer habilidade motora é treinável, você só precisa se permitir tentar, se permitir ir à luta. Em meio à quarentena eu estive me exercitando com algumas colegas do meu bairro e quando essa publicação da figura 11 foi publicada pelo perfil Movimento Corpo Livre, repostei em meu whatsapp e a primeira pessoa que respondeu foi uma dessas colegas; que é uma mulher jovem e gorda, ela me disse o seguinte: "meu Deus, uma gorda fazendo reversão? Eu sempre quis tentar, mas achei que era impossível por eu ser pesada demais. Isabella, por favor, me ensina a fazer! Eu quero tentar!" A mensagem que ela me enviou dizendo isso me fez pensar que essa é a necessidade e importância de um movimento que vá contra a corrente. É sobre libertar uma pessoa do medo de fracassar em algo que ela nunca tentou porque a fizeram acreditar que ela não poderia nem mesmo tentar por conta do corpo dela.

- Corpos reais não-padrão

Todas as publicações feitas pelo perfil movimento corpo livre se enquadram nessa categoria porque nenhum corpo nele exposto, está dentro do padrão midiático estabelecido como belo. Quando comecei a leitura do material para essa categoria, a primeira dúvida que me veio foi saber o significado da palavra 'padrão'. Das três definições 40 apresentadas, duas me chamaram atenção, sendo: 2. Norma determinada e aprovada consensualmente pela maioria, ou por uma autoridade, que é usada como base para estabelecer uma comparação; 3. Aquilo que serve para ser imitado como modelo; protótipo. Um fato é que a cobrança de estereótipo corporal é maior sobre as

[40]Dicionário online de português, disponível em: <Padrão - Dicio, Dicionário Online de Português>. Acesso 03/03/2022.

mulheres e quando pensamos num padrão corporal, o primeiro pensamento é uma mulher parecida com a Bárbie. Analisando a boneca, ela é alta, esguia, porém com seios e bumbum avantajados, cabelo longo, liso e loiro, olhos claros, traços faciais delicados e lábios carnudos. Ignorando o fato de que a descrição seja da boneca, apenas pelas características, você facilmente poderia associá-la as modelos brasileiras ou às protagonistas das novelas de televisão, por exemplo. Outro fato é que "os meios de comunicação, independentemente do tipo e da época, se constituem em veículos formadores e/ou influenciadores de opiniões, uma vez que transmitem mensagens ao público" (ALMEIDA, 2017, p.16) e o corpo idealizado que é apresentado não condiz com a realidade das mulheres brasileiras.

Com o Instagram não seria diferente! O Instagram é uma mídia que temos acesso e podemos acompanhar tudo e todos em tempo real; logo, é fácil saber o que uma modelo está usando ou quais as novas tendências do mundo da moda e beleza da estação—primavera, verão, outono, inverno— e, assim, o padrão desejado vai-se disseminando. Corpos que não beirem a perfeição não são aceitos com facilidade no Instagram.

Nessa categoria selecionei fotos publicadas no perfil do Movimento corpo livre, mas com um pequeno diferencial: essas são imagens (figura 12 e 13) da galeria da *hashtag* #CorpoLivre, onde toda e qualquer pessoa que coloque a *hashtag* em sua publicação, concorda que pode ter sua foto (re)postada pelo perfil do Movimento Corpo Livre.

Figura 12 - Publicação 1:2 do Movimento Corpo Livre, galeria #corpolivre

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CTM4DlhLz9l/>, 2021.

Figura 13 - Publicação 2:2 do Movimento Corpo Livre, galeria #corpolivre

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CSWzJP2r2Sg/>, 2021.

É importante ressaltar a importância do apontamento de Tomaz (et. al, 2020, p.122) ao dizer que "ter um padrão e regras faz com que a concepção do corpo feminino venha sendo transformada em função das demandas da mídia" além de torná-lo objeto e tornando-o objeto, é possível comercializá-lo como produto, assim, alimentando o mercado de consumo. O fato de existir o padrão e àquelas que não se adéquam ao mesmo fortalece a insegurança e insatisfação e em cima disso, o mercado de cosméticos se estabiliza ao oferecer, usando da figura 13 como exemplo, pomadas e cremes que diminuem ou desaparecem com marcas de estrias. A iniciativa de expor no *feed* do perfil Movimento Corpo Livre as mulheres que usam a *hashtag* funciona como uma aliança e rede de apoio que diz um aos outros: estamos com você! Mostre suas marcas, mostre seu corpo e seja feliz. Não é o tipo de publicação que resulta em grande número de comentários ou debate, mas aproxima as pessoas quando uma mulher, por exemplo, que também tem estrias e sente vergonha de expor seu corpo por isso, se depara com essa publicação, é impossível não se sentir representada, uma sensação totalmente diferente se fosse uma blogueira que faz-nos sentir culpadas por sermos diferentes da mesma.

- Corpos idosos

As imagens (figura 14 e 15) das duas senhoras aqui expostas, provavelmente, não correspondem à ideia que você tem quando alguém fala de 'corpos idosos' com você, correto? Principalmente se adicionarmos a rede social Instagram ao assunto. O motivo de não haver uma associação imediata dessas imagens à temática é óbvio: o corpo idealizado por essa mídia social é jovem, como constatam Moreira e Bezerra (2021, p.45) "uma aparência livre de manchas, rugas, flacidez ou de qualquer outro sinal de envelhecimento".

Figura 14 - Publicação da @baddiewinkle41 repostada pelo Movimento Corpo Livre

Fonte:<https://www.instagram.com/p/CUcsn0pLgYQ/>, 2021.

Figura 15 - Publicação da @donadirceferreira42 repostada pelo Movimento Corpo Livre

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CV232XLNxO4/>, 2021.

Até o dado momento, o texto até aqui apresentado, os autores que trouxe e seus trabalhos nos disseram que o belo é jovem (BATISTA; RODRIGUES, 2014) e que a juventude não sai de moda (ALVES, 2017), correto? Porém chega a ser hilário dizer, mas a expectativa41 de vida dos brasileiros só vem aumentando. E, pensando de uma lógica capitalista, isso quer dizer que teremos o público idoso como consumidores potenciais por mais tempo, pensando que se os idosos estão vivendo mais e vivendo livres de responsabilidades com filhos, podendo gastar/consumir para seus netos e para si mesmos. Portanto, senhoras como as das imagens publicadas no perfil do Movimento Corpo Livre, provavelmente, se tornarão comuns na plataforma. Pelo menos, é o que tem-se visto, de acordo com Pereira e Jaeger (2018), de acordo com as mesmas "o envelhecimento

[41]Disponível em: <estudos_interdisciplinares_sobre_envelhecimento_corporalidade_e_midia.pdf (mp.ba.gov.br)>. Acesso em 01/03/2022.

para elas está sendo visto como positivo, pelo fato de que são protagonistas de suas vidas, vivem bem, com mais liberdade e com projetos de vida" (p.02).

Portanto, mulheres inspiradoras e cheias de estilo como a blogueira @baddiewinkle[42] (figura 14) que aos 93 anos de idade é um fenômeno na internet, embora seja uma mulher americana, não deixa de ser inspiradora. Ainda assim, também temos a @donadirceferreira[43] (figura 15) que é uma influenciadora digital idosa e brasileira, contabilizando seus 74 anos de idade, a mesma compartilha conteúdo humorístico, de moda como *look's* de verão, receitas e movimento em seu Instagram pessoal.

Particularmente, gostaria de apresentar cada um dos temas abordados nas publicações, porém, não pretendo prolongar esse trabalho de pesquisa, ainda assim, gostaria de desenvolver algo mais a fundo no futuro. A temática a se discutir nesse trabalho é a segunda categoria temática listada anteriormente: corpos reais não-padrão. Como prosseguiremos? Foram selecionadas três publicações no *feed* do Movimento Corpo Livre. Para tal, os critérios de seleção foram os seguintes: a) relação com o tema de pesquisa e b) interação construtiva nos comentários, ou seja, as publicações que trazem uma imagem de desconstrução (mostrando um corpo não-padrão) junto de uma legenda (embora, não obrigatoriamente, porém percebeu-se que imagens com legendas apresentando narrativas construtivas geraram maior interação nos comentários devido uma identificação do usuário/seguidor com o texto) que aborde a temática de corpos reais em confronto com estereótipos.

6.2 Desconstruindo o "corpo ideal" através do Movimento Corpo Livre no Instagram

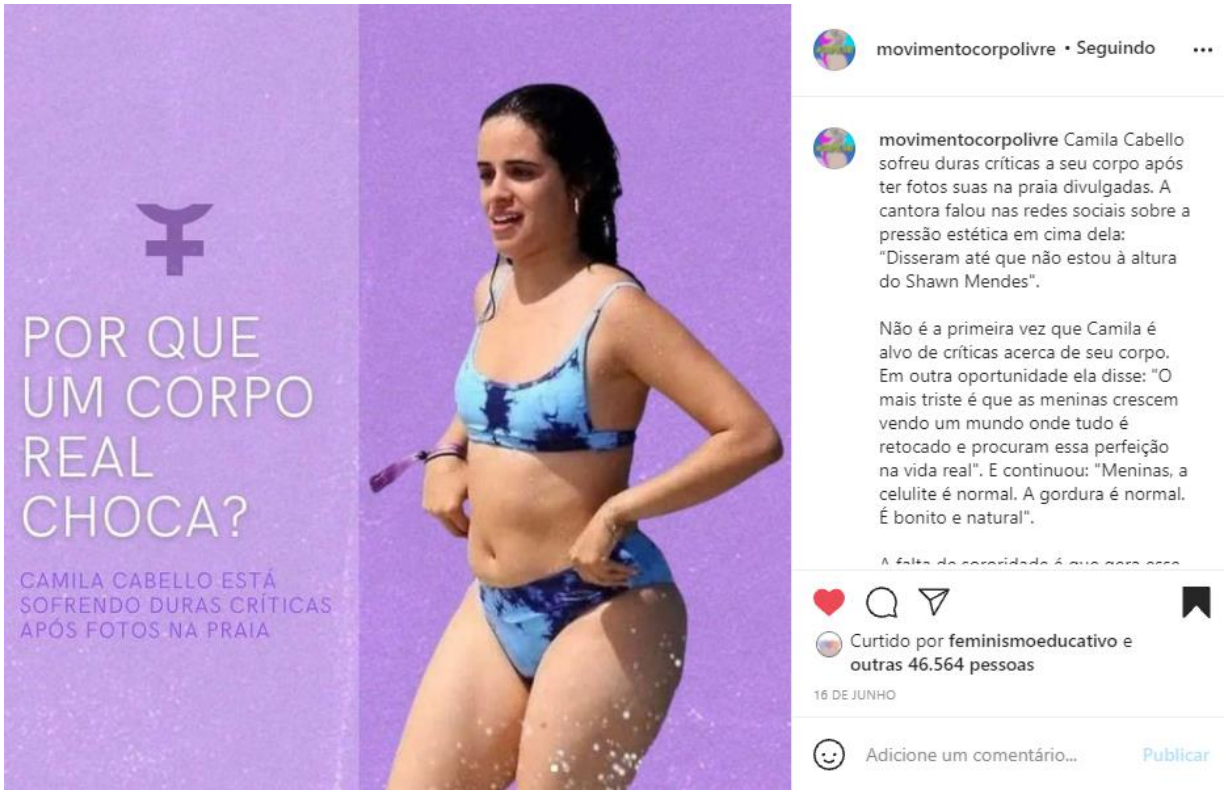
De acordo com Tomaz et, al, (2020, p.138), pensando no contexto o qual a mulher se insere como representação corporal na atualidade, "ainda somos marcados por uma herança patriarcal que valoriza características como controle, autoridade, competição, supremacia do pensamento lógico e discriminação da multiplicidade", logo, acabamos nos acostumando e perdendo a capacidade de impôr limites à ditadura do Instagram, evitando resistir ao padrão estabelecido.

Nós perdemos quando evitamos publicar uma foto ou vídeo por vergonha de nós mesmos, vergonha de nossos corpos ou por medo das possíveis críticas, assim como também perdemos quando reproduzimos comentários de ódio com tom acusador baseando-se na avaliação do corpo alheio segundo padrões impostos pela mídia. Por tanto, nesse tópico, pretende-se expor duas publicações feitas pelo perfil Movimento Corpo Livre que foram selecionadas após observar e acompanhá-lo pelo período de três meses. As publicações foram escolhidas com base no debate

[42]Disponível em: <Helen (@baddiewinkle) • Fotos e vídeos do Instagram>. Acesso 09/03/2022.
[43]Disponível em: <Dirce Ferreira (@donadirceferreira) • Fotos e vídeos do Instagram>. Acesso 09/03/2022.

promovido através dos comentários feitos nas mesmas, assim como, pelo desenvolvimento do texto redigido pelas administradoras do perfil; textos que interagem com o público e levantam questionamentos referentes à imposição do padrão no Instagram e na sociedade, no intuito de que as pessoas que vejam, possam compartilhar experiências e opiniões sobre o assunto. As publicações que serão exibidas a seguir, estarão dispostas em ordem cronológica, começando com a primeira publicação (figura 16) que chamou minha atenção para acompanhar o perfil do Movimento. Trata-se de uma figura pública conhecida no meio artístico por suas músicas de sucesso como *Havana* [44] ou S*eñorita* [45], ninguém menos que a cantora Camila Cabello (@camila_cabello[46]).

Figura 16 - Publicação da Camila Cabello no @Movimentocorpolivre



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CQML21dLkiB/>, 2021.

Apresentando-a brevemente, seu nome completo é Karla Camila Cabello Estrebão, nacional de Cuba. Camila nasceu em Havana, em Cuba, e só se mudou para os Estados Unidos quando tinha cinco anos de idade. Após muitas idas e vindas, a família se fixou de vez em Miami; nascida em 3 de Março de 1997. Sua conta no Instagram contabiliza mais de sessenta milhões de seguidores. No dia 16 de Junho de 2021, o perfil Movimento Corpo Livre publicou uma imagem[47]

[44]Dispnível em: <Camila Cabello - Havana (Audio) ft. Young Thug – YouTube>. Acesso 09/03/2022.
[45]Disponível em: <Shawn Mendes, Camila Cabello – Señorita (Lyrics) – YouTube>. Acesso 09/03/2022.
[46]Disponível em: <camila (@camila_cabello) • Fotos e vídeos do Instagram>. Acesso 09/03/2022.
[47]Disponível em: <Movimento #CorpoLivre no Instagram: "Camila Cabello sofreu duras críticas a seu corpo após ter fotos suas na praia divulgadas. A cantora falou nas redes sociais sobre a pressão…"> acesso: 15/08/2021.

com a seguinte pergunta: Por que um corpo real choca? Camila Cabello está recebendo duras críticas após fotos na praia; e ao lado uma foto da cantora de biquíni.

A seguir, o texto construído para descrever a situação vivenciada pela cantora, em que é possível perceber o início do debate a respeito do corpo padrão na mídia:

> "Camila Cabello sofreu duras críticas a seu corpo após ter fotos suas na praia divulgadas. A cantora falou nas redes sociais sobre a pressão estética em cima dela: 'Disseram até que não estou à altura do Shawn Mendes'. Não é a primeira vez que Camila é alvo de críticas acerca de seu corpo. Em outra oportunidade ela disse: 'O mais triste é que as meninas crescem vendo um mundo onde tudo é retocado e procuram essa perfeição na vida real'. E continuou: 'Meninas, a celulite é normal. A gordura é normal. É bonito e natural'. A falta de sororidade é que gera esse suposto padrão que na verdade é extremamente misógino. Nos escraviza, adoece. Nós mulheres precisamos nos unir, nos admirar independente de padrões e nos libertar desse mundo que nos objetifica e desumaniza. O 'padrão' atual não é real, ele é fruto de edição de imagem, de filtros, procedimentos estéticos, cirurgias, ângulos… e ele maltrata, gera insatisfações constantes, distúrbios e mata! Isso tudo para dizer que nós fomos ensinadas a nos odiar, e isso é reforçado sempre: algumas vezes por outras mulheres (o que mais dói), outras por companheiros/ namorados/ maridos, e por qualquer um, porque no final das contas colocaram nossos corpos nesse local de validação. Entendamos que amar o nosso corpo é um dos maiores atos de rebeldia e de empoderamento! E amá-lo não quer dizer virar uma chavinha mental e achar tudo instantaneamente lindo, não, amar é respeitar os nossos limites, entender o que é normal de verdade e internalizar, sobretudo, que o que estão querendo enfiar em nossas cabeças têm objetivos claros: 1) Nossa insatisfação nos faz aceitar pouco; 2) Nossa insegurança gera lucro; 3). Essa perda de tempo buscando o inalcançável nos tira o tempo em que poderíamos estar lutando para ocupar TODOS os espaços. E você, o que pensa sobre isso?" (texto via Instagram, 2021).

Embora eu tenha visto essa publicação e texto no Instagram do Movimento Corpo Livre, originalmente, foi publicado por outra conta —texto e imagem—, chamada Direito Dela (@direito.dela[48]), logo, sendo repostado pelo Movimento Corpo Livre. O texto é autoexplicativo e apresenta aspectos já discutidos ao longo desse trabalho, no entanto, gostaria de ressaltar um trecho em específico, que diz "o 'padrão' atual não é real, ele é fruto de edição de imagem, de filtros, procedimentos estéticos, cirurgias, ângulos… e ele maltrata, gera insatisfações constantes, distúrbios e mata" (Movimentocorpolivre, 2021). Esse trecho diz em termos objetivos o mesmo que Jacob (2014, p. 90), "a mulher perfeita existe e mora nas representações midiáticas", a autora acrescenta, explicitando uma realidade unicamente virtual, descrevendo que a mulher designada como padrão a ser seguido "é bonita, inteligente, divertida, engraçada, mãe amorosa e amante voraz: e, além de todas essas vantagens, come pouco e tem, por causa disso e da malhação constante, um corpo escultural, perfeito" (ibidem).

Inicialmente, foram selecionados 39 comentários dentre os 294 disponíveis na publicação. No entanto, foi necessária outra filtragem de comentários para, enfim, apresentarmos um total de 04 comentários destaques da publicação —quero confessar que foi uma tarefa difícil, pois, os trinta e nove comentários, todos eles são interessantes, muito interessantes—. Embora os comentários

[48]Disponível em:<*Direito* **DELA** (@direito.dela) • Fotos e vídeos do Instagram>. Acesso 01/03/2022.

sejam de domínio público, algumas pessoas que comentaram têm contas privadas e para evitar exposição indesejada, não vamos exibir o nome dos usuários que comentaram. A seguir, os cinco comentários selecionados como os que mais contribuem para o debate desse trabalho:

> "Só de pensar o quanto nos atrasam nos fazendo pensar que temos que sempre estar perfeita e arruma, prestando atenção na moda e beleza em vez de assuntos importantes para sociedade, saber que isso é orquestrado para que seja assim, é revoltante. E mais ainda saber que mulheres que poderiam estar unidas, infelizmente, muitas das vezes alimentam esse ciclo vicioso" (comentário nº 01).

> "Eu já fui muito magra, e falavam que eu parecia estar doente. Agora engordei, e as pessoas falam que engordei (como se eu não soubesse). Enfim, eu nunca tive uma relação boa com meu corpo. Ainda não tenho. Não gosto de me olhar no espelho, e tenho vergonha de ficar sem roupa na frente do meu esposo. As coisas ficam pior cada vez que abro o Instagram e vejo a exposição dos corpos 'perfeitos' das mulheres. Sei que não é real, mas, não é fácil não se comparar. Fico mais feliz quando vejo uma mulher como a Camila mostrando que está tudo bem ser do jeito que somos, e não devemos tentar alcançar um padrão" (comentário nº02).

> "Acho q a pessoa tem que ter atividade física para seu bem mental, emocional e físico. O padrão de corpo perfeito apenas, na minha opinião, rebaixa as mulheres apenas como objeto de satisfação sexual. Isso *não* é bom. Cada vez mais garotas crescem com esse pensamento de agradar o companheiro a todo custo. Nunca devemos esquecer *que todas* nós vamos envelhecer. Porque envelhecer com saúde e feliz devemos amar nós mesmas primeiro. O companheiro que ama de verdade se apaixona a cada dia. O que ama só o corpo descarta a pessoa quando não está lhe agradando mais. E vai em busca de satisfazer suas exigências novamente. Que triste. Aí um alerta p nós mulheres ter cuidado ao se apaixonar. Amei a publicação" (comentário nº03)

> "É tão absurdo, que eu não consigo apenas ser contra padrões eu odeio padrões, Camila lindíssima e ver ela na praia de biquíni com um corpo natural, me traz esperança de que as mulheres ainda cairão em si e encheram que são lindas e que o belo está em cada uma de nós termos características diferentes, 'características não são defeitos" (comentário nº04).

Brandes e Souza (2012) colocam como responsável pela visão do corpo como objeto, o modo de vida capitalista que criou um sistema de consumo. As pessoas precisam consumir e o corpo é o campeão de vendas; como é um produto exposto pela mídia, pode ser controlado da maneira que for mais lucrativa para o mercado. Infelizmente o corpo feminino é o mais atingido pelo mercado. Foi possível notar o pedido de socorro das mulheres nos comentários anteriores, correto? A estratégia de controle é praticamente inquebrável porque se você decidir não se comparar com as influenciadoras digitais no Instagram, vai encontrá-las na televisão em propagandas de cosméticos, academias, etc. Também terá de assisti-las nos anúncios do YouTube e, como se não bastasse, é possível encontrá-las em painéis de farmácias ou paredes dos *shopping's center's.* Desse modo, é inevitável não se comparar com corpos expostos em todos os lugares que você vá —porque quando falamos de mídia, ela está em todo lugar que haja conexão, você não pode viver nesse século sem estar online— e isso cria uma sociedade fragmentada, cria relações superficiais. O comentário nº2 trás isso, quando a mulher diz "eu já fui muito magra, e falavam que eu parecia estar doente. Agora engordei, e as pessoas falam que engordei (como se eu não

soubesse)", nota-se, como exposto por Brandes e Souza (2012) e também por Tomaz, et, al (2020) relações superficiais em que as pessoas veem no outro um produto exposto em vitrine para ser avaliado.

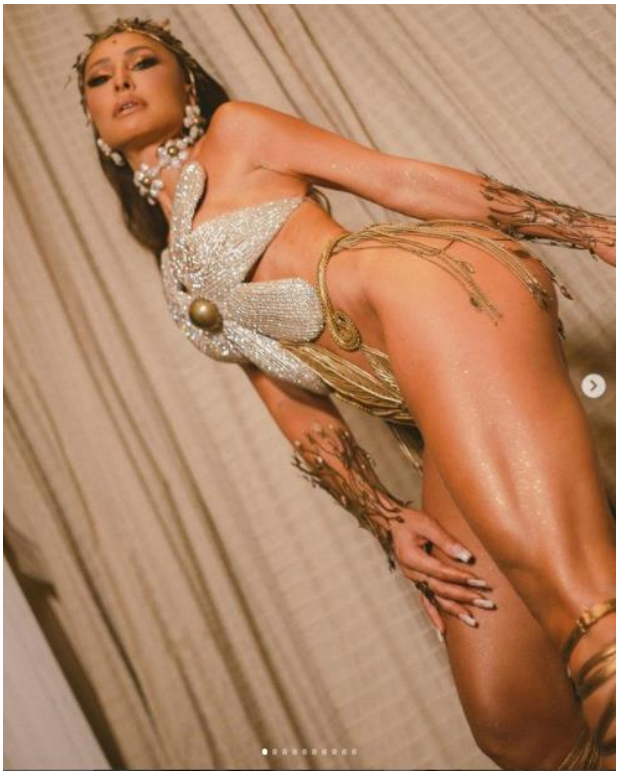
Nas falas da Camila Cabello trazidas no texto de legenda da imagem, ela comenta sobre sua imagem corporal afetar, perante os outros, sua relação com seu namorado. Você assiste ao espetáculo da sexualização feminina. As mulheres são produtos para homens consumirem? Miranda (2010) comenta sobre a sexualização da mulher nos comerciais de televisão e sobre nosso poder como mulheres estar atrelado à sedução masculina.

O fato de Camila Cabello se posicionar dizendo "meninas, a celulite é normal. A gordura é normal. É bonito e natural" (movimentocorpolivre, 2021) é importante, pois ela como artista e pessoa pública consegue alcançar um número considerado de pessoas ao não recuar diante das críticas feitas ao próprio corpo. Falando da indústria musical internacional, nós também temos esse posicionamento aceitação corporal vindo de Demi Lovato (@ddlovato [49] : 127milhões de seguidores no Instagram) e Billie Eilishi (@billieeilishi[50]: 101 milhões de seguidores no Instagram) e com o exposto dessas mulheres que são influentes no mundo da música, é possível acreditar no avanço do discurso. Como afirma Lírio (2020, p.71) "aceitar o próprio corpo com todas as nuances que ele possui sempre foi uma questão latente na sociedade, mas que aos poucos vêm ganhando espaço em debates e discussões, principalmente, nas redes sociais" e acrescenta, falando também da importância de celebridades levantarem a bandeira do corpo livre mostrando como são fora das telas, "expondo-se de forma real, sem edições, com celulites e estrias, automaticamente contribui para o empoderamento feminino" (ibidem).

A segunda publicação selecionada, trás uma influenciadora digital brasileira, muito presente na televisão e desfiles de samba, trata-se de Sabrina Sato, que foi anteriormente apresentada como musa fitness e influenciadora digital. Entretanto, antes de falarmos sobre a publicação, de fato, quero deixar duas considerações a respeito de Sabrina. 1º: Sabrina Sato nasceu em Fevereiro de 1981, logo, tem 41 anos de idade; 2º: Sabrina é mãe, sua filha tem 3 anos de idade, isso significa que Sabrina foi mãe aos 38 anos. Dadas essas informações, mostrarei duas fotos (figuras 17 e 18) da apresentadora e rainha de bateria, publicadas recentemente em seu Instagram —27 de Fevereiro de 2022.

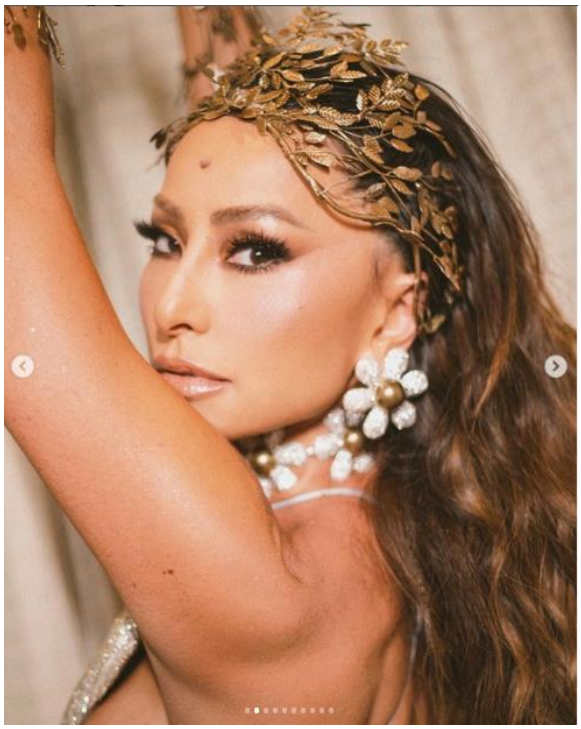
Figura 17 - Publicação 1:2 no Instagram de Sabrina Sato

[49]Disponível em: <Demi Lovato (@ddlovato) • Fotos e vídeos do Instagram>. Acesso 09/03/2022.
[50]Disponível em: <BILLIE EILISH (@billieeilish) • Fotos e vídeos do Instagram>. Acesso 09/03/2022.



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CafmuoLl7u1/>, 2022.

Figura 18 - Publicação 2:2 no Instagram de Sabrina Sato



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CafmuoLl7u1/>, 2022.

Após observar as imagens expostas nas figuras 17 e 18 você poderia afirmar que Sabrina Sato é uma mulher de 41 anos de idade? Provavelmente, sua resposta foi 'não', pois é notória a descaracterização de idade. Vivemos a realidade em que o ser jovem é considerado belo, logo, tem tornado-se comum que as mulheres passem a demorar mais a aparentar suas idades verdadeiras, tal como aponta Jacob (2014, p.97), "a mulher não pode mais envelhecer. 'os 40 são os novos 30'

diz um bordão popular hoje. A mulher de 40 precisa aparentar ter 30 anos, ou até menos, de preferência". Além de não aparentar sua idade e tendo uma filha de apenas 3 anos, logo, pouco tempo após uma gravidez, Sabrina não apresenta estrias em sua barriga —é comum acontecer— ou flacidez, seu corpo é uma escultura, não podendo ser denominado com outro adjetivo se não, perfeito. Dito isto, perceba que não estou dizendo que é ruim uma mulher cuidar de sua saúde e com isso manter uma boa aparência, não é o caso, pois acredito que seja ideal manter-se ativo e alimentando-se bem para envelhecer sem grandes prejuízos motores; no entanto, esse levantamento trata-se da imposição para que a mulher não envelheça, pois, diz aos internautas que se você chega nos 40 com aparência de 40, você fracassou na manutenção da sua beleza jovial e a responsabilidade é única e exclusiva sua, pois, tudo depende de você e do esforço que coloca nisso (Jacob, 2014). Além do incentivo à busca por procedimentos estéticos para essa 'manutenção' da aparência jovem, pois não é um processo natural.

De volta à publicação selecionada para o debate da pesquisa, trazemos uma imagem (figura 19) que foi originalmente publicada por Tainah Sá (@thainahsa[51]) e repostada pelo Movimento Corpo Livre. Na mesma, Tainah tira uma fotografia reproduzindo à de Sabrina Sato, sentada, tendo uma cortina branca no fundo, trajando biquíni preto. A diferença entre Sabrina e Tainah é o tamanho de seus corpos.

Figura 19 - Publicação de comparação repostada pelo Movimento Corpo Livre

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CSCoVoQrEZE/>, 2021.

[51]Disponível em: <Tainah Sá (@tainahtsa) • Fotos e vídeos do Instagram>. Acesso: 10/03/2022.

A publicação trouxe um texto que foi redigido pela influenciadora digital Tainah, texto muito significativo quando pensamos no Instagram como uma farsa, um palco de atuações e representações que acabam quando as cortinas descem —ficam *offline*.

> "Ter o corpo controlado e sempre condicionado a algo é cansativo. Se mostramos demais é porque queremos aparecer, chamar atenção ou somos vulgares. Se escondemos não somos felizes com nós mesmas. Hoje ouvi de uma grande amiga: 'se eu como mulher magra postasse a quantidade de foto com meu corpo a mostra que você posta seria vista como puta'. E eu fiquei refletindo muito sobre isso. A rainha do carnaval, do verão e de todo o Instagram @sabrinasato para tudo com seu corpo, suas produções, suas fotos e ensaios maravilhosos. Já pararam para ver além disso, os stories que mostra a vida real dela sendo mãe, aparecendo de pijama e com uma vida para além de um corpo. Que possamos ter a liberdade de expor nossos corpos sem sermos rotuladas por isso. Vocês já deixaram de postar alguma foto com aquele medo de: ah mas o que será que vão pensar? Será que vão falar de mim? Sim provavelmente vão, até porque não vamos agradar ninguém. Se uma bunda magra e padrão incomoda, imagina uma gorda, vemos que somos banidas e censuradas de várias redes sociais por postar vídeos e fotos de biquíni que vejo de quilo em outros corpos (aconteceu comigo tá?) O fato de postar um corpo a mostra não deveria ser sexualizado, não deveria incomodar, deveria ser normalizado. É verão, tá calor, e vamos mostrar o que é mais natural nesse mundo: nosso corpo. Mulheres, não tenham medo de se libertar desses rótulos. E se for pra ser puta, que eu seja uma puta feliz e livre. Lidem com isso"(texto via Instagram, 2021).

Feliz ou infelizmente, após realizar esse trabalho de pesquisa, eu não me sinto confiante para concordar com Tainah quando diz "já pararam para ver além disso, os *stories* que mostra a vida real dela sendo mãe, aparecendo de pijama e com uma vida para além de um corpo" (Movimentocorpolivre, 2021). Por que Sabrina não coloca fotos de sua rotina com a filha, mostrando-se vulnerável e sem preocupações com roupas e aparência em seu *feed*, mas o faz livremente em seus *stories*? Novamente, o *feed*, carta de apresentação do Instagram, seu portfólio que vai mostrar quem é e como vive; são imagens que irão mostrá-lo ao mundo e criar comunicação com diversos públicos, possibilitando parcerias, oportunidades, etc. *Stories*, ferramenta que possibilita a exibição do conteúdo pelo período de 24 horas, ou seja, o que você publica hoje, desaparece amanhã no mesmo horário. Como apresentam Batista e Rodrigues (2014, p. 06), trata-se da fachada do usuário, "é a parte do desempenho de uma pessoa que funciona com o intuito de definir a situação para os que observam a representação", é uma situação caraterística dos influenciadores digitais, musas fitness e/ou atletas e quaisquer outras pessoas que façam publicidade no Instagram, é necessária uma fachada coerente, desse modo, "para haver manutenção do controle expressivo do ator, é necessário que ele se submeta as regras sociais do grupo para quem se apresenta, como também, utilize da coerência da fachada" (p.07). Não seria interessante para uma escola de samba ter sua rainha de bateria aparecendo de pijama, sem maquiagem, comendo algo gorduroso e/ou calórico enquanto assiste televisão, certo? Não há espaço para Sabrina como mãe passando por situações reais de falta de tempo para o autocuidado em seu *feed,* pois não é uma imagem que gera o lucro necessário para vida da mesma. Por outro lado, não consigo deixar de imaginar o quão libertador e, ao mesmo tempo, inspirador seria abrir

o Instagram e ver uma publicação da apresentadora de televisão Sabrina Sato mostrando-se sem edições de *photoshop*, sem maquiagem e roupas de marca, despida de toda a caracterização como figura pública, compartilhando as imagens reais de si, seu corpo, da maternidade, para termos uma ideia, o número de seguidores da influenciadora é setenta e duas vezes o número de seguidores do perfil Movimento Corpo Livre.

A seguir, os trouxemos quatro comentários selecionados na publicação repostada pelo perfil Movimento Corpo Livre e o debate proposto pelos seguidores do mesmo.

> "Sempre deixo de postar foto do meu corpo à mostra por causa dos colegas e ex-colegas de trabalho que me seguem. Já fiz parte de um grupo de WhatsApp bem tóxico onde os homens hétero ficavam ou elogiando as 'gostosas' ou sacaneando as 'feias' ou 'gordas'. Isso pq a maioria mal postava uma ou outra foto de biquíni. Saber que existem grupos assim me fez me bloquear totalmente. Posso ir numa praia de nudismo (como já fui) pq estranhos não me incomodam, mas esses conhecidos e colegas que são puro Chernobyl é foda de encarar" (comentário nº01).

> "O tanto que esse texto elevou minha autoestima! Eu vivo me torturando ainda com medo de postar qualquer foto do meu corpo. Tenho medo de postar foto de um look que eu gostei em mim, tenho medo de postar foto de biquíni, de top, e etc" (comentário nº02).

> "Quando eu postava fotos com menos roupa, ganhei mais de 6 mil seguidores em pouco tempo. de péssima qualidade. me ofereciam dinheiro no direct, perguntavam 'quanto era o programa'. apaguei tudo, deixei meu perfil profissional apenas e tô perdendo seguidor a rodo, fiz até um insta pessoal (esse aqui) pra poder postar o que eu quisesse sem receber esse tipo de mensagem. peguei ranço do instagram, ninguém se importa com conteúdo. as pessoas são fúteis e julgadoras ao mesmo tempo. difícil" (comentário nº03).

> "A mídia quer exigir padrões que não se pode alcançar … a Sabrina Sato, magérrima, com tanto Photoshop na imagem que até a cortina foi moldada" (comentário nº04).

É possível perceber nos comentários o quanto as imagens das mulheres são sexualizadas nas redes sociais, no ambiente de trabalho e o quanto isso cancela sua liberdade de ser. Nós assistimos ao telejornal apresentado por mulheres magras, brancas, trajando roupas elegantes, com maquiagens impecáveis. Como apontou Lírio (2020), quando trata-se de influenciadoras digitais do ramo fitness, existe uma ditadura corporal e como a imagem da mulher saudável, apresentando um corpo sem defeitos é sinônimo de sucesso, todas as mulheres que não se encaixam nesse perfil são julgadas.

Dentre os comentários selecionados, o nº1 explicita uma situação que toda mulher já vivenciou. Seja através de grupos de *whatsapp* ou sala de descanso na empresa em que trabalha; as mulheres são objeto de desejo, sendo julgadas por seus corpos e sexualizadas. No entanto, esse trabalho propõe mostrar a importância do debate de desconstrução do corpo ideal determinado midiaticamente, por tanto, comentários como o nº3 se fizeram presentes de maneira constante nas publicações do perfil Movimento Corpo Livre.

Quando pensamos a importância desse debate para educação física e os profissionais em formação, é importante ressaltar que “o bem-estar ou a saúde não é uma mercadoria para ser vendida para a pessoa” (APROBATO, 2018, p. 63); nós não estamos trabalhando para melhorar o desempenho de máquinas, mas sim de pessoas, corpos humanos que apresentam limites e esses devem ser respeitos.

7. Considerações finais

A pergunta que esse trabalho desdobrou-se a responder foi: qual a importância do discurso de desconstrução do corpo ideal dentro da plataforma Instagram através do Movimento Corpo Livre e, ainda, qual a relevância desse debate para educação física?

Quando pensamos no papel da mulher na sociedade, a fala de Colling (2014, p. 101) é absolutamente irrefutável, ao afirmar que "a subordinação das mulheres é um fenômeno transgeográfico e transcultural, que não desaparece nem com o desenvolvimento econômico nem com a legislação sobre a igualdade", mesmo após diversas conquistas através do movimento feminista, o patriarcado se desdobra para manter a mulher submissa e controlável. Resultante desse comportamento controlador em relação à mulher, que as persegue desde os primórdios da sociedade, vivemos constantemente buscando aprovação, mesmo que inconsciente do fato. E como prova de que é eficaz, por exemplo, nós deixamo-nos levar pela ideia de que a melhor 'arma' da mulher como modo de subjugar o homem seja a 'sedução', ou seja, nós só temos e podemos usar nossos corpos e artifícios da beleza para termos poder, como aponta Miranda (2010, p.11) "a presença de padrões ideais de estética e sedução sexual que exercem poder disciplinar nos corpos femininos e lhes atribuem poder simbólico, diferenciando-os e distinguindo-os em termos de valor e de prestígio", torna-nos manipuláveis.

Por que essa estratégia de controle funciona? Vivemos em uma sociedade globalizada e capitalista, caracterizada pelos avanços tecnológicos que não coloca barreiras nem limite no acesso à informação, tornando simples estabelecer um protocolo uniforme, uma mensagem única. Existimos dentro de uma sociedade digital e informativa que se estende para todas as áreas e serviços, tornando inimaginável um dia sem o uso do aparelho celular, notebook, internet, etc.

Como resultado de uma vida em função dos meios de comunicação e suas facilidades, estar conectado é um fenômeno cada vez mais precoce, logo, meninas adolescentes (>14 anos) já estão sendo inseridas no espaço virtual/midiático em que a existência feminina é reprimida através da necessidade de aprovação visual, esse visual embora em um ambiente virtual, é corporal. Padrões corporais foram estabelecidos e são expostos, principalmente na rede social Instagram (que foi a mídia digital de pesquisa), ditando o modelo que deve ser seguido, atrelado de um discurso que lhe assegura infelicidade, caso, exponha uma imagem que diverge desse padrão ou apresente resistência, esse discurso vende a certeza de falha/fracasso na vida, ou seja, se você não for assim, se comportar assim, consumir isso e aquilo, você não consegue ser feliz, pois não será aceita socialmente (VENTURINI, et al., 2020). Dessa insatisfação e fracasso busca-se soluções rápidas e fáceis, como as cirurgias plásticas; a grande procura acaba normalizando procedimentos

perigosos como a realização de diversas cirurgias plásticas (AQUINO, 2009; MOREIRA et al., 2021) dietas sem acompanhamento profissional; cintas modeladoras como medida efetiva e jejuns junto de rotinas de treinos sem prescrição profissional. De onde surgem essas dicas se não de profissionais de suas respectivas áreas? Principalmente, dos perfis de influenciadoras digitais que tornam-se fontes confiáveis por apresentarem corpos 'ideais' segundo o padrão midiático, ou seja, obtiveram sucesso e estão compartilhando com seus seguidores a 'fórmula' para tal.

No entanto, não é e não pode ser considerado comum, uma adolescente de 16, 17, 18 anos de idade ser insatisfeita com seu corpo a ponto de esperar o momento ou idade para realizar cirurgia plástica e obter um corpo padrão Instagram, como apresentou Santos (2018) em sua pesquisa onde entrevista adolescentes sobre sua percepção e satisfação com o próprio corpo; das adolescentes participantes, todas apresentaram insatisfação total ou parcial com seus corpos, almejando mudanças seja através de exercícios físicos, dietas ou ainda, cirurgias plásticas, alegando que com essa transformação poderão estar satisfeitas consigo mesmas; através do êxito na produção de uma imagem corporal semelhante às expostas na mídia Instagram, elas seriam felizes.

Nessa perspectiva, o Movimento Corpo Livre torna-se fundamental para dizer: aceitar o seu corpo como está ou como é, não quer dizer que você esteja conformado e não almeje transformá-lo para uma versão melhor, uma versão que saiba diferenciar corpo saudável de corpo da moda/padrão estereotipado e está tudo bem com isso; é essencial procurar compreender a si mesmo e seus limites e principalmente saber diferenciar o fato de buscar transformar algum aspecto físico por vontade própria e não porque a mídia diz ou te faz acreditar, sem um motivo válido, que você precisa atender aos padrões estabelecidos como requisitos para alcançar sucesso pessoal ou profissional e não, você não deve culpar-se caso demore a conquistar a sua melhor versão, pois, o processo que o Instagram mostra e seus resultados não menos que perfeitos, são falsos.

Percebe-se uma forte influência dos papéis de gênero atrelada à busca por cirurgias plásticas, principalmente, em se tratando de mulheres praticantes de musculação que devido a intensa rotina de treinos de tal modalidade, acabam 'perdendo' traços de feminilidade corporal, recorrendo à inserção de próteses mamárias, lipoaspiração e outros métodos no intuito de reafirmarem suas características femininas. Por exemplo, "o uso das próteses de silicone é quase uma regra no fisiculturismo para que o corpo feminino seja considerado harmonioso" (LIMA, 2018, p. 15) e a autora complementa a justificativa de obrigatoriedade das próteses afirmando que "a ausência de seios, como sabemos, é uma prerrogativa do senso comum para significar 'falta' de feminilidade a outrem" (p.16), concordando com os resultados apresentados por Jaeger e Goelliner (2020).

Mesmo quando optam por terem corpos com músculos hipertrofiados — compreendendo que o corpo *fitness* é, atualmente, o único corpo aceito tanto quanto ou mais que o corpo magro como padrão de moda, Venturini (et al, 2020) —, os mesmos não podem ultrapassar determinado limite de volume que comprometam características do corpo feminino como tal. Os riscos à saúde, permanecem os mesmos quando pensamos em cirurgias plásticas e treinos ou dietas sem prescrição e acompanhamento de um profissional da área. Porém, o que me incomoda quando se trata do âmbito da academia de musculação é o fato de que buscar praticar uma atividade física, até pouco tempo, era sinônimo de cuidado com a saúde, mas hoje?

Hoje, você não ficaria surpreso ao chegar em uma academia e ver uma mulher, se matriculando, alegar querer 'ficar gostosa' ou 'com um corpão igual ao da Sabrina Sato' como objetivos de treino, ficaria? Pouco antes de entrar no processo de finalização desse trabalho de pesquisa, tive a infeliz oportunidade de escutar uma aluna, na academia em que estava trabalhando como recepcionista, dizer o seguinte: 'barriga não sai com treino, isso é tudo mentira, barriga você só elimina com lipoaspiração'. Uma observação a respeito, essa aluna em questão tinha próteses de silicone e comentou ter feito inúmeros outros procedimentos estéticos.

O treinamento não resolve? Sinceramente, como um profissional da área pode simplesmente não se incomodar com essa fala? A situação foi absurda e, após escutá-la, comecei a perceber que esse pensamento era 'comum' entre outras alunas que treinavam ali. Minhas especulações não tinham relação com essa pesquisa, tratava-se de uma inquietação pessoal quanto à realidade do 'universo *fitness*' dentro e fora das redes sociais. A sensação que experienciei aquele dia foi a mesma do primeiro dia no curso —exatamente, 04 de Agosto de 2015— de educação física bacharelado, especificamente, na disciplina de Introdução à Educação Física.

A professora responsável pela disciplina entrou em sala e eu me recordo vividamente de pensar: 'uau, ela é tão estilosa. Será que é formada em educação física ou só ministra disciplina no curso? Embora eu não tenha certeza se isso é possível'. Poucos minutos de aula, a mesma comenta o seguinte: 'vocês parecem surpresos. Por acaso, acham que eu não pareço ser professora de educação física? Se for o caso, fiquem tranquilos, é o que todos pensam e comentam comigo'. Logo depois, nos questionou sobre o porquê de não acharmos que ela era professora de educação física. Por conta do corpo esguio ou o cabelo curto? Talvez fosse por trajar um *look* social —blazer rosa *pink* e calça jeans— que divergia do que estávamos 'habituados' a ver no ambiente *fitness*? Pode-se dizer que, a partir daquele momento, minha relação com a educação física e o ambiente havia sido desconstruída para reiniciar do zero. A professora acertou em cheio, como se tivesse lido meu pensamento; eu não a considerei devido ao corpo e à vestimenta e por quê? Quem disse que professoras de educação física deveriam usar *legging,* tênis e camisa colada para ressaltar um corpo hipertrofiado? Meu julgamento foi sobre o volume muscular corporal e vestimentas, literalmente. Brandes e Souza (2012) comentam que a produção de identidade é uma necessidade

na atualidade globalizada devido à rapidez com que as informações são acessadas, então, os indivíduos precisam de marcas, símbolos que os identifique facilmente, seja na escultura corporal ou na vestimenta, a importância da identidade está totalmente ligada ao corpo. A identidade visual das profissionais de educação física, seja dentro de academias de musculação/ginásticas, aulas coletivas ou clubes desportivos é a mesma: a mulher fitness padrão Instagram. Isso significa que se você não se encaixa nesse perfil determinado midiaticamente, existem grandes possibilidades de perder uma vaga de emprego por isso. A propósito, já aconteceu comigo.

Por fim, é um fato que o Instagram veio como ferramenta a potencializar toda e qualquer profissão, devido seu alcance e facilidade de interação entre os usuários, logo, com o profissional de educação física não seria diferente. Mesmo assim, os resultados da pesquisa de Almeida (2017, p.51), porém apontaram que os profissionais da área de Educação Física, vêm perdendo espaço, pois "o Instagram é uma destas ferramentas que atualmente está projetando novas celebridades que disputam espaço com profissionais qualificados nesta área". Por quê? Provavelmente, porque é mais cômodo seguir um treino simples indicado por uma influenciadora digital —que, na maioria das vezes, pode ser realizado dentro de casa, sem a presença de um profissional e sem a necessidade de pagar a mensalidade da academia— e, ao mesmo tempo, haver certa ausência de conteúdo informativo de qualidade nos perfis dos profissionais da área de educação física. Pode-se considerar também o fato de as mulheres, profissionais da área, usuárias da plataforma como extensão do seu trabalho, não apresentarem corpos padrões como as musas fitness.

Esse trabalho de pesquisa não veio apresentar respostas como uma receita de bolo, pelo contrário, embora queira responder as questões que me propus a levantar, acredito que o principal diferencial na situação de uso do Instagram como área de atuação, como explica Alves, "hoje, o Instagram é utilizado para vender produtos diversificados, penetrar no imaginário dos indivíduos e, sobretudo, vender um novo 'estilo de vida' por meio, principalmente, do discurso da vida ativa e alimentação saudável" (2017, p. 701), o que é preciso ser feito? Apropriação consciente! Como? Expondo nosso discurso e posicionamento com fundamentos solidificados em fontes confiáveis. Lembrando que "saúde é um produto de um trabalho permanente, uma consciência permanente, um resultado de escolhas realizadas e fruto de uma maneira de viver" (APROBATO, 2018, p. 63). Do ponto de vista ético, você sabe que é possível transformar um corpo obeso em uma versão saudável apenas com musculação e alimentação correta quando acompanhados de profissionais adequados e qualificados. Todos os dias, eu me pergunto e quero que você se pergunte também: por que o seu 'possível aluno' prefere seguir o treino do Instagram e não o que você prescreveu? Identificar o problema e resolvê-lo vai demandar esforço diário. Trata-se de reconhecimento, trata-se de polir a nós mesmos e solidificarmos o fato de priorizarmos a saúde e não estética. A educação física é uma variante intermediária na realidade caótica do discurso do corpo perfeito, operando

entre o limite do saudável e perfeito, pois somos profissionais da área da saúde, trabalhando com pessoas e não com máquinas.

Como mulher, confesso que é difícil abrir o Instagram, ver várias e várias imagens de outras mulheres que propagam o estilo de vida *fitness* e/ou musas *fitness* e não me comparar ou não pensar que 'se eu fosse um pouco mais parecida com elas em tais aspectos, talvez fosse mais simples conseguir isso ou aquilo; talvez teria mais oportunidades de trabalho'. Porém, eu também não posso dizer que me consideraria saudável, vivendo para manter uma imagem corporal que segue um padrão inalcançável e sem limites, pois estaria me tornando escrava do meu corpo, da imagem e acabaria me tornando mais um produto na vitrine do Instagram.

Eu espero que essa pesquisa possa colaborar para todas as pessoas que pretendem trabalhar com consultoria online, principalmente, através do Instagram operando para que antes de dizer ou oferecer um serviço, você, como profissional de educação física, possa se questionar a respeito de como suas palavras alcançarão as pessoas e se você está trabalhando a favor ou contra a opressão midiática que impõe um padrão e invalida tudo e todos que divergem.

Durante a escrita do texto, me esforcei para criar uma narrativa que seja de simples interpretação; embora seja de característica acadêmica, eu espero que possa ser o tipo de texto que é possível comentar em uma conversa no ônibus enquanto usa o Instagram ao lado de um colega ou até mesmo um texto que surja no meio familiar enquanto assistem à novela pela televisão. Você se divertiu com essa narrativa? Ao longo dessas páginas de vários caracteres, você pôde se identificar com alguma das situações aqui explicitadas? Você questionou a si mesmo sobre seu comportamento na mídia social Instagram? Você ponderou algo e se propôs a mudar a maneira como interage com informações midiáticas? Talvez, ainda, você pôde ressignificar sua relação com as atividades físicas e sua opção por um estilo de vida saudável? Caso tenha respondido 'sim' para qualquer pergunta, esse trabalho atingiu seu principal objetivo: fazer a escrita acadêmica ser acessível e interessante não apenas para pessoas do meio, mas toda e qualquer pessoa que queira informações sobre o Instagram e padrões corporais estabelecidos pela mídia.

Para finalizar, gostaria de deixar um poema de Amanda Lovelace, presente no livro titulado 'a bruxa não vai para a fogueira neste livro' que serviu de apoio para todos os momentos que desacreditei da realização desse trabalho, pois, trata-se de um trabalho que rompe com a realidade na qual estamos inseridos; o mesmo diz:

ser uma
mulher
é estar
pronta para a guerra,
s a b e n d o
que todas as probabilidades

estão

contra você.

— *e nunca desistir apesar disso*.

Referências

ALMÊDA, Juliana Biasi; MARQUES, Kamila; ALMEIDA, Bruna. **Comportamento Alimentar e a Prática de Atividade Física no Período de Quarentena Devido ao Covid-19**. Trabalho apresentado para a disciplina de Produção e Inovação Científica da Faculdade Laboro, 2020.

ALMEIDA, Dayane Andrade. **O fenômeno fitness no Instagram: uma análise informacional.** 2017. 55f. Monografia - Universidade Federal do Ceará, Curso de Graduação em Biblioteconomia, Fortaleza (CE), 2017.

ALVES, Naiá. A educação do corpo no instagram: Palco para semiformação. In: CONBRACE/CONICE, XX/VII., 2017, Goiânia. Anais eletrônicos […] Goiânia – GO, 2017, SOAC, 2017. p. 700 – 704. disponível em: <4854 (cbce.org.br)>. Acesso em: 10 Out. 2021.

APROBATO, V. C.. Corpo digital e bem estar na rede Instagram – um estudo sobre as subjetividades e afetos na atualidade. **Boletim Academia Paulista de Psicologia**, São Paulo, Brasil. V. 38, nº95, p. 157–164. Disponível em: <pepsic.bvsalud.org/pdf/bapp/v38n95/v38n95a03.pdf> . Acesso em: 12 Fev. 2022.

AQUINO, Ágata Moura de, Thalita; NASCIMENTO, Luis Felipe Rios do. **Do se esconder ao se mostrar: cirurgia plástica e normalização entre mulheres jovens de classe popular**. 2009. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

AZEVEDO, Camyla Galeão de; MAURO, Fádia Yasmin Costa. A influência da mídia na instrumentalização e coisificação da mulher: uma violação de direitos humanos. **Rev. de Gênero, Sexualidade e Direito** | Porto Alegre | v. 4 | n. 2 | p. 119 – 136 | 2018. Disponível em: <210565172.pdf (core.ac.uk)>. Acesso em: 16 Mar. 2022.

BATISTA, G; RODRIGUES, R. a construção de identidade na "Geração Fitness" o Instagram: a representação do eu e do corpo no ciberespaço. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVII Congresso de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2014. Disponível em: Padrão (template) para submissão de trabalhos ao (intercom.org.br). Acesso em: 19 set. 2021.

BOTERO, João Paulo; FARAH, Breno Quintella; CORREIA, Marilia de Almeida; LOFRANO-PRADO, Mara Cristina; CUCATO, Gabriel Grizzo; SHUMATE, Grace; RITTI-DIAS, Raphael Mendes; PRADO, Wagner Luiz do. Impacto da permanência em casa e do isolamento social, em função da COVID-19, sobre o nível de atividade física e o comportamento sedentário em adultos brasileiros. **einstein** (São Paulo), São Paulo, v. 19, eAE6156, 2021. Disponível em: <2317-6385-eins-19-eAE6156-pt.pdf (einstein.br)>. Acesso em: 20 Dez. 2021.

BRANDES, A. Z; SOUZA, P. de, M. Corpo e moda pela perspectiva do contemporâneo. **Projética Revista Científica de Design**; Londrina. V.3; N.1; 2012. Disponível em: <Corpo e Moda pela Perspectiva do Contemporâneo | Brandes | Projetica (uel.br)>. Acesso em: 14 abr. 2021.

CARON, Caroline Freiberger. **A influência da moda na ditadura da beleza feminina**. 2º Colóquio Nacional de Moda, Salvador-BA, 2006. disponível em: <Microsoft Word - Caroline Freiberger Caron.doc (coloquiomoda.com.br)>. Acesso em: 10. Set. 2022.

COLLING, Ana Maria. **Tempos diferentes, discursos iguais**: a construção do corpo feminino na história / Ana Maria Colling. Dourados, MS: Ed. UFGD, 2014. 114p. Disponível em: <tempos-diferentes-discursos-iguais-a-construcao-historica-do-corpo-feminino-ana-maria-colling-1.pdf (ufgd.edu.br)>. Acesso em: 22 Nov. 2021.

DIAS, D. L. A Construção e a desconstrução de estereótipos pela publicidade brasileira. In: Passando dos limites? Mídia e transgressão – Casos brasileiros. Nº 2, Published by the Institute of Latin American Studies, 2007, cap. 3, p. 25 – 35. Disponível em: <SRoLAS_No2_2007.pdf (su.se)>. Acesso em: 12 Mar. 2022.

FISCHER, R. M. Foucault e a análise do discurso em educação. Cadernos de Pesquisa, n. 114, 2001. disponível em: <artigo09 (scielo.br)>. Acesso em: 19 set. 2021.

FLICK, U. Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes / Uwe Flick; tradução: Magda Lopes; revisão técnica: Dirceu da Silva. - Porto Alegre: Penso, 2013. 256 p.

GOELLNER, Silvana Vilodre; JAEGER, Angelita Alice. **Garimpando memórias: esporte, educação física, lazer e dança** / organizado por Silvana Vilodre Goellner e Angelita Alice Jaeger. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007. 130-147 p. Disponível em: <(Microsoft Word - garimpando mem\363rias.doc) (ufrgs.br)>. Acesso em: 25 Fev. 2022.

GOLDENBERG, Mirian. Gênero, "o corpo", e "Imitação prestigiosa" na cultura Brasileira. Terceiro Milênio. V. 2, N. 1 / 2014. Disponível em: <Vista do Gênero, "o Corpo" e "Imitação Prestigiosa" na Cultura Brasileira (uenf.br)>. Acesso em: 17 Mar. 2022.

JACOB, H. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem *fitness* na rede social Instagram. **Revista communicare** – Dossiê Feminismo, V.14 – Nº1 – 2014. disponível em: <Redes-sociais-mulheres-e-corpo.pdf (casperlibero.edu.br)>. Acesso em: 10 jan. 2022.

JAEGER, Angelita Alice; GOELLNER, Silvana Vilodre. O músculo estraga a mulher? a produção de feminilidades no fisiculturismo. **Revista Estudos Feministas** [online]. 2011, v. 19, n. 3, p. 955-976. Disponível em: <p 955-975 Jaeger-Goellner.pmd (scielo.br)> Acesso 01 Mar. 2022.

Le Breton, David, 1953 - **A sociologia do corpo** / David Le Breton; 2. ed. tradução de Sônia M.S. Fuhrmann. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. 101 p.

LIMA, Marília da Silva. FOCO, FORÇA, FÉ: notas sobre uma etnografia do fisiculturismo feminino em Salvador. **FOCO, FORÇA, FÉ: notas sobre uma etnografia do fisiculturismo feminino em Salvador.** 2021, p. 01 – 20. disponível em: <Marilia Da Silva Lima - 1020586 - 3849 - corrigido.pdf (ufal.br)>. Acesso em: 25 Mar. 2022.

LÍRIO, Marcella Bordini. **A (des)construção de perfis de mulheres fitness no Instagram: corpos e ressignificações contemporâneas.** 2020. 104 f. Dissertação (Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea) - Universidade Federal de Mato Grosso, Faculdade de Comunicação e Artes, Cuiabá, 2020.

LOPES, Michelle Aparecida Pereira. Da moda do corpo ao corpo da moda: descontinuidades discursivas sobre o sujeito "gordo". **ALED BRASIL**, v. 1, n. 2 (2014). disponível em: <Da moda do corpo ao corpo da moda: descontinuidades discursivas sobre o sujeito "gordo" | LOPES | Trabalhos Completos ALED BRASIL (ufscar.br)>. Acesso em: 10 Fev. 2022.

LUCENA, Maria Inês Ghilard; BARZOTTO, V. H. Representações de gênero social na mídia. **Web-revista Discursividade -** Estudos Linguísticos, Maringá (PR), v. 6, 2010. Disponível em: <Microsoft Word - 06 Maria Inez.doc (cepad.net.br)>. Acesso em: 02 Mar. 2022.

MENEGASSI, Luana; GUIMARÃES, Rafael Siqueira de. Cirurgia plástica estética: que expectativas são essas? **Revista de Psicologia**. Fortaleza, v. 3 n. 1, p. 51-67, 2012. Disponível em: <2012_art_lmenegassirsguimaraes.pdf (ufc.br)>. Acesso em: 10 Jan. 2022.

MIRANDA, C. M. A construção do ideal de beleza feminina em comerciais de televisão. **Alcar** – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia: I Encontro de História da Mídia da Região Norte Universidade Federal do Tocantins – Palmas – 2010. Disponível em: <alcar2010_a_construcao_do_ideal_de_beleza_feminina_em_comerciais_de_televisao.pdf (alcarnorte.com.br)>. Acesso em: 10 mar. 2022.

MOREIRA, Marília Diógenes; BEZERRA, Josenildo Soares. CULTO AO CORPO E ENVELHECIMENTO NA PÓS-MODERNIDADE: PADRÕES DE BELEZA E DISCURSOS NO INSTAGRAM. In: **Estudos interdisciplinares sobre o envelhecimento, corporalidade e mídia**, p. 29 – 46. Catu: Bordô-Grená,Disponível em: <estudos_interdisciplinares_sobre_envelhecimento_corporalidade_e_midia.pdf (mp.ba.gov.br)>. Acesso em: 10 Jan. 2022.

NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de pesquisas em administração**, São Paulo, V.1, Nº 3, 1996. Disponível em: <C03-art06.PDF (hugoribeiro.com.br)>. Acesso em: 19 set. 2021.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **Nas interações corpo e moda, os simulacros**, 2007. Disponível em: <oliveira__a__c__nas_intera_oes_corpo_e_moda__os_simulacros__-with-cover-page-v2.pdf (d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net)>. Acesso em: 10 Jan. 2022.

PEREIRA, Belinda Silva; JAEGER, Angelita Alice. Mulheres que desafiam o envelhecimento e o questionamento dos estereótipos de gênero. **Anais eletrônicos** do VII Seminário Corpo, Gênero e Sexualidade, do III Seminário Internacional Corpo, Gênero e Sexualidade e do III Luso-Brasileiro Educação em Sexualidade, Gênero, Saúde e Sustentabilidade – Rio Grande: Ed. da FURG, 2018. Disponível em: <165.pdf (furg.br)>. Acesso em: 25 Fev. 2022.

SANTOLIN, Cezar Barbosa; RIGO, Luiz Carlos. O nascimento do discurso patologizante da obesidade. **Movimento**, Porto Alegre, v. 21, n. 1, p. 81-94, 2015. disponível em: <Redalyc.O NASCIMENTO DO DISCURSO PATOLOGIZANTE DA OBESIDADE>. Acesso em: 10 Fev. 2022.

SANTOS, B. M. Influência das mídias digitais na busca de um padrão corporal por adolescentes do sexo feminino. Monografia apresentada na Faculdade Maria Milza – FAMAM, no curso de Nutrição na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso, Governador Mangabeira – BA, 2018.

SILVA, Jéssica Cristine Brandt da. **Doença do silicone e internet: reconfigurando possibilidades nas trajetórias de mulheres com implantes de silicone.** Dissertação (Mestrado ANTROPOLOGIA SOCIAL) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Porto Alegre, 2021.

SOARES, Carmem Lúcia. **Educação física: raízes europeias e Brasil** / Carmen Lúcua Soares; prefácios Denise Bernuzzi de Sant'Anna, Dulce Maria Pompêo de Camargo e Heloisa Helena Pimenta Rocha – 4. ed. - Campinas, SP: Autores Associados, 2007. - (Coleção educação contemporânea)

TAVARES, Hanna Alice Alves. **Diagnóstico sobre o uso da imagem e do trabalho do profissional de educação física no instagram**: estudo de caso na grande Vitória. 2019. 57 f. Trabalho de conclusão de curso. Bacharelado em educação física, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2019.

TOLEDO, Maria Thereza. O Corpo Fragmentado Pelo Ideal Narcísico: um estudo sobre a representação do corpo na cultura contemporânea e a banalização da cirurgia plástica. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Ouro Preto – MG – 2012. Disponível em: <Padrão (template) para submissão de trabalhos ao (intercom.org.br)>. Acesso em: 12 Dez. 2021.

TOMAZ, Rafael Cândido; SILVA, Erika Suyanne Sousa; BEZERRA, Marcos Antônio Araújo; NETONE, José de Caldas Simões; ROCHA, Ariza Maria. Corpo Padrão: Um Estudo sobre as Concepções do Corpo Feminino Exposto pela Mídia. **Revista latino-americana de psicologia corporal.** No. 9, p.120-145, 2020. Disponível em: <Corpo Padrão: Um Estudo sobre as Concepções do Corpo Feminino Exposto pela Mídia | Tomaz | REVISTA LATINO-AMERICANA DE PSICOLOGIA CORPORAL (emnuvens.com.br)>. Acesso em: 12 Mar. 2022.

VENTURINI, I. V; JAEGER, A. A; OLIVEIRA, M. C; SILVA, P. Musas fitness e a tríade corpo-consumo-felicidade. **Movimento**, Porto Alegre, v. 26, 2020. Disponível em: <musas_fitness_corpo_consumo_felicidade.pdf (ufop.br)>. Acesso em: 12 Mar. 2022.