

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E FILOSOFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

ANA CAROLINA MACHADO FERNANDES

#Musas do Instafit
As construções de corpos e reputações mediadas pela rede social Instagram

NITERÓI – RJ

2015

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E FILOSOFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA**

ANA CAROLINA MACHADO FERNANDES

**#MusasdoInstafit
As construções de corpos e reputações mediadas pela rede social Instagram**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Antropologia do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção de Grau de Mestre em Antropologia. Área de Concentração: Antropologia Social.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Simoni Lahud Guedes (UFF/PPGA)

NITERÓI – RJ

2015

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. Simoni Lahud Guedes (Orientadora)
Programa de Pós-Graduação em Antropologia - PPGA
Universidade Federal Fluminense - UFF

Prof^ª. Dr^ª. Laura Graziela Figueiredo Fernandes Gomes
Programa de Pós-Graduação em Antropologia - PPGA
Universidade Federal Fluminense - UFF

Prof. Dr. Jair de Souza Ramos
Programa de Pós-Graduação em Antropologia - PPGA
Universidade Federal Fluminense – UFF

Prof^ª. Dr^ª Lana Lage da Gama Lima
Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política - PPGSP
Universidade Estadual do Norte Fluminense - UENF

Prof^ª. Dr^ª. Miriam Goldenberg
Programa de Pós-Graduação e Sociologia e Antropologia - PPGSA
Universidade Federal do Rio de Janeiro
Suplente externo

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais que sempre estiveram ao meu lado, apoiando e acompanhando minha trajetória de vida e estudos. O mestrado é uma realização minha e deles, que sempre valorizaram a busca por conhecimento e a perseverança em realizar os sonhos.

Aos meus irmãos Patrícia e André Luiz que estão comigo mesmo quando distantes. Todas as minhas realizações carregam o que aprendi com eles.

À minha irmã Camila Fernandes Ribeiro e ao meu cunhado Alexandre Ribeiro que foram a quem recorri algumas vezes durante a pesquisa para compreender alguns termos utilizados pelas observadas. Também foram atenciosos em tirar minhas dúvidas e ao trazer o jantar nos dias em que não podia sair e ficar com a família por estar escrevendo essa dissertação.

À minha amiga e professora Valéria Delgado, a maior incentivadora para a realização desse mestrado. Suas palavras de estímulo foram essenciais para percorrer esse caminho de aprendizado e crescimento.

À minha gerente Cristiane Alves, pelo apoio e por valorizar a formação acadêmica. E à equipe da Gerência de Desenvolvimento Setorial da área de moda que me amparou durante os dois anos de mestrado. Em especial a Ana Carla Torres minha coordenadora, Milena Cariello e Ariane Alves pelo companheirismo e pela parceria.

Aos colegas que ingressaram na turma de 2013. A trajetória se tornou mais prazerosa com a companhia de vocês. Um agradecimento especial a Aline Ribeiro, sempre uma amiga carinhosa e disposta a ajudar. E aos muito queridos André Herinque Santos, Márcia Mesquita e Thaís Ferraz, que são pessoas maravilhosas e dividiram comigo os momentos de dúvidas, aflições, descobertas e boas gargalhadas.

Aos professores do PPGA e que também fizeram parte da minha banca de qualificação, Laura Graziela Gomes, Jair Ramos e Luiz Fernando Rojo, pelas críticas e direcionamentos para esse projeto. Esses foram fundamentais para meu desenvolvimento durante a realização do campo e dessa dissertação.

E finalmente a minha orientadora Simone Lahud Guedes, agradeço pela sua generosidade e paciência, por todo o aprendizado e crescimento profissional e pessoal que me proporcionou durante os anos de mestrado. Também pelas palavras de incentivo, ânimo e por acreditar em mim e nesse projeto.

“Uma vida sem pensamento é totalmente possível, mas ela fracassa em fazer desabrochar sua própria essência – ela não é apenas sem sentido; ela não é totalmente viva. Homens que não pensam são como sonâmbulos.”
Hannah Arendt

“O corpo é imaginado em vários sentidos pela sociedade.”
Eduardo Viveiros de Castro

RESUMO

Essa dissertação pretende discutir a construção de corpos e reputações na rede social Instagram por meio da análise de perfis que compartilham as palavras-chave ou *hashtags* #instafitness e #instafit. Nessa rede, usuários apresentam através de fotos, imagens, vídeos e textos a divulgação de um estilo de vida considerado saudável e que propõe o trabalho de manipulação do corpo por intermédio de um projeto que envolve exercícios físicos e alimentação regrada. Serão abordados nesse trabalho temas como etnografia virtual, estilo de vida, problematização do conceito de saúde, identidades e reputações, corpo como capital e alimentação. O objetivo é compreender de que forma acontece a construção desses corpos e como a mesma pode denotar aspectos de representatividade da sociedade atual.

Palavras-chave: 1. Corpo. 2. Redes Sociais. 3. Reputação. 4. Gênero. 5. Saúde. 6. Consumo.

ABSTRACT

This dissertation aims to discuss the construction of bodies and reputations in the social network Instagram through profile analysis that share keywords or hashtags #instafitness and #instafit. In this network, users present through photos, images, videos and texts a lifestyle considered healthy and proposing the body handling work through a project involving exercise and balanced meals. Topics such as virtual ethnography, lifestyle, questioning the concept of health, identities and reputations, body as capital and food will be discussed in this work. The goal is to understand the process of the construction of these bodies and how it can denote aspects of representation of contemporary society.

Keywords: 1. Body. 2. Social networking. 3. Reputation. 4. Gender. 5. Health. 6. Consumption.

LISTA DE FIGURAS E TABELAS

INTRODUÇÃO

Tabela 1: Breve apresentação dos perfis	19
---	----

CAPÍTULO 1

Figura 1: Foto da turma do primeiro curso de culinária fit	43
Figura 2: Foto da turma do segundo curso de culinária fit	43

CAPÍTULO 2

Figura 3: Foto de lançamento de livro	50
Figura 4: Perfil de musa	54
Figura 5: Perfil de musa	54
Figura 6: Perfil de musa	55
Figura 7: Foto de livros	55
Tabela 2: Perfis e projetos	60
Figura 8: Curtidas	69
Figura 9: #Respeito	78
Figura 10: HatersGonnaHate	79

CAPÍTULO 3

Figura 11: Motivação e hábito	82
Figura 12: Vencer a si mesmo	84
Figura 13: Pedagogia explícita	93
Figura 14: Antes e depois	95
Figura 15: Veia saltada	96
Figura 16: Pôster “We can do it”	99
Figura 17: Girls can’t have muscles	107
Figura 18: Braço musculoso	107
Figura 19: Corpos musculosos	110
Figura 20: Exames médicos	114
Figura 21: Percentual de Gordura	120
Tabela 3: Atividades Esportivas	126
Figura 22: Aeróbico e Anaeróbico	127
Figura 23: Barriga negativa	134
Figura 24: Barriga definida é horrível	137
Figura 25: “Qual vocês preferem?”	138
Figura 26: Barriga de grávida sarada	139
Figura 27: Simulação de falsificação	141

CAPÍTULO 4

Figura 28: Eu sou o que eu como	144
Figura 29: Compras de comida limpa	147
Figura 30: Alimentação previne doenças	149
Figura 31: Projeto saúde #sqn	152
Figura 32: #jacatime	158
Figura 33: Fome	161
Figura 34: Marmita	171
Figura 35: Batata doce no café da manhã	172
Figura 36: Suplementos	177
Figura 37: Coxinha Fit	180
Figura 38: Primeiro curso de culinária fit	189
Figura 39: Segundo curso de culinária fit	189
Figura 40: Terceiro curso de culinária fit	190
Figura 41: Pão sem glúten	190

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
A Rede Social e a Construção de Corpos	14
As musas do instafit	17
A metodologia	20
CAPÍTULO 1: A PESQUISA NO CAMPO <i>ON-LINE E OFF-LINE</i>	21
1.1 O Instagram	21
1.2 A Internet e as Redes Sociais	26
1.3 Construindo um perfil para pesquisa	31
1.4 Etnografia analógica e etnografia virtual	34
CAPÍTULO 2: CONSTRUINDO UM PERFIL DE VALOR	44
2.1 Estilo de vida	44
2.2 Perfis de musa do instafit	55
2.3 Curtir, Comentar e Compartilhar	63
2.4 ‘HatersGonnaHate’ – Ameaças a reputação	69
CAPÍTULO 3: UMA FORMA DE CONSTRUIR CORPOS	80
3.1 Uma plataforma para manipular corpos	80
3.2 Corpos de Homem e Corpos de Mulher	95
3.3 Corpos de musa	112
3.3.1 Como construir esses corpos	123
3.4 Barriga é capital	129
CAPÍTULO 4: EU SOU O QUE EU COMO	143
4.1 Comendo limpo	143
4.2 É na cozinha que se define um abdômen – Dietas e Práticas	159
4.2.1 Adoção de novos hábitos alimentares	163
4.2.2 Viva em dieta, viva melhor	166
4.3 Mamãe passou Whey Protein em mim	174
4.4 Cursos de culinária fit	179
4.4.1 Os ingredientes	181
4.4.2 O preparo	185
4.4.3 A degustação	188

CONSIDERAÇÕES FINAIS **191**

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS **197**

INTRODUÇÃO

Ao ingressar no programa de Pós Graduação do PPGA, minha intenção era trabalhar com um tema que sempre me despertou questionamentos e curiosidade. A proposta inicial era estudar o consumo de lingerie na cidade do Rio de Janeiro. Com vasta experiência no setor de moda desde 1998, e sete anos trabalhando com criação de coleções de peças íntimas que atendessem ao mercado brasileiro, o objetivo era compreender os códigos de vestuário e consumo com os quais me deparei durante os anos de desenvolvimento desse tipo de produto. Mas ao ter contato com as primeiras disciplinas, uma vontade de desvendar outras áreas, mais inexploradas e desconhecidas por mim, começou a aflorar.

Em abril de 2013, ao ler uma revista de moda, a Vogue Brasil, uma matéria da coluna de beleza e nutrição chamou a minha atenção. O título perguntava “*Fit or Treat? O que dá mais prazer: ter o corpo dos sonhos ou desfrutar de delícias gourmet sem culpa? Adeptas de cada facção debatem a questão.*”¹ Na reportagem duas blogueiras defendiam seus estilos de alimentação. Uma falava sobre gastronomia e o prazer de comer (*treat*). Segundo a mesma, “comer é a felicidade em forma de chocolate”. Enquanto a outra defendia uma alimentação regrada (*fit*), uma dieta, com os chamados superalimentos como linhaça, óleo de coco, amaranto e gojiberry, por exemplo, além de suplementos alimentares. Para essa, “seguir esse *lifestyle* é um prazer muito maior do que matar uma panela de brigadeiro”.

No final dos depoimentos, encontravam-se os endereços *on-line* dos *blogs* de cada uma das entrevistadas. Ao lado de cada texto, uma série de fotos era usada como ilustração. Na blogueira que defendia o prazer de comer haviam apenas imagens de comidas, pratos decorados, docinhos, macarronada; na outra extremidade não apareciam alimentos e sim imagens da outra blogueira se exercitando, os equipamentos de ginástica e corrida, poses de yoga e aparelhos de musculação de uma academia. Apesar dos dois perfis serem interessantes, e apontarem para uma discussão comparativa sobre formas distintas de se relacionar com a alimentação, o texto que falava sobre a jornada em busca de uma vida saudável se destacou despertando a minha curiosidade. Especialmente porque não conhecia alguns dos alimentos sobre os quais a matéria falava. Então parti à procura de mais informações no blog indicado.

Até esse momento, o Instagram ainda não havia sido mencionado. Só após acessar o *blog* e entender que as imagens que ilustravam a matéria estavam no perfil da blogueira nessa

¹ Matéria “*Fit or Treat? O que dá mais prazer: ter o corpo dos sonhos ou desfrutar de delícias gourmet sem culpa*”. Publicado na Revista Vogue Brasil, abril 2013. Nº 416 Editora Globo.

rede social é que acessei o aplicativo². O mesmo já estava no meu *smartphone* e eu o usava apenas quando participava de algum evento, fazia alguma viagem, ou para acompanhar perfis de amigos. E bastou apenas esse perfil para que eu pudesse conhecer outros que exerciam as mesmas práticas, a partir dos comentários das leitoras/*seguidoras*.

Mas apesar do interesse, o tema só passou a objeto de estudo no final do primeiro semestre da pós-graduação. Ao conhecer outros perfis, e acompanhar o dia a dia deles, uma série de questionamentos surgiram. Falava com amigos sobre o assunto e fiquei impressionada com a quantidade de pessoas que já conheciam os perfis. Ao conversar com um familiar que é *personal trainer* e apresentar os perfis para ele e a esposa, que sempre se interessou por academia e alimentação saudável, ouvi alguns termos que chamaram a minha atenção, a partir dos comentários que os dois teceram sobre os corpos. Ele dizia: “Ela é *franga*. Sem bunda. Corpo *fraco*.” A esposa concordava e completava: “Pernas finas, muito magra.” As palavras que usaram me fizeram achar tudo aquilo mais interessante. O que queriam dizer com o termo *franga*? Ou ainda corpo *fraco*? Por que aquele corpo que era reverenciado como um exemplo por algumas seguidoras, para eles não despertava admiração? Entendi que ali se apresentavam conflitos e discussões que poderiam ser enriquecedores para uma pesquisa acadêmica envolvendo estudos sobre a relação dos indivíduos com seus corpos.

Apesar dos comentários, a esposa dele passou a ser *seguidora* dos perfis que apresentei. E como sempre teve muita afinidade com culinária, começou também a postar sua alimentação, mas não com a frequência dos perfis mais populares. Ao se envolver com o tema, ela abandonou uma faculdade de direito e se matriculou em um curso técnico de nutrição no qual se formou em junho de 2015 (quase ao mesmo tempo em que finalizo essa dissertação). Só cito esse caso, porque alguns dos perfis estudados tiveram a mesma iniciativa, abandonando profissões e cursos já iniciados para ingressar em cursos de nutrição. Isso mostra que a alimentação, além do treino, representa um papel muito importante para esses grupos. E essa constatação poderá ser verificada e acompanhada ao longo da leitura desse trabalho, uma vez que dediquei um capítulo para esse assunto.

Então, só depois de muito observar e conversar com amigos sobre essas práticas é que percebi que essa seria a minha pesquisa, pois já estava mais atraída por ela do que pela objeto inicial. O comentário de uma colega do mestrado, sobre eu falar com mais paixão sobre esse assunto do que sobre o meu próprio tema, foi a confirmação de que eu estava no caminho

² Software criado para processarem dados eletronicamente em *smartphones* e *tablets*.

certo. Era chegado o momento de aprofundar a pesquisa, buscar mais informação e traçar o caminho que me faria chegar até a escrita dessa dissertação.

A Rede Social e a Construção de Corpos

Esse tema despertou grande interesse dos meios de comunicação ao longo da pesquisa. Especialmente as revistas especializadas nos assuntos de boa forma e bem-estar, como também moda e esportes. Foi possível acumular um material considerável durante o campo. Matérias que abordavam as mulheres e seus perfis no Instagram, dicas de exercícios e dietas, como também conteúdos sobre a própria rede social.

A exposição da vida pessoal nas redes sociais tem gerado muitos debates. Facebook, Instagram, Twitter, Flickr dentre outras redes sociais, estimulam os usuários a falar de suas vidas, discutir acontecimentos diários relativos a questões políticas, econômicas, culturais e sociais. Uma arena onde o que se faz e o que se escreve ganha grande destaque e alcance de observadores e participantes.

O crescimento de participantes desses sites de redes sociais tem sido substancial nos últimos anos, e aumentou com a adesão das pessoas aos *smartphones* e aplicativos. Já não é necessário estar com um computador para entrar numa rede social, ela cabe dentro do bolso, ao carregar um aparelho de telefonia móvel com acesso a internet. Segundo uma pesquisa desenvolvida pela empresa ShareThis, especializada em otimização de compartilhamento de conteúdo, 52% dos compartilhamentos de artigos, fotos e vídeos feitos em redes sociais, foram realizados via dispositivos móveis nos primeiros meses de 2014³.

Já o Instagram, atingiu 300 milhões de usuários em dezembro de 2014. O número triplicou em dois anos, mostrando que essa rede está conquistando mais participantes, superando outras como o Twitter⁴. Redes sociais como o Instagram são espaços na internet nos quais os indivíduos compartilham com grupos de amigos ou pessoas desconhecidas acontecimentos de suas vidas, discutem e partilham gostos e opiniões, buscam entretenimento, amizades e namoros. Enfim vivem vidas, se relacionam, se comunicam e se expressam com os outros. Portanto esses ambientes são propícios para o surgimento de novos comportamentos que são disseminados através da própria rede e que geram interações e

³ Disponível em: <http://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/mobile-e-o-meio-mais-usado-para-compartilhamentos-de-conteudos-em-redes-sociais>
Acessado em 28/07/2015.

⁴ Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/12/141210_twitter_instagram_rb
Acessado em 28/07/2015.

relações que representam essa sociedade que habita ao mesmo tempo dois terrenos, o *on-line* e o *off-line*.

Os usuários dessas redes se apropriam delas e criam novos usos que muitas vezes surpreendem os próprios inventores do canal de relacionamento. O Instagram, uma rede social criada para o compartilhamento de imagens e vídeos com a proposta de se tornar um álbum de fotos de momentos marcantes, ganhou um novo uso ao se tornar um diário do estilo de vida chamado saudável de alguns desses usuários. A postagem de pratos de culinária *fit* e da prática de exercícios físicos adicionadas a um projeto de construção do corpo, utilizam o ambiente dessa rede com o objetivo de se motivar a manter o “projeto”. Além de ter, através do olhar das *seguidoras*, fiscais que regulam se a dona do perfil está realmente cumprindo com a disciplina necessária para o atingimento das metas propostas.

A busca por corpos belos não é exclusiva dos tempos atuais. Estudos de Vigarello (2006) e Sant’Anna (2014) debatem sobre como o anseio pelo embelezamento acompanha os indivíduos. Mesmo que os padrões de beleza mudem conforme o passar do tempo, e que novas tecnologias ou práticas sejam adotadas, a busca pela conquista do belo acompanha a sociedade. As anatomias dos corpos são alvo de grande preocupação das pessoas. Os corpos são carregados de significados e simbologias. As mesmas podem ter alterações conforme os comportamentos se alteram e se desenvolvem. Um corpo magro e um corpo obeso já ocuparam um o lugar do outro, e estão em constante disputa e oposição. O local que ambos se encontram, muitas vezes, é quando estão relacionados a questões de excessos. Ser magro demais ou gordo demais são considerados anomalias e distúrbios.

Para se atingir o contorno desejado do corpo, métodos e práticas são utilizados e os exercícios físicos assim como as dietas são escolhidos por muitos que estão em busca de corpos *definidos* e *sarados*. O interesse pela manipulação dos corpos através das práticas esportivas, já foi alvo de estudos por antropólogos como Malysse (2002), por exemplo, que fez um estudo sobre a corpolatria carioca, e Sabino (2002) que desenvolveu uma pesquisa acerca dos usos de anabolizantes nas academias do Rio de Janeiro. Mas Marcel Mauss (2003) foi o primeiro a se interessar pelo tema. O autor propôs uma discussão, em 1934, sobre como os indivíduos usam seus corpos e de que forma a cultura influencia essa relação. Os modos de andar, o nado, a corrida entre outros, revelam particularidades da socialização das pessoas. São técnicas corporais que envolvem aspectos sociais, psíquicos e biológicos.

Assim, compreender o que significa para essas mulheres construir um corpo, ao mesmo tempo em que são monitoradas por pessoas muitas vezes desconhecidas, se tornou o meu objeto de pesquisa. Segundo Le Breton (2003, p. 27), “a anatomia não é mais um

destino, mas um acessório da presença, uma matéria prima a modelar, a redefinir, a submeter ao *design* do momento”.

Para realizar a pesquisa, o estudo antropológico das questões sobre corpo e ciberespaço foram pontos de partida, mas o campo abriu caminho para novas discussões como reputação, identidade, alimentação e consumo. O período de pesquisa de campo proporcionou a percepção de novos campos, novas abordagens e reestruturação de questões. A importância desse período foi fundamental para a construção desse trabalho de forma a buscar abordar o tema por muitas ramificações.

Para escrever essa dissertação estruturei o conteúdo para que pudesse discutir nos capítulos as temáticas que mais despertaram debates e questionamentos durante o período de pesquisa. No primeiro capítulo analiso as especificidades do trabalho em dois campos, o *on-line* e o *off-line*. Considero as dificuldades encontradas por atuar em dois ambientes distintos e faço uma reflexão se os dois são complementares ou conflitantes. Também discuto o que são as redes sociais e de que forma atuam. Ainda nesse capítulo, descrevo de que forma foi a construção de um perfil que me possibilitasse a entrada no campo, e faço uma análise comparativa entre a etnografia analógica e a virtual.

No segundo capítulo, apresento uma argumentação sobre a construção de perfis de valor. O que são os projetos de *musa*? O que elas pretendem com os mesmos e como constroem suas reputações a partir dos perfis e dos projetos? De que forma as relações e interações que são geradas a partir dessas práticas são responsáveis pelas identidades construídas pelas pesquisadas?

As questões de corpo são expostas e debatidas no terceiro capítulo. Iniciam pela busca do entendimento de como o Instagram oferece ferramentas que o tornam um espaço valorizado para a construção desses corpos. Uma análise comparativa entre os *bodybuilders* e as chamadas *musas do instafit* pretende debater o que são corpos de homem e corpos de mulher? Em seguida, busco discorrer sobre essas novas corporalidades. Que corpos são esses considerados corpos de *musa* e como os mesmos são construídos a base de treino? Fechando o capítulo, apresento uma discussão sobre capital a partir da importância da barriga na conquista do corpo *sarado* de *musa*.

A alimentação é o ponto de partida do quarto capítulo. Uma frase postada como *hashtag*, e a quantidade de compartilhamentos da mesma, propôs uma análise sobre as práticas relacionadas ao ato de comer. O que significa comer *limpo* e comida de verdade? Uma discussão sobre as dietas e os hábitos alimentares praticados pelas musas pretende

analisar de que forma os mesmos contribuem para a construção do corpo desejado. E fechando esse capítulo apresento a minha experiência nos cursos de culinária *fit*.

Assim, organizo essa dissertação de forma a compreender as práticas realizadas por essas mulheres, intituladas de *musas do instafit* e de que forma essas práticas e técnicas contribuem para a construção de um corpo que é carregado de significados.

As musas do instafit

Não consegui identificar durante o período de campo em que momento as observadas foram alçadas ao título de *musas*. Não sei se havia sido uma alcunha empregada pelos meios de comunicação de forma a normatizar as práticas aplicadas por diferentes perfis. Ou se foram as próprias *seguidoras* que as coroaram, com a denominação relacionada a figuras femininas como fonte de inspiração na mitologia grega. Entretanto, entendo que essa não é uma questão primordial para a pesquisa, e sim compreender quais atributos e categorias relacionadas a essas mulheres, as fazem ser reconhecidas como *musas do instafit*. De forma que, para a escolha das observadas, foi necessário identificar quais eram os perfis encontrados nessa rede social que poderiam ser compreendidos na categoria de perfis de *musas*.

O termo *musa* é utilizado para se referir mulheres reconhecidas pela beleza e que inspiram e despertam o interesse masculino. A escolha de belas mulheres no mundo esportivo que recebem esse título é disseminada nos meios de comunicação. Atletas que chamam atenção pela beleza são intituladas como tal, algumas vezes mais até do que pelas suas qualidades atléticas. Isso proporciona a elas um destaque dentre as demais. Muitas vezes são chamadas para protagonizar anúncios de publicidade, participação em programas de televisão, lançamento de linhas de produtos com seus nomes e ainda podem ter ganhos financeiros com a presença em eventos. Como a beleza é muito valorizada, esses atributos proporcionam para essas, oportunidades que as outras atletas não têm acesso, a não ser que se destaquem nas práticas esportivas como as melhores em suas categorias. Mas de certo que ser considerada bela ou não oferecerá a essas atletas tratamentos e possibilidades distintas.

O conceito de beleza pode variar. Ser belo de rosto, ou belo de corpo são categorias diferentes. Ao se referir a uma mulher como bonita de corpo, pode estar subentendido que apenas seu físico se adequa aos padrões de beleza pré-estabelecidos. Assim como ser bonita de rosto pode ser compreendido como não ser bela na sua totalidade. O termo é usado com frequência se referindo a mulheres acima do peso considerado ideal, de forma que seus corpos são desassociados de uma beleza completa.

Assim, as observadas nessa pesquisa, mostram ter uma grande preocupação com a beleza do corpo, e são cobradas pelos *seguidores* por um corpo que seja considerado atraente, bonito e *sarado*. Não que seus rostos não sejam importantes, mas elas dedicam muito mais tempo e empenho ao físico do que a face, como é esperada, por exemplo, de *blogueiras de beleza*⁵. As imagens de seus corpos são então exploradas nas postagens de seus perfis do Instagram. Pernas, abdômen, costas, braços ganham destaque nas fotos postadas. A anatomia desse corpo belo é desmembrada, de forma que cada parte possa atingir a sua melhor apresentação correspondendo aos padrões pré-estabelecidos pelas próprias *musas* e seus parceiros na conquista desse corpo, os nutricionistas e *personal trainers*.

Considerei então que para ser um perfil de musa, era necessária uma página com postagens sobre essa exposição do corpo, e que as donas dessas páginas fossem identificadas como fonte de inspiração para as *seguidoras*. De outra forma não poderiam ser reconhecidas como *musas*. E que para pertencer à categoria *instafit* essas deveriam ter construído suas reputações a partir dessa rede social fazendo assim com que aquelas mulheres que já usufruíam de algum tipo de notoriedade antes da criação de seus perfis fossem descartadas dessa análise. Os perfis de atrizes, celebridades, dançarinas e apresentadoras não foram considerados na escolha daqueles a serem usados como fonte da pesquisa.

Os perfis selecionados são todos públicos, mas optei por não identificá-las na escrita e usar nomes fictícios, de forma que se possa preservar a identidade de cada uma das observadas.

Iniciei acompanhando um primeiro perfil que até hoje é um dos mais populares: @marcelatrentini. A partir desse perfil e dos comentários dos *seguidores* cheguei ao segundo perfil que também é considerado um dos mais influentes. Dessa forma fui encontrando os perfis que se encaixavam na pesquisa, buscando selecioná-los primeiro por aqueles que construíram a sua reputação na rede social, depois por perfis só de mulheres (há tanto homens quanto casais que também postam seu estilo de vida saudável nessa rede). Não defini uma faixa etária rígida, pois perfis de diversas idades se encaixavam na pesquisa. As idades das pesquisadas são em torno de 25 a 45 anos, sendo a maioria na faixa dos 30 anos. É importante citar que as pesquisadas são em maioria brancas e de classe média a alta, essas características não foram escolhidas por mim, mas pelos perfis se encaixarem nas delimitações que fiz para definir um perfil de *musa* e por apresentarem o maior número de *seguidores*.

⁵*Blogueiras de beleza* e cosméticos são aquelas que possuem *blogs* nos quais discutem assuntos referentes a produtos de beleza, maquiagem e cosméticos. As postagens dessas *blogueiras* valoriza a imagem de seus rostos, fazendo com que na maioria das vezes seus corpos não sejam vistos em vídeos ou fotos.

O número de *seguidores* foi determinante para a definição dos perfis a serem observados. Sendo que só os perfis que já estivessem na época com mais de 20 mil (cada ‘mil’ representado pela letra K), seriam considerados para o recorte da pesquisa. Enquanto finalizo essa dissertação (agosto de 2015) o perfil de @marcelatrentini apresenta 991 k *seguidores* e 7058 publicações⁶, o perfil de @betaluna, que acompanha o perfil anterior em popularidade, tem 400k *seguidores* e 6882 publicações. Os perfis que superam o número de *seguidores* em milhões geralmente ficam reservados as celebridades, personalidades da mídia e aqueles que construíram suas reputações fora da rede social. Dos perfis observados que não eram celebridades antes do aparecimento das *musas* do *instafit* apenas um perfil se destaca em milhões de leitores, este é o da chamada *musa fitness* @biatoritori, apresentando o número de *seguidores* de 1,2 milhões. Mas como ela não morava no Brasil, e já era conhecida do circuito *fitness*, ela foi acompanhada, mas não ficou entre o grupo de pesquisadas que foram observadas mais atentamente. Outro fator que foi levado em consideração foram os perfis que compartilhavam a *hashtag instafit*. Pesquisei ao todo trinta e quatro perfis, com maior foco em quinze. Durante todo o período de pesquisa não encontrei nenhum perfil de afro descendente, mas não posso afirmar que esses não existam. Entretanto não apareceram durante a observação, nem no campo e nem nas matérias de mídia impressa que abordaram esse tema durante o período da pesquisa.

Faço agora uma breve apresentação dos perfis pesquisados (tabela 1):

	Nomes	Idade *	profissão
1	Beta Luna	28 anos	Empresária de moda.
2	Marcela Trentini	28 anos	Designer mas hoje se dedica ao perfil no Instagram
3	Tina Uzzi	30 anos	Estudante de direito
4	Cristina Torquato	31 anos	Trabalha no mercado financeiro
5	Adriana Moraes	37 anos	Empresária
6	Daniela Alves	30 anos	Empresária de e-commerce fitness e se dedica ao perfil no Instagram
7	Mariana Din	32 anos	Personal Trainer
8	Paty Felix	32 anos	Não identificado
9	Alê Santos	34 anos	Jornalista
10	Paula Lima	32 anos	Personal Trainer
11	Fabiana Duna	30 anos	Não identificado
12	Juliana Adi	34 anos	Chef fit
13	Déia Duarte	35 anos	Chef fit
14	Roberta Campos	33 anos	Empresária
15	Cami fit	32 anos	Biologa e estudante de nutrição

*Nem todas as idades são reais, apenas percepções e informações tiradas dos comentários.

⁶Acessado em 03/02/2015.

A metodologia

Para o desenvolvimento desse trabalho foi necessário utilizar ferramentas que permitissem acompanhar os usuários dentro e fora da rede social. Para tanto foram utilizadas técnicas que permitissem um aprofundamento do tema e imersão no estilo de vida dessas pessoas.

Os perfis mais populares e que apresentaram atividade diária de postagens de seus exercícios físicos e dieta alimentar foram acompanhados com o objetivo de monitorar e observar esse comportamento e a rede de subjetividades decorrentes dessas publicações. Esse acompanhamento diário permitiu identificar as formas como esses corpos estão sendo construídos nessa rede e quais as categorias e relações geradas por essas práticas.

O objeto de estudo foram os perfis dessas *musas do instafit*. Assim a pesquisa não se encaminhou para entrevistas em profundidade ou acompanhamento do dia a dia das mesmas fora da rede social, e sim no monitoramento e análise a partir das postagens.

Apenas perfis femininos formaram as referências de observação dessa pesquisa, uma vez que a proposta é compreender as novas corporalidades construídas nessa rede social através do comportamento das chamadas *musas do instafit*.

Para a realização dessa pesquisa escolhi dois espaços como campos de observação. Um *on-line* e outro *off-line*. A observação a partir dos perfis expostos na rede social Instagram foi realizada durante o período de campo e se estendeu até o processo de escrita dessa dissertação, mas com menos intensidade. A coleta de informações foi feita com base nas postagens dos perfis escolhidos como os que se encaixavam nas delimitações já citadas. Outra etapa foi a participação em cursos de culinária *fit* nos quais foi possível ter contato com algumas das observadas e suas *seguidoras*.

Por esse tema proporcionar a compreensão de um corpo construído intermediado por meios modernos de relacionamentos, ele se torna relevante para entender como as pessoas constroem corpos em um espaço virtual. Através da observação e do estudo da rede de subjetividades criada com as publicações de imagens, vídeos e textos, e de uma imersão nesse universo que envolve alimentação saudável e o uso de exercícios físicos, apresento uma análise de como a construção desses corpos pode representar aspectos da sociedade moderna e a forma como esta interage e se relaciona.

CAPÍTULO 1: A PESQUISA NO CAMPO *ON-LINE* E *OFF-LINE*

1.1 O Instagram

Ao iniciar esse projeto alguns desafios foram se destacando ao pensar em como pesquisar um grupo que se encontra em um ambiente digital e não analógico. O grupo em questão se apresenta através de uma rede social que funciona como aplicativo em *smartphones* e *tablets*. A rede social Instagram é uma plataforma de compartilhamento de imagens. A página na internet se apresenta com um convite: “capture e compartilhe os momentos do mundo”. Nessa plataforma é possível publicar fotos e partilhar as imagens com amigos, familiares e até mesmo com desconhecidos que se interessem pela página de um perfil⁷ e que sejam aceitos por esse como um *seguidor*⁸.

O nome Instagram vem da junção das palavras instante e telegrama. De acordo com o texto⁹ publicado no próprio site da rede social na Internet, a ideia de juntar os dois nomes veio da fascinação que os criadores, o americano Kevin Syston e o brasileiro Mike Krieger, tinham de máquinas antigas como a Polaróide, que eram comercializadas como “instantâneas”. Além disso, observaram que o hábito atual de compartilhar as fotos através do envio de mensagens lembra os antigos telegramas. Assim as duas palavras foram reunidas para nomear a rede social que, de acordo com os criadores, é uma contadora de histórias visuais. O objetivo inicial era resolver três problemas: 1) como as fotos de aparelhos celulares não tinham um resultado de grande qualidade, os filtros podiam transformá-las dando uma aparência profissional; 2) uma vez que os participantes de redes sociais costumam ter perfis em mais de uma rede, e postam as mesmas fotos nelas, o aplicativo pretendia ajudar esses usuários a compartilhar a imagem em várias redes sociais de uma só vez, poupando-lhes o retrabalho de entrar em uma por uma para postar a foto; 3) tornar o *upload* (transferência do arquivo do computador para um servidor) uma experiência mais rápida e eficiente, uma vez que costumavam demorar muito tempo.

⁷Um perfil é a página na qual um usuário da rede social publica suas informações, imagens e se relaciona com os outros usuários através de comentários, *hashtags* e curtidas. Quando outro usuário gosta do que foi postado ele dá o ‘like’ ou curte uma foto ao tocar no botão curtir. Logo abaixo da foto aparece o número de quantos ‘likes’ aquela foto recebeu. A quantidade de ‘likes’ mostra o quanto uma foto repercutiu e ganhou admiradores.

⁸*Seguidor* é o usuário que adiciona um perfil público ou pede autorização para um privado para acompanhar as postagens daquele perfil. Ao ‘seguir’ um perfil as postagens desse passam a aparecer na ‘*timeline*’, linha do tempo do usuário. Essa ‘*timeline*’ publica as atualizações das postagens dos perfis que são ‘seguidos’ organizando por data e hora de postagem.

⁹ Disponível em: <https://instagram.com/about/faq/>
Acessado em 01/03/2015

O Instagram é uma rede social que inicialmente pretendia ser um mural de fotos ou de memórias, como antes era o álbum de fotografias que contava as histórias de famílias, lembranças de viagens, festas, momentos para serem guardados e revisitados de tempos em tempos. As fotos podiam ser colocadas ainda em porta retratos, molduras ou até em quadros de cortiça como faziam os adolescentes nos anos 80 e 90. A partir dessas imagens era possível conhecer um pouco da vida das pessoas, acompanhar seu crescimento e acontecimentos especiais. Mas para se ter acesso a essas fotos era preciso entrar na casa das pessoas, e ser convidado a ver essas lembranças. As redes sociais na Internet que partilham imagens proporcionaram uma grande mudança nesses costumes, pois os álbuns agora ficam disponíveis *on-line* para que possam ser vistos a qualquer instante e reproduzidos quantas vezes quiser.

Walter Benjamin (1955), em seu trabalho sobre a obra de arte e a reprodutibilidade técnica discute como os meios de reprodução técnica mudaram o posicionamento da arte a medida que o grande público é impactado por novos métodos de reprodução técnica, como a fotografia e o cinema. Segundo o autor, a reprodução da obra de arte não é exclusiva dos tempos modernos. Entretanto, com a chegada de alguns novos métodos, como a fotografia, a reprodução técnica ganhou novas possibilidades. Mas a obra de arte, teria na autenticidade o seu maior valor. E apesar da reprodução técnica, não preservar essa autenticidade, ela teria mais autonomia e poderia transformar o aqui e agora a partir da técnica. O autor apresenta a fotografia como uma exemplo, mostrando que o fotógrafo pode alterar o original com os instrumentos que utiliza para fazer a foto, condições que o olho humano não teria acesso. Outra questão é também a permissão dessa reprodutibilidade técnica de aproximar a obra do indivíduo, que não precisa mais estar na catedral para ter acesso a ela. A reprodutibilidade técnica possibilita a disseminação da obra para um público maior e em outros espaços mais acessíveis. E esta característica de reprodutibilidade técnica seria responsável por mudar a relação da massa com a arte.

“E, na medida que essa técnica permite à reprodução vir ao encontro do espectador, em todas as situações, ela atualiza o objeto reproduzido. Esses dois processos resultam num violento abalo da tradição, que constitui o reverso da crise atual e a renovação da humanidade. Eles se relacionam intimamente com os movimentos de massa, em nossos dias.” (Walter Benjamin, 1955)

Com essa nova perspectiva a obra de arte perde então sua característica de valor de culto, e ganha um novo valor que é o de exposição. O valor de culto exigiria que a obra fosse restrita e mantida quase em segredo, sendo exposta em momentos especiais ou para pessoas autorizadas, como os sacerdotes. A emancipação dessas obras, desses usos de culto e ritual,

permitem que sejam expostas e apreciadas por mais pessoas. O valor de exposição aumenta a medida que uma obra é realizada através de uma técnica que permita o seu deslocamento e exposição para mais pessoas. O autor dá como exemplo os quadros em relação aos mosaicos ou afrescos, apresentando que os primeiros teriam um fator de exponibilidade maior do que os outros. Os métodos de reprodutibilidade técnica, então, proporcionaram uma mudança expressiva nesse valor de exposição. Assim, de acordo com Benjamin (1955), com a fotografia “ valor de culto começa a recuar, em todas as frentes, diante do valor da exposição”. O retrato do rosto humano, seria a resistência a esse recuo do culto, e quando acontece a retirada do homem da fotografia, o valor de exposição supera, o valor de culto.

A reprodutibilidade técnica proporcionaria a permissão de se replicar a obra de arte indefinidamente, tornando essa uma das características da cultura de massa. Assim, as fotos que então já eram consideradas capazes de serem reproduzidas e atingir um público amplo, hoje ganham no ciberespaço uma condição aumentada dessas características. Pois, analisando do ponto de vista das fotos pessoais, as fotografias tinham ainda um certo valor de culto e podiam ficar restritas a um ambiente selecionado de familiares e amigos. Hoje, com a tecnologia da fotografia digital a reprodução de imagens é feita em grande escala. Antes ainda havia a preocupação com a compra do filme e a limitação que o mesmo impunha em relação a quantidade de imagens que era possível tirar. A fotografia digital mudou isso, fazendo com que as imagens sejam não só reproduzidas como disseminadas em profusão. E com as redes sociais e as ferramentas oferecidas por essas, é possível reproduzir infinitamente. Não há limites. Desse modo, o valor de exposição ganha destaque e supera o valor de culto mais uma vez. Como se produz uma quantidade enorme de imagens elas precisam ser expostas, e as redes sociais propiciam essa exibição de forma a atender a velocidade na qual a tecnologia permite atualmente reproduzir imagens.

A quantidade de fotos produzidas hoje por pessoa é muito superior a que acontecia na época das películas fotográficas, que precisavam ainda passar pelo processo de revelação. As imagens digitais são produzidas em uma velocidade frenética e podem ser alteradas e retocadas por programas de edição de imagens como o Photoshop. Com essa nova tecnologia ficou mais fácil parecer ser um bom fotógrafo. As redes sociais que proporcionam esse compartilhamento de imagens começaram a surgir para suprir esse desejo de exibição constante. O Instagram é uma dessas plataformas de compartilhamento de imagens. Outras redes sociais, antes dela, já ofereciam essa ferramenta de exibição de fotos. O Orkut¹⁰, por

¹⁰Site de rede social criada em 2004 e desativada em 2014. Foi muito popular no Brasil mas foi ultrapassada pelo Facebook.

exemplo, oferecia a organização das fotos em formato de álbum e no Facebook¹¹ há a possibilidade de organizar as fotos através de álbuns temáticos (viagens, festas, trabalho). Contudo, quando se fala de compartilhamento de imagens, o Flickr¹² e o Pinterest¹³ provavelmente são as redes que podem mais se aproximar do Instagram, uma vez que ambas tem como foco o compartilhamento de fotos, e o texto é relegado a um papel secundário. São as imagens as grandes atrações dessas redes sociais, são elas que cativam em primeiro lugar os seus usuários. No Pinterest as imagens são utilizadas como um grande álbum de referências e inspirações, não se percebe a utilização para exibição de fotos pessoais como acontece no Instagram. Já o Flickr, que tem características mais próximas as do Instagram, perde no quesito de manipulação de imagens. Pois foram os filtros¹⁴ e as possibilidades de alteração das imagens no próprio aplicativo que foram responsáveis por impulsionar a popularidade do Instagram. Outro diferencial está em fazer com que essa partilha seja mais ágil e rápida utilizando a praticidade dos *smartphones*, conectando o aplicativo direto às redes mais populares como Facebook, Flickr, Tumblr e Twitter.

Há ainda mais características que são essenciais para a compreensão do funcionamento do Instagram, uma delas é que ele permite nomear a foto, localizar de onde se está postando, aplicando assim a ideia do instantâneo. Além de criar, adotar e compartilhar as *hashtags*. Essas são palavras-chaves que agregam em uma página várias fotos associadas a um mesmo tema, informação ou discussão. Elas organizam a informação postada de forma que os usuários possam fazer uma pesquisa de forma simplificada. Uma única foto pode receber mais de uma *hashtag*, permitindo assim que pertença a diversas páginas ou grupos temáticos. Esse uso faz com que os perfis possam criar várias comunidades ou grupos ao redor dessas palavras-chave e assim as páginas dos usuários ganham novos adeptos/*seguidores* e se popularizam na rede. A importância das *hashtags* para o Instagram é comprovada pela busca ou como é chamada no aplicativo, a exploração, que pode ser feita de três maneiras: uma por fotos, outra por perfis através de nomes de usuários e mais uma por

¹¹Site de rede social criada em 2004 e que em 2012 atingiu de 1 bilhão de usuários ativos. Segundo o site comscore, em dezembro de 2011 o site atraiu 36.1 milhões de visitantes no Brasil superando o Orkut. <http://www.comscore.com/por/Insights/Data-Mine/Facebook-Takes-the-Lead-in-Brazilian-Social-Networking-Market> Acessado em 02/03/2015 Ver <https://www.facebook.com>

¹²Site de rede social que permite a publicação de fotografias, textos curtos acompanhando essas imagens e permite também a postagem de vídeos. Ver <https://www.flickr.com>

¹³Site de rede social para compartilhamento de fotos. É usado como um quadro de referências ou inspirações. Ver <https://www.pinterest.com>

¹⁴Os filtros no Instagram são responsáveis por grande parte da popularidade da rede social. Esses filtros criam efeitos nas fotos dando aparência de imagens na cor sépia, preto e branco, aspecto antigo, retrô, podem também aumentar a saturação das cores, clareiam ou escurecem, mudam a luz das fotos. Atualmente (março de 2015) o Instagram possui um total de 24 filtros.

hashtags (simbolizadas pela cerquilha #), assim fica disponível a procura por páginas que comportem os mesmos interesses.

As *hashtags* são monitoradas pelos gestores dessa rede. Por intermédio delas, fica mais fácil controlar as postagens e saber que imagens estão sendo relacionadas a determinadas palavras. Essa prática acaba provocando uma tentativa de generalizar os significados dos termos utilizados pelos usuários. Especialmente no controle ao material considerado indevido pela política da rede social. As imagens de nudez são proibidas, e toda vez que uma imagem dessas aparece e é identificada pelos gestores o perfil é bloqueado. No termo de uso da rede, as regras de participação são definidas, e nas diretrizes da comunidade a proibição de fotos de nudez é ressaltada.

“Publique fotos e vídeos apropriados para um público variado. Sabemos que há momentos em que as pessoas podem desejar publicar imagens de nudez de natureza artística ou criativa, mas por vários motivos, não permitimos nudez no Instagram. Isso inclui fotos, vídeos e alguns conteúdos criados digitalmente que mostram relações sexuais, genitais e close-ups de nádegas totalmente expostas. Isso também inclui algumas fotos de mamilos femininos, mas as fotos de cicatrizes causados por mastectomia e mulheres amamentando são permitidas. Nudez em imagens de pinturas e esculturas também é permitida.”

(texto extraído das Diretrizes da comunidade do Instagram, no site da rede social)¹⁵

As *hashtags* são fonte importante para essa pesquisa pois não só identificam aquelas que pertencem ao grupo desse estudo, como organizam as usuárias através das adeptas dos projetos das *musas* mais populares, pois com frequência citam os projetos com os quais mais se identificam. Também são utilizadas para se comunicar criando frases no lugar de palavras. Essa prática é na verdade uma criação dos próprios usuários, e alguns a compreendem como uma forma incorreta de usar a ferramenta. O uso dessas frases como *hashtags* tem muitas vezes o objetivo de ressaltar aquilo sobre o que se está falando, visto que ficam destacadas do texto principal. O perfil de Marcela Trentini é conhecido por criar *hashtags* e utiliza-las de forma provocativa e engraçada. Algumas criações dela são: “#SeATuaBaianaNãoRoda #NãoTentePararAMinha #AquiBateEVolta ou #BundaNãoTemFeriado”. As *hashtags* divertidas são um dos motivos da popularidade do seu perfil, que usa o humor para falar sobre sua rotina de treinos e seu estilo de vida.

Assim, as relações entre usuários e a rede social intermediadas pelas *hashtags* são importantes para compreendermos a forma como os perfis se constroem dentro desse ambiente. O modo como utilizam essas palavras-chave demonstram que eles estabelecem com as mesmas uma relação de produção de significados e códigos.

¹⁵ Disponível em: <https://help.instagram.com/477434105621119/>

Além das *hashtags* é preciso mencionar outro meio utilizado pelos perfis para manifestar suas emoções e sentimentos. Os emoticons e os emojis são ferramentas que propiciam aos usuários falar a partir de ícones e imagens. O termo emoticon é a junção das palavras emotion (emoção) e icon (ícone). Foram criados para representar as emoções dos usuários, e são escritos por meio de caracteres tipográficos. Foi criado por um professor de ciência da computação para deixar claro em uma rede rudimentar de professores de uma instituição de pesquisa e ensino que um texto era irônico. Já os emojis são uma criação japonesa da década de 90, e a palavra é uma combinação de expressões japonesas e (imagem) moji (personagens)¹⁶. Os desenhos são disponibilizados como opção de teclado dos *smartphones*. Ambos são uma forma de significação nessa rede, e através de imagens e caracteres substituem as palavras e as emoções que se pretende passar. As observadas usam muito esse recurso em suas postagens.

1.2 A Internet e as Redes Sociais

O acesso a essa rede social, o Instagram, nos meios nos quais ela se encontra disponível acontece através da internet. Para que se possa postar, compartilhar e realizar toda a interação que ela permite é necessário entrar nesse ambiente, o que implica na aquisição de uma certa *expertise*. Assim, inicialmente, foi importante entender esse veículo de informação e as redes sociais, para só depois aprofundar os conhecimentos na metodologia mais apropriada para a execução dessa pesquisa.

O uso da internet mudou muitos aspectos da sociedade, possibilitou novas formas de relacionamento e comunicação que acabam atingindo os hábitos das pessoas e por muitas vezes mudando seu modo de viver como também os espaços nos quais convivem. Para Castels (2003, p.08), “a internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global”. Essa inovação no modo de trocar informação e se relacionar permitiu que um número maior de pessoas fosse alcançado, especialmente aquelas que se encontravam em localidades afastadas. As distâncias geográficas continuam as mesmas fisicamente mas a possibilidade de se comunicar com uma pessoa em qualquer local do mundo, acompanhar seu dia a dia, seu modo de vida é um aspecto da revolução trazida pela Internet.

¹⁶ Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/07/entenda-diferenca-entre-smiley-emoticon-e-emoji.html>
Acessado em 29/07/2014.

Por esse aspecto o ambiente digital pode ser um campo privilegiado, mas outros mostram que ele é desafiador. No dias atuais não pertencer a uma dessas redes é possível, e muitos escolhem não aderir. Contudo essa decisão pode significar excluir-se de um ambiente de relacionamento no qual discussões acontecem, há troca de informação, oportunidades de conhecer pessoas novas, entrar em contato com colegas de infância, entre outras possibilidades. Essa exclusão voluntária das redes sociais digitais pode suscitar constrangimentos e isolamento. O esquecimento de datas de aniversários, é um exemplo de como isso pode causar situações embaraçosas, pois algumas redes como o Facebook, anunciam os aniversariantes do dia pertencentes ao seu grupo de amigos, fazendo com que não se esqueça de felicitar um amigo, um familiar ou até mesmo o seu chefe. Muitos se acostumaram a essa facilidade e hoje mandam felicitações por essas redes. Isto modificou o modo como as pessoas hoje lidam com o recebimento de uma ligação no dia do aniversário. Esse ato, atualmente, é considerado uma expressão de extremo carinho ou atenção, pois a maioria das pessoas felicita através de redes sociais ou por outros aplicativos como o Whatsapp¹⁷.

Essa ausência das redes sociais pode gerar outras dificuldades como se realmente estivessem excluídos, uma vez que não tem acesso a informações que estão disponíveis na rede. Como exemplo cito duas passagens pessoais, nas quais um dos meus colegas de trabalho, que não tem Facebook se sentiu nessa situação. Uma foi quando a equipe foi liberada de um dia de trabalho e ele não ficou sabendo por não estar presente na rede social na qual a informação foi veiculada. E por ele ser o único que não estava na rede, ninguém lembrou de avisá-lo por outros meios, o que fez com que comparecesse ao trabalho e não encontrasse a equipe.. Na ocasião ele comentou ter ficado magoado com o esquecimento e que não tinha obrigação de participar do Facebook. E em outra situação teve seu aniversário esquecido pois a rede não tinha como avisar sobre a data uma vez que ele não fazia parte dela. Como hoje muitas pessoas não têm mais o costume de anotar aniversários em agendas como era feito antigamente, ou ainda telefonar para deixar um recado, optando por dar o recado *on-line*, essa exclusão pode gerar uma falta de interação não só no ambiente *on-line* mas também no ambiente *off-line* Esse mesmo colega de trabalho que se recusa a participar do Facebook tem uma conta no Instagram. Perguntei por curiosidade qual o motivo da escolha, segundo ele

¹⁷ O Whatsapp é um aplicativo para *smartphones* utilizado para troca de mensagens instantâneas via texto, áudio ou vídeo, através de uma conexão com a internet. O *software* permite também a realização de ligações gratuitas, entretanto o recurso de mensagem de texto e áudio é o mais disseminado.

o Instagram tem menos usuários, o que geraria menos exposição da sua vida particular, e ele só precisa postar fotos, e não textos.

Dessa forma, essas redes sociais são espaços de sociabilidade nas quais os indivíduos compartilham suas vidas e seus interesses. Elas possibilitam encontros e trocas mesmo que não aconteça o encontro face a face. Segundo Dornelles (2004, p. 256), “a sociabilidade está condicionada à atos comunicativos entre um “eu” que se volta aos outros e os apreende como pessoas. Esse processo se dá a partir da percepção do outro enquanto um corpo no espaço que compartilha comigo um ambiente comunicativo comum”. Aqui esse ambiente comunicativo compartilhado é o Instagram. É nele que essas percepções do outro acontecem a partir das imagens postadas e a interação através das curtidas e dos comentários sobre os quais irei me aprofundar mais adiante.

O mundo virtual é apresentado, muitas vezes, como oposto ao mundo real. Como se o que acontece na internet e nessas redes sociais, não fosse verdadeiro. Por se tratar de relações que não se estabelecem face a face, alguns acreditam que estar on-line desenvolvendo relações não deve ser considerado real, pois não seria físico, e o que se vive nesse mundo pode ser fruto de fantasias ou mentiras. Entretanto, as redes sociais nos espaços virtuais proporcionam interações e sociabilidade, com trocas entre os indivíduos. A ideia pode vir do uso de personagens fictícios ou de ambientes que simulam o chamado mundo real em games ou redes sociais. Mas isso não quer dizer que os acontecimentos e o que se vive nesse ambiente não seja real.

Castells (2003), apresenta o conceito de redes como um conjunto de nós interconectados. Para ele apesar da formação de redes ser uma prática antiga na sociedade, com o advento da Internet o termo ganhou nova significação ao representar as redes de informação movidas nesse ambiente. Segundo o autor as características de flexibilidade e poder de adaptação das redes foram o que proporcionou o seu crescimento em um ambiente que muda e se transforma de forma veloz.

Esse aspecto de mudança acelerada na internet, que demanda das redes sociais uma movimentação ágil para adequação, foi uma das dificuldades encontradas no processo da pesquisa. Castells (2003, p.08) comenta que, “a velocidade de transformação tornou difícil para a pesquisa acadêmica acompanhar o ritmo da mudança com um suprimento adequado de estudos empíricos sobre os motivos e os objetivos da economia e da sociedade baseadas na Internet”. Essa rápida transformação demanda uma constante atenção às mudanças no meio e das inovações que ele apresenta. Um estudo baseado nesse ambiente pode se tornar rapidamente ultrapassado por novas tecnologias, práticas e usos.

O próprio Instagram se atualiza lançando novos filtros, possibilidades de edição de imagens, mudando a forma como os usuários podem se relacionar. Um exemplo, foi na ocasião em que permitiu a marcação de outros perfis nas fotos, em maio de 2013. Isto fez com que uma nova aba fosse criada na página pessoal com o nome “fotos com você”, permitindo assim a exibição de todas as imagens nas quais o perfil foi marcado. Com essa alteração foi possível uma interação maior entre os perfis, uma vez que esses apareciam mencionados nas fotos e não apenas nos comentários. Para que essa marcação aconteça é necessária que seja feita pelo próprio dono do perfil, aquele que está postando a foto, não permitindo que outro usuário o faça, como acontece no Facebook. Aquele que foi marcado na foto pode no entanto escolher se quer que essa marcação seja visível na sua *timeline* ao escolher quais fotos podem ter o seu nome associado a elas.

Essa mudança possibilitou aos perfis aqui pesquisados divulgarem outras páginas, marcando seus *personal trainers*, nutricionistas, outros perfis relacionados ao grupo do *instafit*¹⁸ e mesmo empresas com as quais possuem parcerias de publicidade, dando assim visibilidade a esses. As observadas concedem através dessas marcações acesso para *seguidores* a esses perfis, como também permitem que esses consigam chegar ao grupo que as acompanha intermediados pela validação das mesmas. Essa prática será fundamental para as postagens relacionadas a divulgação de produtos indicados pelas observadas, especialmente os que envolvem o *publipost*. Essa é uma postagem relacionada a publicidade, na qual as observadas são pagas para indicar produtos ou marcas. Essa prática se tornou comum nessa rede, especialmente nos perfis das *musas*. Apenas o dono do perfil recebe ganhos financeiros para esse tipo de ação. Os *seguidores*, no entanto, demandam que essas publicações patrocinadas sejam sinalizadas por quem as posta. O problema consiste na percepção de quem segue o perfil e está atrás de indicações sinceras. Não saber que a pessoa ganhou para publicar aquele produto pode fazer com que o consumidor se sinta ludibriado, pois seria uma publicidade disfarçada. Isso fez com que algumas *musas* sofressem acusações e até denúncias de práticas desonestas. A rede, que não interferia nessa situação teve que criar regras organizar esse tipo de postagem e torná-la regularizada. Isto fez com que o risco de publicidade velada, que é proibida por lei, fosse minimizado. A indicação de *publipost* deve aparecer logo acima da imagem nas postagens do Instagram. Isto mostra que a rede está em constante transformação de forma a se adaptar aos usos criados pelos seus participantes.

¹⁸A *hashtag instafit* foi criada pelos próprios usuários do Instagram com a intenção de classificar as fotos que fazem referência a esse estilo de vida de construção de corpos através de exercícios físicos e alimentação regrada. O termo passou a identificar o grupo que faz esse tipo de postagem assim como as chamadas *musas* que abordo nesse trabalho.

É importante frisar que para ser marcado nessa rede social é preciso possuir um perfil na mesma. Não se pode marcar na foto sem que a pessoa faça parte do Instagram, diferente do que acontece no Facebook, na qual não participantes da rede podem ter seus nomes marcados nas fotos. De tempos em tempos a rede anuncia novas alterações, sempre buscando atender às mais recentes necessidades dos usuários. A forma como os usuários utilizam a rede ajuda a formatar essas mudanças.

O Instagram, no início do campo, se restringia apenas a fotos, imagens que podiam ser alteradas com aplicação de filtros, fazendo com que cada um se tornasse um fotógrafo profissional. Em junho de 2013 passou a disponibilizar ao usuário a gravação ou o *upload* de vídeos de até 15 segundos. Essa mudança possibilitou que as mulheres observadas adotassem novas práticas. Se antes o que se via postado era a imagem referente a um treino da academia, agora o próprio exercício podia ser reproduzido na plataforma, assim as seguidoras veriam como aquele treino daquela imagem estática era realmente executado. Outra atividade que surgiu com essa mudança foram os vídeos curtos de receitas culinárias *fit*. No começo apareciam apenas como fazer os sucos verdes¹⁹, mas depois receitas bem rápidas passaram a ser postadas, como também vídeos com uma coletânea de imagens, produzidas por outros aplicativos mas com o objetivo de serem postados no Instagram. Além das mudanças já mencionadas as donas dos perfis passaram a fazer vídeos falando diretamente com seus *seguidores*. Esses não acontecem com tanta frequência para esse determinado uso, mas já vi algumas vezes. O primeiro vídeo que assisti foi o de uma das pesquisadas @tinauzzi, testando a nova ferramenta. A publicação foi feita enquanto fazia uma viagem. Abaixo a postagem:

“kkkkk(sic) como adsim(sic) video no instagram? Não se pode viajar que já surge um monte de novidade. (emoticons chorando de tanto rir)” (mulher 30 anos. Acessado em 07/02/2014)

A última atualização anunciada foi em dezembro de 2014 informando que perfis considerados *spam* seriam deletados, o que pode afetar diretamente a popularidade de algumas *musas* e celebridades, uma vez que o número de *seguidores* é determinante para a notoriedade do perfil. *Spam* são mensagens não solicitadas, muitas vezes são propagandas, correntes ou vírus. As contas *spam* no Instagram, são aquelas que não são consideradas páginas de perfis verdadeiros e sim contas “fantasmas”. De acordo com Melissa Amorim Vidal, gerente de comunicação do Instagram América Latina, uma conta fantasma é:

¹⁹ Sucos chamados de verdes porque envolvem folhas verdes como a couve, espinafre ou agrião em sua composição misturados com frutas. São chamados também de sucos desintoxicantes pois fariam uma limpeza no organismo. Esses sucos são muito utilizados pelo grupo do *instafit* e recomendados por alguns nutricionistas.

“1) contas de autopromoção ou pedidos de qualquer tipo, daqueles que a gente nota que a pessoa postou o mesmo conteúdo em outros locais ou está seguindo várias contas para ganhar seguidores em retorno; 2) contas que fazem *spam*, ou seja, comentários repetitivos com a finalidade comercial, como códigos de desconto ou endereços de sites externos. Não são interações genuínas e significativas...” (Publicado na Revista Glamour, nº35, fevereiro de 2015)²⁰

As oportunidades de negócios deflagradas pela a notoriedade conquistada dentro dessa rede fez com que o Instagram se tornasse alvo de uma série de práticas. Uma delas tem como objetivo aumentar o número de *seguidores* o que indicaria uma popularidade alta. Outra é a venda de *curtidas*, fazendo com que uma publicação atinja um grande número de aceitação. Assim a venda de *seguidores* e *curtidas* passou a ser oferecida por outros sites. O consultor de marketing digital, Denis Zanini, realizou um teste de compra de *seguidores* e fala sobre isso na mesma matéria citada acima.

“Paguei cerca de R\$60,00 num site que não existe mais e, em menos de 48h, surgiram 5 mil lindos followers. Analisei meus seguidores e eram todos perfis fake e de outras nacionalidades. Os perfis não interagem, não postavam nada, as imagens eram estranhas, e aos poucos o número foi diminuindo. Chegou uma hora que todos sumiram. Só tenho os verdadeiros. Sinceramente, não valeu a pena e não recomendo. Um número alto chama a atenção num primeiro momento, mas aí não vem o engajamento e a experiência fica frustrante.” (Denis Zanini. Publicado na Revista Glamour, nº35, fevereiro de 2015)

O depoimento chama a atenção para essas práticas, mas também chama a atenção para a importância do *engajamento*. Segundo esse profissional e outras pessoas citadas na mesma matéria, o *engajamento* consiste em ter um perfil ativo nos comentários, *curtidas*, marcação das pessoas e compartilhamentos. Assim, os perfis que utilizam as ferramentas disponibilizadas por essa plataforma, são os mais valorizados, pois são *engajados*, participam ativamente da rede social. Isto faz com que os mesmos sejam considerados perfis de valor não só para o Instagram mas também para as empresas que desejam utilizar a popularidade de alguns perfis para fazer negócios.

1.3 Construindo Um Perfil Para Pesquisa

A instabilidade de alguns perfis de se manterem em seus projetos *fitness* foi outra dificuldade encontrada durante a pesquisa. Como os perfis eram muitas vezes pessoais, misturando situações familiares, de trabalho, com as fotos de alimentação e *treino*, nem sempre esse tema se tornava o mais frequente. Desse modo, busquei então selecionar os perfis

²⁰ Matéria “Supermercado de seguidores” Publicada na Revista Glamour, nº35, fevereiro de 2015

que davam prioridade a essa prática de postar imagens e vídeos com relação a construção de corpos, e usavam com frequência a *hashtag instafit*. Mas encontrei perfis que desistiram de seus projetos no meio do processo da pesquisa, transformando-se em um álbum de imagens que não se relacionavam mais com o projeto. Também encontrei outros que desapareceram, provavelmente foram deletados pelo próprio usuário ou que, ainda, trocavam o acesso de público para privado, o que fazia com que eu só pudesse ter acesso ao perfil se pedisse para ser aceita como *seguidora*. A questão é que geralmente quando um perfil torna-se privado, ele deseja manter a interação apenas com amigos e familiares. Alguns optam por deixar claro em suas apresentações do perfil que o espaço é só para pessoas íntimas.

Em um perfil público a entrada é muito simples. Ao acessar aparece a foto de apresentação com a frase ou texto com o qual se apresenta, no lado esquerdo. Já logo ao lado da fotos aparece o número de publicações (fotos ou vídeos postados), o número de *seguidores* e a quantidade de perfis que o dono da página segue (*seguidos*). Abaixo dessas informações aparece o sinal de mais (+) à frente da palavra seguir. Todas as fotos estão disponíveis para aquele que está explorando o perfil. Ele não precisa ser um *seguidor* para acessar as imagens e comentários. Para acompanhar o perfil é só clicar no botão seguir e já se torna parte do grupo de *seguidores*. Uma nova atualização permite, ao fim dessa operação, ver a indicação de perfis relacionados ou semelhantes. Isso facilita para aqueles que buscam *seguir* celebridades, profissionais de algum segmento determinado, pessoas que partilham de interesses comuns e amigos.

Já a opção de ter um perfil privado dificulta que qualquer pessoa tenha acesso às fotos a não ser que tenha sido aceito pelo dono do perfil. Ao clicar na página aparecem apenas a foto, a frase ou os dados pelo qual o perfil se descreve, número de *seguidores*, e de perfis que o mesmo acompanha e de posts, assim como o botão de seguir. Mas nenhuma foto pode ser vista. A solicitação de amizade vai para o dono da página e não há como enviar um texto explicando o porquê do pedido ou se apresentando. Se esse perfil tiver colocado nos dados de apresentação um e-mail de contato, a aproximação poderia ser mediada por esse e-mail, mas geralmente os perfis privados não disponibilizam esse tipo de contato pois não desejam *seguidores* desconhecidos.

Os perfis *seguidos* e analisados nessa pesquisa eram todos públicos, abertos e acessíveis. Já o perfil usado por mim era inicialmente privado pois optei por usar um que já possuía e no qual interagia com amigos, familiares e alunos, mas que não era muito utilizado. Cogitei em abrir um novo perfil só para a pesquisa mas pensei que poderia parecer falso ter um perfil só de pesquisa. O que eu iria postar? Um perfil sem imagens da minha vida pessoal

poderia ser encarado como um perfil falso, ou *spam* e acabar sendo rejeitado nessa rede social. Assim permaneci com ele mas em acesso privado por algum tempo. Apenas quando fui para o campo, nos cursos de culinária *fit* é que percebi pelas falas das pesquisadas que ter um perfil privado poderia significar um comportamento antipático. Ao tirarmos uma foto em grupo no final do curso, uma das participantes começou a pedir os perfis de cada uma (eram todas mulheres) para poder marcar na foto e quando se deparou com alguns privados disse:

“Vocês que tem esses perfis privados tem que me aceitar para poder aparecer marcados e terem acesso a foto. Esse negócio de perfil privado é muito chato.”
(mulher, 26 anos)

Com esse comentário e a aprovação de outras participantes entendi que ter o perfil privado para a pesquisa poderia dar uma falsa impressão de não querer se relacionar com os outros na rede social. Optei por tornar o acesso público, e deixei assim até finalizar a etapa do campo. Isso fez com que ganhasse *seguidores* de todos os tipos, especialmente alguns interessados em alimentação *fit* uma vez que tinha postado as imagens das comidas feitas durante os cursos. Empresas pequenas e alguns perfis desconhecidos também passaram a me *seguir*. Ser público ou privado afeta diretamente como o seu perfil pode ser percebido nesse contexto, uma vez que estamos lidando com a maioria de perfis públicos. Segundo Boyd e Marwick (2011, p, 04) “a privacidade não é sobre o que se pode ver ou não, binária, mas sim sobre o controle da informação, controle sobre a situação social”. Portanto a escolha em permitir o acesso irrestrito às postagens pode representar uma abertura para estreitar os laços de interesse e confiança.

Como estava trabalhando com um perfil que já possuía na rede não mudei inicialmente nada na forma de apresentação. Tinha a mesma imagem que havia colocado antes na foto de perfil. Uma imagem que não era minha e sim de uma campanha publicitária de um perfume “La Vie en Rose” com uma foto de uma modelo inglesa ruiva chamada Karen Elson. Apenas após o questionamento de uma pessoa sobre a foto não ser minha é que comecei a refletir que, apesar de estar em um ambiente aonde eu não era vista pessoalmente, aquela era a forma como eu me apresentava, era assim que aqueles que não tinham acesso ao meu perfil, que como já mencionado inicialmente era privado, me enxergavam. Principalmente aqueles que não me conheciam e não sabiam como era a minha aparência. Essa falta da imagem real poderia aparentar um perfil *spam* ou mais uma vez que não gerasse identificação com os demais. Assim alterei para a mesma imagem que apresento no Facebook, uma vez que para aqueles que não me conheciam sugeria que entrassem nessa rede social para ter acesso

ao meu perfil. Outra mudança que pensei ser necessária foi colocar uma frase de apresentação mencionando ser pesquisadora assim como o tema da pesquisa. Deixava, assim, claro que a minha presença tinha a intenção de atuar como investigadora naquele ambiente. Compreendo que essas mudanças foram necessárias para a atuação nessa rede social, de forma a possibilitar a elas permitirem ou não a minha permanência no grupo. Foi também importante para comunicar aos perfis que buscavam me acompanhar pelas *hashtags instafit* ou *cookfit* que se tratava do perfil de uma pesquisadora e não de uma das praticantes do estilo de vida aqui analisado.

“A criação de uma identidade digital de pesquisador(a) é essencial para realização de pesquisas etnográficas na/da internet, gerando aquilo que Christine Hine (2001) chama de autoapresentação do/a pesquisador(a) numa etnografia online. Abertas à experiência de existir plenamente no mundo virtual, tornamo-nos também residentes, ou não conseguiríamos compreender esses ambientes e estabelecer laços com seus habitantes.” (Leitão e Gomes, 2011, p. 32)

1.4 Etnografia Analógica e Etnografia Virtual

Para realizar essa pesquisa foi necessário compreender de que formas eu poderia executar o trabalho observando a partir de uma rede social que simplificada funciona em um aplicativo de *smartphone*. Apesar de hoje o Instagram poder ser acessado pelo computador, na época em que iniciei o processo de pesquisa o acesso era somente por *smartphones* ou *tablets*. Ao mesmo tempo que facilitava o meu contato com o grupo de pesquisa, pois a qualquer momento do dia eu poderia acessar o aplicativo e observar o que estava sendo postado e comentado, por outro lado existia um espaço que nos distanciava. Isto porque o que eu via era o resultado da imagem publicada naquele momento e não o que acontecia antes ou depois, a não ser pela repercussão nos comentários, as conversas das *seguidoras* com as pesquisadas e as vezes as respostas delas (nem sempre respondem às perguntas deixadas nos comentários). Era então essencial compreender como realizar essa pesquisa nesse meio, como a Internet poderia se tornar mais uma aliada no desenvolvimento da pesquisa sabendo que o meio também proporcionaria limitações.

É necessário refletir sobre os desafios metodológicos encontrados para essa pesquisa. Pois nesse caso aonde é o campo? E esse campo pode se deslocar junto com o pesquisador? E de que forma esse trabalho distinto do executado pela Antropologia tradicional poderia ser considerado também uma etnografia apesar de não utilizar os mesmos padrões de execução de uma etnografia clássica?

Uma discussão que já vem sendo abordada é se a etnografia aplicada no meio virtual se constitui realmente como uma etnografia (Hine; Miller e Slater, 2004; Leitão e Gomes, 2011; Braga 2006, Barros, Pereira e Rocha, 2005), apesar do ambiente no qual está localizada. Indaga-se também de que forma esse ambiente global e em constante mutação da Internet pode fornecer vantagens para a execução do método. Para tanto, inicialmente é preciso pensar sobre a etnografia tradicional, e a forma de realizá-la em um ambiente analógico para depois analisar como funciona uma etnografia em um ambiente digital.

Segundo Geertz (2012), a etnografia é uma descrição densa, um processo no qual o etnógrafo precisa lidar com uma pluralidade de estruturas conceituais complexas, que precisam ser compreendidas, analisadas para depois serem apresentadas. Para isso o etnógrafo precisa empreender seus esforços em um processo de imersão em um mundo que muitas vezes não é o seu e do qual desconhece a cultura e os hábitos. Como diz Geertz (2012), o processo de fazer uma etnografia é como tentar ler um manuscrito estranho, do qual é preciso construir uma leitura atenta e dedicada, prestando atenção aos detalhes e até no que não está escrito (ou dito, ou demonstrado) claramente, está escondido por trás das palavras. É ir além de uma descrição superficial dos fatos, é ir em busca de significados para as falas, os atos e acontecimentos, as práticas.

Essa imersão no objeto pesquisado tem a intenção de provocar no etnógrafo uma busca de compreensão sobre a forma como o outro vive, que significados estão atrelados a seus hábitos e a sua cultura. Ampliar o olhar para além do que é visto ou dito para uma rede de símbolos e códigos que ganham sentidos dentro do contexto no qual estão inseridos. E trabalhar essa compreensão a partir da visão de mundo do outro (Barros, Pereira, Rocha, 2005), se colocando no mesmo espaço que ele, e como apresenta Geertz (2012) pensar criativamente com eles.

Um das etapas para esse trabalho etnográfico envolve a ida a campo aonde o grupo a ser pesquisado se encontra. Uma das questões desse projeto foi como realizar uma etnografia no ambiente online. A forma de realizar o trabalho seria distinta do que aprendemos na antropologia clássica, na qual há um deslocamento (Gupta e Ferguson apud Gomes e Leitão; 2011) para o campo, saímos de nossas casas e nos encaminhamos para outro local, aonde encontramos aqueles que desejamos compreender. Na pesquisa realizada no meio digital o deslocamento para o campo não é físico. No caso dessa pesquisa, o campo no ambiente digital poderia ir para onde eu fosse ou não sair de casa caso não fosse necessário. Ao observar as postagens no aplicativo do Instagram que estava instalado no meu *smartphone* e no *tablet*,

qualquer lugar poderia ser um local para realizar a minha observação, sem necessidade de deslocamento ou distanciamento da vida cotidiana.

Isso então poderia se tornar uma problemática para a realização do trabalho uma vez que não há esse deslocamento físico? Em um momento no qual a sociedade não convive apenas nos limites físicos e expandiu suas relações para o espaço virtual seria correto descartar essas práticas simplesmente por não existir uma necessidade de sair e se colocar em outro lugar?

Leitão e Gomes (2011) argumentam, a partir da reflexão de Geertz, que se o que importa seria o encontro do antropólogo com o desconhecido e o contato com os outros, então o local no qual esse encontro acontece não seria o mais importante, quer seja ele físico ou não.

“A etnografia é a imersão do pesquisador no dia a dia do grupo pesquisado, no contexto onde o fenômeno social ocorre. A etnografia seria, assim, mais que um método, a própria tradução da atitude dessa disciplina – compreender a visão de mundo do “outro” em seus próprios termos.” (Barros, Pereira e Rocha, 2005, p.2)

Levando em consideração essa reflexão, se é relevante realizar a imersão no contexto onde o fenômeno social acontece, e sendo que o grupo pesquisado nesse trabalho se encontra na rede social que funciona dentro do ambiente digital então esse é o espaço de imersão, aonde será necessário entrar em contato com o universo do outro.

Para a realização dessa etnografia algumas etapas devem ser executadas, entre elas a ida ao campo como já foi mencionado, e a observação participante que será o meio pelo qual a vivência e a compreensão do universo desse outro poderão acontecer. Observar de dentro do grupo, acompanhando e participando do seu dia a dia. Na internet essa observação acontece de modo distinto uma vez que não há o encontro face a face, e a participação no caso específico do Instagram pode ser aplicada através dos comentários e curtidas, que é o momento no qual o pesquisador pode se mostrar para o pesquisado pois seu perfil aparece registrado na página do observado. Além dessas práticas o pesquisador permanece como um observador.

Durante o contato com algumas mulheres pesquisadas em um dos cursos de culinária *fit* percebi o quanto esses comentários eram importantes para o relacionamento entre os perfis. Ao conversar com uma delas e pedir o seu contato para uma possível conversa em outro momento, ela questionou qual era o meu perfil, pois ela reconhecia (na rede) alguns dos que comentavam com mais frequência. Ela não me adicionou nos seus contatos de perfil. Eu a *seguia* mas ela não me *seguia* de volta, apesar de já ter deixado comentários anteriores sobre

o meu interesse de contato. Queria apenas saber se eu era uma das *seguidoras* que mais comentavam no perfil, pois assim poderia me identificar. Essa questão me fez refletir sobre o quanto eu deveria ou não me envolver a ponto de comentar e curtir as imagens que estavam sendo postadas.

Assim, é possível pensar que realizamos uma observação participante mas não de uma forma tradicional, o meio digital nos demanda alguns cuidados pois o observador corre o risco de desaparecer para o pesquisado, como diz Braga (2006), “tornar-se invisível, ver sem ser visto/a, não interferindo em princípio na dinâmica da interação observada”. Entretanto, essa invisibilidade não é exclusiva do pesquisador, outros participantes da rede podem optar por observar e não interagir. Esta possibilidade está de certa forma implícita nesse tipo de rede social, no qual não se registra a entrada de um perfil em outro perfil a não ser que se faça um comentário ou uma curtida.

Apesar de algumas particularidades essa observação deve ser tão minuciosa e detalhada quanto uma observação com contato face a face. Ela de certa forma apresenta relativa facilidade na coleta de dados porque esses ficam registrados na página de cada perfil. Não é um momento que passa rapidamente e se não estivesse on-line no na hora da postagem ele poderia ser resgatado posteriormente. Ele fica armazenado podendo servir de referência caso alguma informação precise ser confirmada. Claro que não é como um diário de campo, pois no diário há as reflexões do pesquisador e a busca por significados, mas funciona como uma memória arquivada que pode ser retomada quando necessário. A existência desse caderno de imagens e comentários *on-line* é um complemento mas não é um substituto dos arquivos de informação construídos pelo pesquisador.

Um dos riscos dentro dessa observação em uma rede como o Instagram é não acompanhar os temas diariamente ou pelo menos com uma certa frequência e deixar para observá-los após uma semana por exemplo. Apesar do arquivo estar lá registrado é possível perder um pouco das repercussões em outros perfis de determinada postagem, ou ainda a importância dada àquele assunto naquele período. Ao se observar essa postagem com alguns dias de diferença talvez ela passe despercebida pois à frente dela já existem outras tantas fotos postadas. Alguns perfis postam muitas fotos por dia e nessa rede social a postagem não vem acompanhada da marcação da data e sim de quantos dias ou semanas ela foi postada. A velocidade da Internet pode fazer com que esses assuntos sejam rapidamente substituídos por outros, mesmo não perdendo seu valor de pesquisa.

Então apesar da atividade da observação participante on-line demandar cuidados, ela pode acontecer mesmo que não siga todos os preceitos da observação participante clássica. A entrada no campo também é distinta pois nesse contexto não é fundamental ter um indivíduo que faça a aproximação com o grupo. A entrada nos perfis públicos não demanda uma apresentação prévia, qualquer um que tenha acesso a rede social pode seguir esses perfis. Ter um contato que a apresente para os perfis no ambiente *off-line* pode ser mais efetivo do que um que apresente nessa rede. Quando eu comentava sobre a pesquisa que estava sendo desenvolvida com amigos ou colegas de trabalho era comum que alguém me indicasse um perfil que seguia ou uma amiga que postava alimentação e *treino*, entretanto a escolha das observadas não se fez por essas indicações, apesar de alguns perfis indicados serem interessantes não faziam parte dos considerados populares pela quantidade de seguidores e pelas indicações nos comentários. De acordo com Acioli:

“Em redes que tem um grande número de membros, utiliza-se como estratégia começar a análise por um indivíduo e seus contatos mais diretos. O tamanho da rede é portanto importante para definirmos a análise, como também a multiplicidade de links, ou seja, de relações existentes, e a qualidade das relações – descontínuas, a importância dos papéis que os indivíduos definem para si mesmos nas relações, sua intensidade, durabilidade, frequência. (2007, p. 05)

Assim para a escolha dos perfis iniciei seguindo o perfil de @marcelatrentini que foi o primeiro a que tive acesso através da matéria na revista Vogue de abril de 2013 com o tema “Fit or Treat?”, já citada anteriormente. E a partir deste e dos comentários postados nele encontrei o de @betaluna. Ambos os perfis possuíam *hashtags* de projetos pessoais e essas *hashtags* eram compartilhadas, a partir delas e do acompanhamento das discussões nos dois perfis fui encontrando os demais perfis que passaram a ser acompanhados. Tomei como princípio de popularidade o número de *seguidores* e aqueles perfis que tinham construído suas reputações dentro dessa rede. Ao fim da pesquisa tinha acompanhado 34 perfis mas elegi 15 deles para observar com mais atenção. Durante o período de pesquisa tive a oportunidade de conhecer perfis muito populares também nas práticas aqui analisadas mas como pertenciam a pessoas que já possuíam notoriedade antes do Instagram, como *blogueiras de moda*, dançarinas e celebridades optei por não considerá-los nessa reflexão. Os perfis acompanhados e analisados nessa pesquisa conquistaram sua popularidade através dessa rede social e dessas práticas de construção do corpo por meio de treino e dieta.

Apesar de usarem o Instagram com frequência, alguns perfis estendem a interação com suas *seguidoras* para outras plataformas. Uma delas quando respondeu a um e-mail de

contato me convidou para acompanhá-la no Facebook. Já outra respondeu minha solicitação de uso de imagem também com um convite para o seu *blog*. Ter um *blog* é uma forma muito comum para aumentar o alcance de interação com suas *seguidoras* pois o *blog* proporciona um espaço maior para postagem de matérias relacionadas ao universo *fitness*, dicas de receitas, vídeos com maior duração do que no Instagram e até espaço para publicidade, que é muito limitado na rede social pesquisada. Com os *blogs* a relação com os perfis se torna mais intensa. Eles enviam *feed*²¹ e *newsletter*²² permitindo assim ficar em contato com o que foi postado diariamente através do e-mail, sem necessariamente acessar o blog.

Acompanhei alguns blogs, especialmente os das musas mais populares (@marcelatrentini, @betaluna e @nana), mas não com a assiduidade do Instagram. Dei atenção às postagens de transformação, publicações nas quais as observadas contam histórias de *seguidores* ou celebridades que transformaram seus corpos através de atividade física e reeducação alimentar. Dois desses perfis postavam essas transformações ou entrevistas com celebridades semanalmente. A coluna em um se chama Raio X e no outro Superação. O Superação é o que mais posta transformações, já o Raio X nem sempre se refere a uma transformação, pode postar uma entrevista com alguma celebridade e como esta cuida de seu corpo e da saúde. Um dos perfis no início da pesquisa anunciava essas postagens no Instagram, mas já no meio do processo parou de anunciar o que era postado no *blog*.

Os *blogs* e outras redes sociais não eram os únicos espaços para onde a interação se estendia. As relações entre os perfis começaram a buscar contatos no mundo analógico. Inicialmente em pequenas reuniões marcadas em parques ou cafés, depois para eventos *fitness*, treino em conjunto e enfim para os curso de culinária *fit*. Essa mudança de ambiente suscitou a pergunta sobre a que novos lugares a pesquisa poderia me levar. Seria interessante permanecer apenas no espaço *on-line* ou a pesquisa ganharia novas nuances ao estender o contato para o *off-line*?

Segundo Miller e Slater (2004, p.63), “estar *off-line* não significa automaticamente que se está fazendo uma etnografia, nem estar *on-line* significa que não se está fazendo uma etnografia”. Os limites do *on-line* não seriam empecilhos para a pesquisa, mas ampliar o olhar

²¹O termo *Feed* na Internet significa RSS Feeds (RDF Site Summary ou Really Simple Syndication). Eles são usados para que os usuários possam seguir novos posts e conteúdos de sites e *blogs* sem precisar entrar no site ou *blog*. Assim, sempre que um novo *post* é publicado ele é encaminhado para o leitor.

²²*Newsletter* é um boletim de notícias. Um e-mail enviado para os leitores do *blog* ou site com uma compilação dos assuntos abordados durante um período de tempo, ou novos temas que tem como objetivo manter os leitores interessados no canal.

para o ambiente *off-line* possibilitaria a confirmação do que estava sendo analisado e poderia proporcionar novas leituras, questões e caminhos.

Inicialmente a escolha do ambiente *off-line* me levava para a academia e para os eventos *fitness*, mas com o acompanhamento dos perfis e o crescimento de postagens sobre alimentação e receitas percebi que um novo local se oferecia para a pesquisa. Algumas das observadas começaram a realizar cursos de culinária *fit* com a alimentação que costumavam fazer e postar. Alimentos sem glúten e lactose, como fazer substitutos para os doces e bolos, quiches, pães, pastas, entre outros.

Com esse novo cenário, de cursos de culinária com receitas que eram criadas por elas mesmas e repassadas para as seguidoras, acreditei ser um espaço de contato enriquecedor para compreender algumas das práticas que observava *on-line*. Então busquei participar dos cursos como uma das *seguidoras* e como alguém inserido neste campo, aproveitando a oportunidade para conhecer e observar pessoalmente algumas delas. Participei então de 3 cursos desses de culinária *fit*. Dois dos cursos que fiz eram da mesma pessoa, @cristinatorquatto, mas os grupos de alunas que participaram eram diferentes. De todas as participantes dos dois grupos apenas eu e mais uma mulher participaram as duas vezes. Esses cursos foram realizados em uma cozinha alugada no bairro Jardim Botânico na zona sul do Rio de Janeiro. Em cada turma participaram 16 mulheres e em nenhum desses dois cursos registrei a participação de homens apesar dessa participação não ser vetada. Na chegada, todas as participantes ficavam numa sala à espera de todo o grupo. Esse momento era propício para conversas e as próprias participantes começavam a perguntar como a outra havia chegado no curso, se estava frequentando alguma nutricionista, falava sobre o perfil da professora e de dois outros perfis que são muito próximos a ela. Uma das observadas que era amiga da professora, participou de um dos grupos. A cozinha era pequena e todas sentavam perto em bancos e ajudavam nas receitas, colocando ingredientes, misturando. Cada passo das receitas era fotografado e devidamente postado. Muitas conversas durante o preparo e também no momento de degustação que acontecia no final dos cursos. Na segunda vez que participei do curso foi sorteado no final uma bolsa com alimentos chamados de saudáveis de uma loja de produtos naturais da zona sul do Rio de Janeiro. Ao final do curso dividi o taxi com uma das participantes até o Humaitá. Perguntei como ficou sabendo das aulas e ela disse que havia sido indicação de um perfil que seguia no Instagram. Antes de ir embora pediu para que eu não deixasse de ver uma receita de pão de queijo nesse perfil. Durante a conversa ainda contou que estava treinando, fazendo reeducação alimentar e que estava aprendendo muito com os perfis do Instagram, por isso estava buscando esses cursos.

O terceiro curso de que participei foi de outra observada, @deiaduarte. Optei por fazer esse curso para ter uma experiência diferente do que havia realizado anteriormente. E realmente o curso tinha um formato muito distinto do anterior. Dessa vez acontecia no *play* de um prédio no Corte do Cantagalo na zona sul do Rio de Janeiro. Ao chegar havia mesas, cada uma com quatro cadeiras espalhadas pelo salão de festa. Parecia mais um jantar do que um curso. Os participantes escolhiam livremente onde queriam sentar. Nesse curso havia três participantes homens, sendo apenas um aluno, pois um acompanhava a irmã da professora e o outro era dono de uma marca de bolsas térmicas que apoiava o evento. A decoração era toda cor de rosa, assim como a roupa da professora. Uma arara ao fundo com roupas de ginástica de uma marca para qual a professora havia desenvolvido uma linha com seu nome. Uma bancada ficava na frente das mesas e era onde a professora fazia as receitas. Nessa bancada tinha um multiprocessador e um fogão portátil. Ninguém participava além dela do processo de fazer as comidas. Para que todos pudessem ver o preparo a professora ou algum ajudante passavam pelas mesas. As receitas não ficavam prontas para serem degustadas a tempo, por isso todas já estavam postas na mesa lateral quando cheguei, e foram essas que foram oferecidas para degustação pela professora. Isto era diferente dos cursos anteriores, aonde se comia tudo que era feito na hora. Caso alguma receita não desse muito certo era possível perceber e discutir o que poderia dar errado. Nesse outro formato isso não acontecia, pois tudo que foi provado já estava pronto antes e o que foi feito na hora não foi testado.

Nesse curso as apostilas eram impressas e encadernadas, com o logotipo da professora na capa, enquanto nos outros dois cursos eram apenas folhas impressas grampeadas. Esse terceiro curso era patrocinado por uma linha de bolsas térmicas e uma delas foi sorteada no final. A quantidade de participantes era mais que o dobro dos cursos anteriores, 40 pessoas. Pude conversar apenas com as pessoas que estavam na minha mesa, todas mulheres, não necessariamente da mesma faixa etária. A maioria ficava na faixa dos 20 a 30 anos, mas tinham participantes de 40 anos. Percebi que esse modelo de curso não proporcionava muita oportunidade de envolvimento com os outros participantes.

Os três cursos tiveram valores muito próximos, de R\$250,00 a R\$300,00, para 4 horas de aula. E apesar do curso de Deia Duarte ter uma organização cheia de detalhes, percebi que nos de Cristina Torquatto tive mais oportunidade de interagir do que esse no qual ficávamos apenas sentadas observando a professora. Assim como as outras participantes fotografei e postei as imagens das comidas. Essas postagens tiveram repercussão com os amigos que não sabendo que se tratava de um curso acharam que eu estava me tornando uma eximia cozinheira, e também com novos perfis que começaram a entrar na minha página atraídos pela

imagens que provavelmente encontravam nas páginas das *hashtags*, uma vez que compartilhava as fotos sempre acompanhadas das *hashtags* #cookfit e #instafit.

Por um curto período fiz algumas postagens de imagens das minhas refeições, o que me provocou um sensação de sentir-me afetada pelo campo, como apresenta Jeanne Favret – Saada (2005) ao discorrer sobre suas experiências no campo sobre feitiçaria. A publicação de imagens de refeições gerou até um comentário de uma colega do mestrado falando sobre a minha afetação do campo, comentário postado na própria foto. Já a participação nos cursos também proporcionou a sensação de ser como uma das pesquisadas na prática da alimentação. Fazer as receitas, pois em dois dos cursos colocávamos a ‘mão na massa’ ajudando a misturar os ingredientes, dava uma sensação de que o preparo não era tão complicado e que era possível passar a montar as próprias refeições seguindo as dicas e os conselhos postados nas publicações. Entretanto os materiais para as receitas não eram tão fáceis de encontrar e muitas das vezes tinham preços bem elevados. Isso dificultava muito a adoção dessa forma de se alimentar.

Percebi que as duas experiências de campo proporcionavam descobertas que se complementavam. Se no *on-line* eu pude acompanhá-las diariamente em qualquer lugar aonde estivesse, também fazer uma imersão nesse ambiente e manter um arquivo de dados, no *off-line*, em contato direto com os outros, eu tive oportunidade de perceber novos detalhes, reforçar ou questionar as reflexões que produzia através da observação dos perfis, além de explorar outros espaços aonde as interações entre as pesquisadas aconteciam.

Com a exploração desses campos entendo que um pode existir sem o outro, e que a escolha de um único talvez não prive o pesquisador de realizar um trabalho consistente. Entretanto, no caso dessa pesquisa, percebi que a entrada no campo *off-line* enriqueceu o recolhimento de informação, o envolvimento com o projeto e uma melhor compreensão da plataforma, além da forma como as pesquisadas utilizam essa rede social. Ao retornar de um desses cursos, eu me encontrava com novos dados para verificar no *on-line*, novos perfis para conhecer, e alguns até com os quais mantive uma relação *on-line* quando as postagens eram sobre o tema da pesquisa. A forma de me apresentar também foi modificada a partir desse contato nos cursos de culinária. Talvez permanecendo apenas no *on-line* eu levaria algum tempo para perceber essas particularidades, ou até não chegasse a nota-las. Entendo que a combinação dos campos proporcionou a esse projeto uma extensão das propostas iniciais do trabalho trazendo novas reflexões e questionamentos.



Figura 1: Foto da turma do primeiro curso de culinária fit



Figura 2: Foto da turma do segundo curso de culinária fit

CAPITULO 2 - CONSTRUINDO UM PERFIL DE VALOR

Nesse capítulo irei discutir como as musas organizam seus perfis de modo que os mesmos se destaquem e ganhem valor nessa rede. É importante ressaltar que os sujeitos desse capítulo são os perfis, assim, a discussão é dirigida para a forma como as observadas se apresentam e se constroem dentro do Instagram.

Seus perfis públicos são a vitrine de suas práticas e identidades. A percepção que os seguidores desenvolvem sobre as observadas é a partir desse espaço. Assim, a preocupação em criar um perfil de destaque nessa rede social é essencial para que a musa se torne reconhecida dentro dessa rede. O estilo de vida propagado pelas mesmas será responsável para representá-las.

Para tanto é necessário iniciar o debate a partir do que elas consideram estilo de vida e a extensão de significados que conferem a ele. Em seguida, apresento como as ferramentas oferecidas pela rede social para interação entre os usuários atuam na construção desses perfis de valor. E finalizo a argumentação com as ameaças a reputação estruturada dentro dessa rede social e como as mesmas podem colocar em risco todo um capital adquirido.

2.1 Estilo de vida

As redes sociais são espaços de interação, nelas os usuários se relacionam entre si. Com a falta do contato físico e da relação face a face a construção dos perfis é fundamental para gerar interesse do outro usuário em acompanhar uma página. É nesse momento de decisão do outro em seguir um determinado perfil, seja ele de uma pessoa conhecida (amigo, familiar, colega) ou não, que a possibilidade de interação se inicia. Se for um perfil privado, dependerá da aprovação do proprietário, mas se for um perfil público, no Instagram, o toque na tecla 'seguir' já dá andamento a esse novo relacionamento na rede.

O envolvimento não obrigatoriamente precisa ser concretizado através de ações, pois um *seguidor* pode acompanhar o perfil de outros sem realizar qualquer movimento que o coloque em evidência, permanecendo assim invisível para aquele que é seguido. É quase um *voyeur*, que assiste a tudo, mas não se manifesta, apenas observa e acompanha. Não necessariamente ele é um *lurker*²³, palavra que representa o usuário que nunca se manifesta e não contribui para a construção do conteúdo da rede. Ele pode ter seu perfil e construir um

²³ Disponível em: <http://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/> Acessado em 15/03/2015

conteúdo nele, mas não interagir com todos os perfis que *segue*, escolhendo apenas observar alguns. O nome desse *seguidor* está na lista de *seguidores* do perfil que acompanha, mas sem fazer qualquer alarde ele pode permanecer ali sem que o outro se lembre da sua existência. Essa invisibilidade pela falta de ações de comunicação não faz com que esse usuário seja descartado por quem publica, este sabe que existe um grupo que não estabelece uma relação. Mas ele é de grande importância para o perfil, perdê-lo significa reduzir o número de usuários que o acompanham, o que pode influenciar diretamente na sua reputação. Levando em consideração aqui os perfis que valorizam esse tipo de reconhecimento por meio da quantidade de *seguidores*. Essa popularidade confere valor a esse usuário, ele passa a ser reconhecido, podendo se tornar influente dentro e até fora da rede.

O perfil precisa então se destacar entre os demais participantes da rede. A construção dessa página será importante para a conquista de *seguidores*, assim como a garantia da sua notoriedade na rede social e o reconhecimento como um perfil com *status* de *musa do instafit*²⁴. A partir dessa página, ela vai construindo uma identidade, uma representação de si mesma para interagir com os seus *seguidores* e com as possíveis outras relações que advenham dessa atuação na rede social, como por exemplo, as marcas que queiram divulgar seus produtos, parceiros de trabalho e os veículos de comunicação.

Uma palavra muito compartilhada no Instagram é a palavra *me*²⁵(eu), ela aparece em terceiro lugar com 346,888,317 postagens, perdendo apenas para *love* (amor) em primeiro lugar e *instagood* (uma mistura do nome Instagram com a palavra *good*, ou bom em português) em segundo. Um dos termos mais comentados atualmente *selfie* (que significa um autorretrato) aparece em décimo segundo. A importância da palavra *me* nessa rede chamou a atenção para como o Instagram é, além de uma plataforma de compartilhamento de momentos, também um espaço para a apresentação e exposição da autoimagem. Para Pinheiro (2008) os sites de relacionamento propiciam a oportunidade de uma estetização de si no momento que permitem a socialização de gostos e de consumo, podendo desse modo demonstrar aspectos de suas personalidades e identidades. Mas essas postagens podem não ser retratos fiéis das vidas dos usuários e sim idealizações, pois, ao montar seu perfil, as pessoas escolhem de que forma querem se relacionar com seus *seguidores*. Os perfis montam

²⁴O termo *musa do instafit* não é uma auto-intitulação. Para ser considerada musa precisa que as seguidoras a reconheçam como tal. Os meios de comunicação também são importantes pois podem validar uma atuação de um perfil considerado influente.

²⁵<http://websta.me/hot> Acessado em 22 de março de 2015. Esse site foi criado para dar acesso àqueles que não podiam entrar no Instagram pelo celular. O acesso é pelo computador e o mesmo não pertence ao Instagram. É possível ter acesso a rede sem a necessidade do aplicativo. É importante ressaltar que o Instagram inicialmente só funcionava via aplicativo.

estórias em torno de si, quase como encenações da vida real, escolhendo criteriosamente o que deve ser postado e como deve ser apresentado. Fazem isso utilizando filtros, editores de imagens, acompanhados das *hashtags* carregadas de subjetividades e simbologias para o que se pretende mostrar. Os perfis através dessas imagens/memórias, textos e das *hashtags* buscam construir suas identidades, eles escolhem o que querem mostrar e como querem ser vistos. Possivelmente essa tentativa de manipulação da imagem é uma busca por controlar a forma como o outro o percebe e o compreende. Uma tentativa de ter poder na percepção que o outro tem da imagem daquele que posta.

Na definição de Recuero (2009), as redes sociais se apresentam como uma combinação dos elementos atores (pessoas, instituições ou grupos) e as conexões destes. Os atores são os nós, elementos dessas redes sociais, que são as pessoas envolvidas na rede analisada. A distância que marca essa interação mediada pela internet faz com que os atores não sejam identificados de imediato. Sendo as ferramentas utilizadas por esses atores, os perfis e *weblogs*, consideradas formas de representações desses. É por intermédio desses instrumentos que os atores se apresentam e são percebidos pelos outros.

Ainda Recuero (2009) citando os trabalhos de Döring, Lemos e Sibilía, os atores no ciberespaço estão permanentemente construindo suas identidades. A cada publicação e atualização existe um pensamento de como se colocar e de que forma se expor. Se a construção dos perfis é determinante para a interação que este estabelecerá no Instagram, uma rede social aonde a imagem é o ponto focal, como o Instagram, a escolha dessa imagem envolve todo um processo de representação, pois ela deve transmitir grande parte da informação que o usuário pretende disponibilizar para estabelecer contato com seus *seguidores*. Recuero aponta que há uma construção personalizada no ciberespaço que pode ser visível através da exposição de gostos, paixões e ódios dos atores, como acontecia, por exemplo, no Orkut. Os perfis são espaços para essa exposição, e de acordo com Recuero (2009, p. 30), “... são pistas de um ‘eu’ que poderá ser percebido pelos demais. São construções plurais de um sujeito, representando múltiplas facetas de sua identidade”.

No Instagram essas construções personalizadas são desenhadas a partir dos objetivos de cada usuário. A rede social pode servir para o relacionamento com pessoas distintas. É o dono da página, a partir da escolha de sua imagem de perfil, texto de apresentação e postagens que irá estabelecer a forma como pretende ser visto e compreendido. Mas esse usuário pode ser surpreendido pela maneira como os *seguidores* o percebem e estabelecem uma relação com ele e seu perfil. As primeiras usuárias a serem identificadas pelas postagens de estilos de vida saudáveis e nomeadas como perfis de *musas* parecem não ter iniciado suas páginas pessoais

com a intenção de se tornarem ícones. Pelos relatos de dois dos principais perfis é possível perceber que o objetivo era postar um modo de vida mais saudável e conquistar motivação e disciplina através do acompanhamento do perfil por amigos. Uma vez que se comprometia a fazer exercícios e se alimentar de forma saudável na rede social, a avaliação, através de *curtidas* e comentários, dos amigos se tornava uma forma de vigília do projeto.

Marcela Trentini possui um dos perfis mais populares da rede social quando se fala sobre as *musas do instafit*. Em entrevista a revista Women's Health²⁶ comentou que levou cinco meses para se transformar de malhadora anônima em musa *wellness*, expressão da própria matéria. É comparada à modelo brasileira Gisele Bündchen em relação ao número de *seguidores*, pois na época teria mais seguidores do que a modelo conhecida internacionalmente²⁷. De acordo com a matéria, na época, a *musa* teria 160 mil *seguidores*, e teria conquistado a sua notoriedade através de postagens de imagens inspiradoras, dicas de treino e de alimentação, além das frases divertidas, frases essas postadas em formato de *hashtags*. Essa é uma das marcas de sua página, pois as *hashtags* que deveriam ser palavras-chave, passaram a ser usadas como frases pelos usuários dessa rede. Mostrando que, muitas vezes, esses atores dão novo significado para ferramentas oferecidas. E o perfil dessa *musa*, se fez conhecido por postar *hashtags* engraçadas e divertidas em formatos de frases.

De início as postagens seriam apenas para as amigas acompanharem o processo de emagrecimento da *musa* que tinha como objetivo perder três quilos após retornar de lua de mel. Mas as postagens passaram a ser acompanhadas por pessoas desconhecidas que escolheram *seguir* esse perfil possivelmente interessadas em adotar ou observar o seu modo de vida. É provável que tenham descoberto o perfil através das *hashtags*, que ao funcionarem como palavras-chave, permitem que em uma busca por um determinado assunto, a rede social apresente uma página com todas as fotos que utilizam a mesma *hashtag*.

Esse interesse passou a gerar oportunidades de trabalhos e parcerias para algumas dessas *musas*, o que resultou que investissem na rede social como uma forma de exposição com foco em resultados financeiros e não apenas na difusão de estilos de vida chamados de saudáveis. No caso dessa matéria ela servia também para apresentar a nova coluna que a *musa* passou a assinar na revista, uma coluna para falar sobre receitas, alimentação pós e pré-treino, dica de exercícios e respostas às perguntas das leitoras. Usando as palavras da própria

²⁶ Revista Women's Health nº56 Matéria #geraçãopugliesi publicada em junho de 2013.

²⁷ Essa superioridade em seguidores não é mais verdadeira pois em um recente acesso o perfil da modelo @giseleofficial tem 4,3 m seguidores (com 453 publicações) enquanto o perfil de Marcela possui 1m seguidores (com 7299 publicações). Acessado em 22 de março de 2015.

publicação “tudo para transformar o seu objetivo de ser saudável, *sarada* e feliz em uma Missão Possível (nome da nova coluna)”.

“Com o crescimento de seguidores e das dúvidas enviadas por eles, resolvi deixar o emprego numa loja online de joias para me dedicar às minhas contas no blog e no Instagram.”(Marcela Trentini em entrevista para Women’s Health, junho 2013).

Beta Luna também possui um perfil muito conhecido nos grupos do *instafit*. Seu número de *seguidores* é inferior ao de Marcela²⁸, 412 k (412 mil) com 7103 publicações. Beta também conta sua história na revista Boa Forma de janeiro de 2014. Segundo a *musa*, ela que sempre teve uma rotina de exercícios físicos, deixou de se exercitar durante uma fase de trabalho intenso e teria também se descuidado da alimentação o que a fez ganhar 5 quilos (segundo a matéria teria ido de 51,5 quilos para 56,51 quilos), o que de acordo com Beta, seria muito para seus 1,63 de altura. Isso a fez buscar uma nutricionista para mudar a alimentação e retornou aos exercícios físicos e a corrida. Essa nova rotina a fez querer compartilhar a experiência pelo Instagram.

“Comecei postando meus treinos e o que comia, além de momentos de lazer e trabalho. Como estava na fase de experimentar coisas novas, todas as receitas que eu descobria dividia com meus *seguidores*. Também era uma forma de automotivação”. (Beta Luna para Revista Boa Forma de janeiro de 2014)

A comparação sobre esses dois perfis é inevitável, pois os dois foram os mais encontrados em matérias de revistas do segmento *fitness* e comentários das pessoas com quem conversei sobre o tema. Também lançaram dois livros no mesmo período com dicas de exercícios físicos e de alimentação, tendo uma trajetória na rede por vezes parecida, mas com delineamentos distintos. As duas passaram a assinar colunas em revistas de *fitness*, sendo a de Marcela na Women’s Health edição brasileira e a de Beta na revista Boa Forma da Editora Abril. Enquanto Marcela posta mais fotos de exercícios físicos e de seu corpo, Beta chama a atenção para seus treinos de corrida e de sua alimentação. Marcela se descreve no perfil com a frase “Healthy Lifestyle-Nosso corpo é nosso templo, se ame, e seja feliz!”²⁹, seguida pela *hashtag* do seu projeto, seus contatos comerciais e do endereço do seu blog. Já Beta utiliza seu *ethos* carioca como um fator importante para se representar. Logo abaixo de seu nome diz: “Nascida/Born: Rio de Janeiro, Brasil”. E em seguida o nome de seu projeto e a *hashtag*

²⁸ Em anotação de abril de 2014 as duas já apresentavam uma diferença em número de seguidores, Beta com 279 K e 5649 publicações e Marcela com 618 K e 5683 publicações. A quantidade de publicações é bem próxima mas o número de seguidores já apresentava uma diferença de 339 mil seguidores e atualmente a diferença é de 588 mil seguidores.

²⁹ Em um recente acesso ela mudou a frase de apresentação para a que se encontra na tabela 2 desse capítulo, e não usa mais a *hashtag* do projeto.

#HealthyLifeStyle (traduzido por mim como estilo de vida saudável). O mesmo termo é utilizado por Marcela.

Mas os outros perfis também dão depoimentos em matérias de revistas ou nas próprias páginas, sobre como começaram a postar as imagens dos seus estilos de vida. As declarações são bem parecidas. Repetem que com o objetivo de conseguir emagrecer ou seguir um estilo de vida saudável, viram na rede social uma oportunidade de estímulo para ter disciplina e não desistir de seus projetos, uma vez que contam com a vigília dos *seguidores* para que sejam cobradas e se sintam comprometidas.

“O retorno que tenho dos seguidores é o que me motiva. Também tenho preguiça de levantar para malhar de vez em quando, mas é só entrar no álbum de fotos do projeto e ela vai embora rapidinho.” (Beta Luna em entrevista a revista Boa Forma de janeiro de 2014)

Retornando aos perfis de Marcela e Beta, foi percebido que em alguns momentos, seguidores comparavam as postagens dos dois perfis e até as colocaram como rivais. Isto foi negado em postagem de Marcela Trentini na qual as duas aparecem juntas em uma foto de um evento acompanhado do texto “minha... amada”³⁰ e também por Beta em uma foto no lançamento do livro de Marcela³¹. Entretanto os dois perfis criaram identidades diversas. O perfil de Marcela é mais comercial do que o de Beta Luna. Tem mais referências a produtos e parcerias. Ao mesmo tempo, expõe mais a vida pessoal, com fotos da família e relacionamentos. A mãe ganhou o apelido de *mamusa* porque é a mãe de uma musa e tem um corpo, aos 48 anos de idade, que se adequa aos padrões de corpos postados pelas *musas*. Antes de criar o perfil Beta Luna já tinha um negócio próprio. Uma loja de roupas femininas em Ipanema que também funciona com uma loja *on-line*. Não posta muitas fotos da família, em todo período de pesquisa vi poucas postagens com essa referência. Dá preferência as fotos na praia, e divulga os produtos de sua marca. Em conversa com uma *seguidora*, esta comentou que gostava mais do perfil de Marcela pois essa mostrava mais o seu dia a dia, e ela achava que por isso era mais interessante.

³⁰Acessado em 03/03/2014

³¹Acessado em 13/05/2014



Figura nº 3 : Lançamento de livro
Postado Por Beta Luna
Acessado em 13/05/2014

As duas lançaram *hashtags* de seus projetos que fizeram com que os perfis fossem divulgados por outros que queriam adotar esses estilos de vida através do compartilhamento das *hashtags*. Assim foram também se popularizando e ganhando novos *seguidores*. Esses projetos inicialmente são identificados por seus objetivos de manter uma vida chamada de saudável, e abrangem exercícios físicos regulares e reeducação alimentar. De acordo com Beta Luna em entrevista a revista Boa Forma:

“O #projeto... não tem nada a ver com a ditadura da magreza. Sou a favor da saúde e contra a preguiça, o sedentarismo, a tristeza... Estamos unidos pelo mesmo objetivo: levar uma vida mais saudável.” (Beta Luna em entrevista a Revista Boa Forma de janeiro de 2014).

É possível perceber, que essas representações de estilos de vida não englobam apenas alimentação e exercícios físicos pois, na fala citada acima, ela comenta que a tristeza também é algo a ser combatido. As imagens publicadas se propõem a divulgar suas versões de uma vida feliz, com muitos compromissos, eventos e viagens, sempre acompanhadas por amigos e familiares. Ao observar as fotos nota-se que elas primam por propagar pessoas sorridentes, viagens com fotos tiradas de ângulos diferentes, paisagens que chamam a atenção pela beleza ou notoriedade, posições de yoga na praia ou no campo, como se em suas vidas não houvesse momentos comuns, apenas momentos excepcionais. A jornalista Nina Lemos fez uma matéria para a revista TPM da Editora Trip sobre como tirar uma foto de vida perfeita no Instagram³².

³²Matéria publicada na revista TPM da editora e disponível online sob o título: “Como tirar uma foto de vida perfeita para o Instagram - Sua vida não é perfeita, mas você quer fingir pelo Instagram que ela é? A gente ensina” Disponível em: <http://revistatpm.uol.com.br/revista/127/badulaque/como-tirar-uma-foto-de-vida-perfeita-para-o-instagram.html> Acessado em 22 de março de 2015.

Essa rede já chegou a ser chamada de ‘a rede social da inveja’, por muitos de seus usuários postarem fotos de ostentação, através dos lugares que frequentam, das comidas que compram e comem, das viagens para lugares incríveis, pela participação em festas e eventos badalados. Como li em uma matéria de um site³³, “Foto de Salmão todo mundo posta, mas foto do arroz com ovo que comeu ontem meio dia ninguém posta”. O comentário irônico menciona o fato das fotos das refeições serem sempre elaboradas, de pratos com alimentos rebuscados ou no caso das *musas*, coloridos e montados para parecerem bonitos, saudáveis e apetitosos nas fotos. Parece haver uma competição não declarada nessas postagens, com cada usuário moldando e escolhendo suas imagens para gerar uma determinada reação no outro que a vê.

Na construção desses perfis a escolha de imagens que representem uma vida feliz é fundamental para a sua disseminação. As imagens devem ser atraentes e estimular o estilo de vida chamado de saudável. A escolha por esses estilos de vida seria então uma oportunidade de se conquistar a tão desejada felicidade que é almejada pelos *seguidores* e propagada pela rede, ou pelo menos, mostrar aos outros que estão felizes também.

O estilo de vida (como categoria nativa) e chamado de saudável propagado nos perfis apresenta variações. Não existe um modelo único que seja difundido em todos os perfis. Ao olharmos com atenção percebemos que um privilegia a corrida, enquanto outro a musculação (a favorita dos perfis, aparecendo na maioria), ou ainda o pilates e a yoga, há ainda os que optam por uma combinação dessas práticas. Em relação à alimentação também é possível perceber que as dietas são distintas: tem a dieta paleolítica, a low carb (baixos carboidratos), a de combinação da proteína com carboidrato (é necessário sempre comer os dois juntos), as que recomendam suplementos e as que não consomem nenhum, as que são contra os produtos alimentícios industrializados e as que os divulgam. Enfim, uma série de diferenças que mostram que esse estilo de vida se diferencia dependendo do objetivo que se tem a alcançar.

Em “A Distinção”, Bourdieu (2011) apresenta uma discussão sobre o capital econômico e o capital cultural e as dificuldades de decifrar a lógica de reprodução e aquisição do segundo. Como o capital cultural fornece informação que faz com que a diferenciação das classes possa ser percebida de modo mais distintivo através do gosto do que somente pela renda.

Através da análise desse capital cultural pretende mostrar que as preferências e o gosto são construídos socialmente, por isso criando uma relação entre o gosto e a classe social. E sugere uma supremacia do gosto das classes dominantes sobre as classes mais baixas, uma teoria de dominação simbólica de classes.

³³<http://www.midiatismo.com.br/midias-sociais/inveja-e-aparencia-nas-redes-sociais> Acessado em 22 de março de 2015

O julgamento seria responsável por produzir e reproduzir distinções entre os indivíduos e consequentemente entre as classes. Esses julgamentos estão atrelados ao *habitus* de classe a qual o indivíduo pertence.

O acúmulo de bens e a aquisição de novos bens estaria relacionada a simbologia conferida a esses bens, o que eles representam e como ajudam a classificar o indivíduo proprietário. O indivíduo faz uso dessas representações para se posicionar na sociedade afirmando sua posição dominante ou idealizando se aproximar desta.

Essa aquisição de bens simbólicos está ligada ao princípio da distinção, peculiar das classes dominantes que através da propriedade de bens e acesso a cultura procura se diferenciar das classes mais baixas. Criando assim um movimento de distinção também entre os pares das outras classes que ansiando por diferenciação passam a consumir o que as classes mais altas consomem. Acumulando capital simbólico.

As classes se distinguiriam através do estilo de vida, sendo considerado aqui unicamente o gosto. Mas esse gosto pode não só variar de acordo com o *habitus* mas também dentro do contexto no qual está inserido, no que pode ser considerado dentro do grupo em questão.

Entretanto, acreditar que as classes mais baixas seriam apenas um reflexo das classes dominantes implicaria em desvalorizá-las na capacidade de criar seus próprios gostos e sentidos estéticos. No Brasil pode-se demonstrar através da estética do corpo feminino. Uma vez que as mulheres de classes mais altas valorizam o corpo magro enquanto as classes mais baixas valorizam o corpo mais curvilíneo. E também pelos movimentos culturais que nasceram das classes mais baixas e passaram a influenciar as camadas medianas e altas como o samba e o funk.

A noção de estilo de vida desenvolvida por Bourdieu (1983, p.01), é apresentada como “sistemas de desvios diferenciais que são a retradução simbólica de diferenças objetivamente inscritas nas condições de existência”. Marcam então, as disparidades simbólicas que existem entre os sujeitos e os grupos, através das práticas e propriedades que expressam o modo de vida. Essa estilização da vida reúne as formas de pensar, de se comportar, e de viver dos indivíduos dentro da cultura. O *habitus*, outro conceito apresentado pelo autor, é o gerador disso, e se refere ao “sistema de disposições duráveis e transponíveis que exprime, sob a forma de preferências sistemáticas, as necessidades objetivas das quais ele é o produto”.

Esse estilo de vida se coloca em relação às chamadas necessidades básicas (comida, abrigo,...) como uma forma de distinção, pois se comer é uma necessidade básica, o modo de se comer, o tipo de comida que se escolhe, a relação que se estabelece com a comida pode constituir um indicador de valor, que pode tornar o indivíduo que adota essas práticas distinto

de outros no meio social. Esse estilo de vida, se torna o produto de uma ‘estilização da vida’, que direciona e organiza as práticas como o que vestir, como decorar a casa, o que comer, como viver o lazer, a religião, enfim, o modo como se organiza a vida através de preferências.

O estilo de vida, como categoria nativa, para as *musas*, é visto como uma escolha, pois é comum usarem a expressão que se deve adotar esse novo modo de viver. Modo esse que apresenta práticas que elas chamam de saudáveis, como alimentos *limpos*, menos produtos industrializados, exercícios físicos e disciplina para seguir esse novo comportamento.

E os projetos são os que dão nome a esses estilos de vida. Ao seguir determinado projeto e assumi-lo em sua rotina, uma *seguidora* está adotando um modo de se relacionar com as práticas difundidas por uma *musa*. Então se compartilha o projeto da *musa* em suas *hashtags* dá a entender que está em busca de reorganizar o seu estilo de vida, tomando para si as preferências da *musa*. Os projetos mais conhecidos são os de Beta Luna e Marcela Trentini. Um tem o nome de #projetoetaluna enquanto Marcela Trentini se refere ao seu como #geraçãotrentini, buscando já englobar no nome que não se trata de um projeto individual, mas de um projeto que tem como objetivo conquistar a adoção de outras pessoas.

Os dois projetos são diferentes se analisarmos a forma como apresentam as suas rotinas. Beta opta pela corrida e exercícios na praia, enquanto Marcela posta mais fotos da academia e de musculação, costuma também postar fotos de atividade física com o namorado. Mas não são apenas as duas que apresentam diferentes estilos de vida baseados no conceito de que são saudáveis. Tina Uzzi posta exercícios em casa, mostrando a opção de não deixar de se exercitar mesmo não podendo comparecer a uma academia, mostra também como prepara sua comida para a semana durante o domingo, mostrando que, para manter a disciplina que o estilo de vida demanda, é necessária organização. Cristina Torquatto publica mais receitas do que exercícios físicos mas, através de suas publicações, passa a sua ideia de estilo de vida baseado na alimentação. Adriana Moraes, que já teve câncer e usou a rede social para mostrar o período de tratamento, aposta nas corridas que participa e na alimentação que adota para defender a importância do estilo de vida na sua recuperação.

Em uma entrevista ao programa Mais Você da Rede Globo, a dançarina Gracyane Barbosa, considerada uma musa fitness, disse: “É mais a busca por um estilo de vida do que por um corpo como esse”. Gracyane é conhecida por ter um corpo musculoso, e uma dieta bem restrita, inspirada em atletas fisiculturistas. Por essa declaração, infere-se que um corpo forte e saudável seria uma premiação pela adoção de um estilo de vida. Este viria primeiro, visando reformular o modo como se vive, e o corpo trabalhado surgiria em decorrência dele. A questão do estilo de vida é muito comentada entre as *musas*, elas o usam com frequência,



Figura nº6: Foto de perfil de *musa*

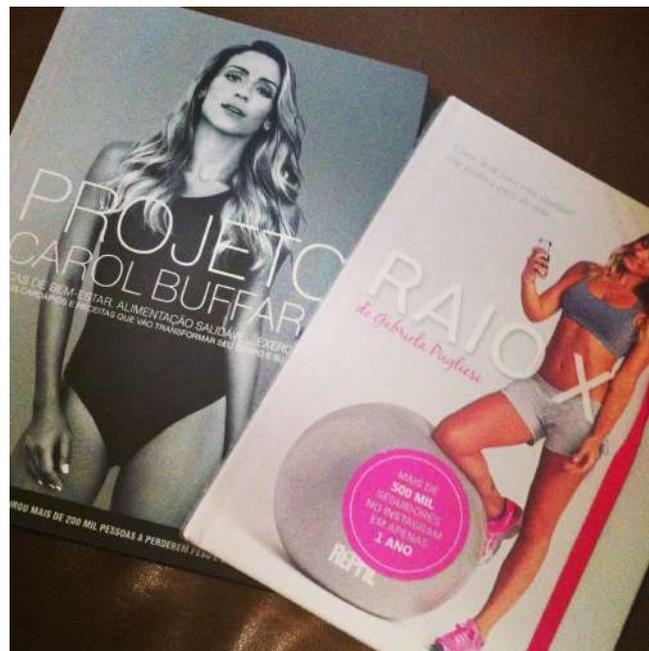


Figura nº7: livros

2.2. Perfil de *musas do instafit*

Para ser então considerada uma *musa do instafit*, elas precisam publicar imagens condizentes com o que se espera de uma delas. Não é qualquer usuária que poste fotos de alimentação e exercícios que será considerada uma fonte de inspiração. Elas precisam construir uma reputação dentro dessa rede que as caracterize como tal, e que também as torne distintas das outras para que possam conquistar um posto de valor.

Assim, se faz necessário criar uma imagem pessoal que as insira na categoria *musa*. Cada uma segue em busca de construir suas identidades e reputações dentro da rede de forma que consiga, ao mesmo tempo, atender as expectativas que se espera de uma *musa*, que é postar o seu estilo de vida saudável e um corpo recompensa desse, e também construir um fator que as posicione em destaque, diferenciando-as das outras. Desse modo, mostram o porquê do seu perfil ser interessante a ponto de conquistar *seguidores* e se tornar um ícone que merece ser copiado.

Esse duelo entre pertencimento e distinção permite pensar uma relação com o conceito de moda apresentado por Simmel (2008) em seu texto sobre a Filosofia da moda. O autor discute a particularidade que a moda tem de atender a esses dois lados do indivíduo de se integrar a um grupo mas também de se destacar dentro dele, de adquirir um atributo que lhe dê visibilidade. Ao mesmo tempo que quer ser coletivo, social, busca satisfazer suas pretensões individuais.

Simmel (2008, p. 25), ainda discute a moda como um produto da divisão de classes e faz uma comparação desta com a honra, quando discute o papel que possui ao montar um círculo social fechado ao mesmo tempo que busca mantê-lo a parte dos outros. E como a moda se apoia na renovação para manter esse caráter distintivo, se afastando daqueles que imitam, ou no caso das *musas*, que *seguem*. Elas devem estar a todo momento fornecendo atributos que influenciem esse papel de diferenciação.

Quando o termo moda é usado é comum pensar em roupas, na forma de se vestir mas a moda não é restrita a esse segmento. Pode ser empregado também quando abordamos alimentos. Existem alimentos que passam a estar na moda em determinada época por serem valorizados como aqueles que fazem bem à saúde ou por simbolizar *status*, por exemplo. A comida japonesa no ocidente se tornou moda, assim como a mexicana ocupou esse posto na década de 90. Atualmente a comida indiana e tailandesa ocupam lugar de destaque.

O açaí deixou de ser um alimento típico da culinária do norte do país para ser o prato favorito dos lutadores de Jiu Jitsu. Em uma matéria da revista *on-line graciemag*³⁴, a fruta é descrita como um elemento cultural do mundo do Jiu Jitsu. Reconhecida por ser um alimento saudável, e trazer muitos benefícios a quem o consome. Entretanto tem alto valor calórico, que aumenta quando é misturado ao xarope de guaraná, dando sabor mais adocicado a mistura. Lembro de encontrar uma amiga consumindo açaí e como sabia que ela estava de dieta, perguntei porque estava comendo aquela combinação. Ela muito feliz me

³⁴ Disponível em: <http://www.graciemag.com/pt/2013/01/video-jiu-jitsu-o-poder-do-acai-que-carlos-gracie-ja-indicava%E2%80%8F/> Acessado em 25/04/2015

respondeu que fazia bem pra saúde e emagrecia. Eu rebati e disse que pelo contrário, pelo que sabia, ele devia ser consumido com moderação, pois podia engordar. Ela não acreditou na minha consideração e falou que não era possível engordar, porque ‘todos’ estavam comendo açaí e por isso não poderia ‘fazer mal’. Essa passagem sempre me recorda como o modismo relacionado a um determinado alimento pode influenciar a forma de nutrição dos indivíduos sem que eles busquem maiores informações sobre seus benefícios. No capítulo sobre alimentação abordarei mais sobre o tema.

Não só a alimentação é influenciada pela moda, como também os exercícios físicos. Ao analisar os perfis é possível perceber novas modalidades serem experimentadas a todo momento. É importante trazer novidades para os *seguidores* e mostrar que estão seguindo as modalidades mais procuradas e desejadas, como o *muay thai* por exemplo, ou o *ballet fitness*. Outros elementos passam a ser desejados também pelas *seguidoras*, tornando-se objetos de desejo, como barrinhas de cereais, roupas, acessórios *fitness* (pedômetros, relógios, óculos, elásticos,...) entre outros.

Pelo poder de inspiração que despertam naqueles que acompanham seu dia a dia na rede social, elas acabam por usar a plataforma como forma de se descolar do grupo e de criar um espaço no qual são valorizadas até mesmo como celebridades. Esse papel garante a elas serem procuradas para representar marcas, divulgar produtos, receber dinheiro para comparecer a eventos, espaço de colunas em revistas, entrevistas a programas de televisão, entre outras práticas que são destinadas a personalidades de destaque.

Para que todo esse reconhecimento aconteça é necessário que uma representação seja construída de forma a chamar a atenção. Atrelada a isso é preciso que uma reputação mantenha esse perfil como valorizado. Pitt-Rivers (1988, p.14) fala sobre a importância da honra para a construção dessa reputação, pois é através de uma conduta honrada que a reputação pode ser reconhecida e estabelecida, podendo ser então consagrada com honrarias.

A forma como esse perfil se constrói poderá ser determinante para esse reconhecimento. É preciso então refletir sobre a arquitetura do perfil e de que modo ele irá se apresentar e estabelecer o contato com seus *seguidores*.

Brandão (2013) ao fazer uma análise das redes sociais através da visão de Goffman, apresenta:

“Cada situação em que os indivíduos se encontram pode ser vista como uma apresentação em que há atores e plateia, com papéis não necessariamente estáticos. Vale ressaltar que o autor analisava a interação face a face, presencial. Porém a interação na internet possui características similares (imediatismo, contato visual mediado pela câmera, possibilidade de resposta e interlocução) e podem-se reconhecer os mesmos elementos (palco, plateia, fachada, bastidores, equipes) nas

interações em redes sociais. A análise de Goffman considera o indivíduo agindo para públicos específicos, podendo, assim, manter posturas diferentes em situações diferentes.”(2013, p.03)

Sendo então a rede social um espaço na qual a apresentação de si será fundamental para a interação entre os indivíduos, é preciso discutir de que forma essa apresentação se constitui, como ela é organizada e se torna central para estabelecer a interação entre os atores dessa rede. Goffman (1985) argumenta que o indivíduo em busca de expressar a si mesmo, precisa convencer e impressionar o outro naquilo que pretende mostrar e na forma como quer ser percebido. O indivíduo procura então regular o modo como é notado e como as pessoas o irão tratar. Ele constrói uma encenação ao lidar com o outro de modo que essa relação garanta os resultados que deseja. O indivíduo entende que há situações nas quais precisa atender a regras de conduta para se relacionar com determinados grupos, assim vai assumindo formas de se comportar e agir para cumprir essas regras.

Apesar de parecer que ele está consciente de quem é e que planeja apenas conquistar o outro, pode ser que na verdade ele precise da validação do outro para se convencer daquilo que acredita ser. Mais importante do que fazer o outro acreditar, é que ele possa acreditar através do olhar do outro. Ao analisar o compartilhar, curtir e comentar, que será discutido mais adiante nesse capítulo, será possível perceber que essa atuação na rede social permite legitimar o indivíduo pelo olhar do outro.

Goffman (1985, p.27) citando Park, apresenta o conceito de máscaras, “... esta máscara é o nosso mais verdadeiro eu, aquilo que gostaríamos de ser”. Os usuários, então, buscam construir uma página com a máscara daquilo que gostariam de ser ou da forma com elegeram ser vistos. A página não traduz toda a personalidade ou a vida do usuário, mas aquilo que ele permite que seja divulgado e partilhado com os outros.

Os perfis são representações de como os indivíduos decidem atuar e se fazer percebidos naquela rede. Goffman (1985) define a representação como “atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência”. Descrição que me parece bem adequada para a atuação dos usuários nessa rede.

Os usuários então constroem suas páginas de forma a expressar uma personalidade atraente. A própria rede fornece ferramentas para que as imagens postadas sejam trabalhadas, alteradas e ganhem qualidades estéticas que as diferencia da realidade. Ao observar as fotos publicadas pelas musas, pode-se ter a ideia que determinada pose de yoga não seja tão difícil assim, que um passeio na praia possa ser palco de uma série de exercícios em companhia do

namorado, ou da melhor amiga, que todos os dias sejam espaços para acontecimentos interessantes e dignos de serem postados.

No caso das páginas das *musas*, as frases que escolhem para se identificar já buscam demonstrar o que aquele perfil oferece. Também buscam se destacar pela foto do perfil que aparece na página. Como essa imagem é pequena se o Instagram for acessado de um celular ou *tablet*, muitas optam por fotos do rosto, uma forma de serem reconhecidas com mais facilidade, mas algumas optam por uma foto de corpo, com paisagem no fundo como Beta Luna, fazendo com que a identidade do seu perfil seja identificada por essa imagem, uma vez que a praia é o cenário de seus exercícios físicos. Já Marcela Trentini tem uma foto na qual aparece sorrindo, com um top que deixa sua famosa barriga sarada exposta. A foto é recortada logo abaixo do umbigo, deixando expostos o rosto e a barriga. O fundo não é identificado com facilidade. Cristina Torquato aparece em foto preto e branco do rosto com apenas o copo com suco em cores. Déia Duarte tem uma imagem fazendo uma *selfie* usando o espelho, esse tipo de foto é comum entre as musas que as tiram no espelho do elevador do prédio quando estão indo ou chegando a algum lugar, como também nos espelhos das academias. Paula Lima e Juliana Adi tem imagens que mostram uma pose dos corpos de lado, e uma paisagem ao fundo. Uma paisagem da cidade do Rio de Janeiro e outra com piscinas ao fundo.

Abaixo a tabela apresenta os perfis mostrando como os mesmos se apresentam através das frases, que tipo de dieta e exercícios físico praticam, e a quantidade de *posts* e *seguidores*.

	Nome	Cidade	Dieta	Exercício Físico	Frase de apresentação	Seguidores	Posts
1	Beta Luna	Rio de Janeiro	Dieta da nutricionista	Corrida e treino funcional na praia	Nascida/ Born: Rio de Janeiro, Brasil #projeto betaluna "Mens sana in corpore sano"	428 k	7239
2	Marcela Trentini	São Paulo	Dieta da nutricionista	Musculação e Ballet Fitness	Brazilian. Welcome to my life	1,1 m	7488
3	Tina Uzzi	Rio de Janeiro	Paleolítica	Musculação	Comendo (muita) comida de verdade e sendo feliz!	42K	2704
4	Cristina Torquato	Rio de Janeiro	coach Bueno	Musculação	Healthy Food / Gym Lover / Beauty Lover	66k	1748
5	Adriana Moraes	São Paulo	LCHF	Corrida	Corredora por coração / LCHF depois do câncer	92,4 k	4081
6	Daniela Alves	Bauru, SP	coach Bueno	Musculação	Blogueira	107k	4850
7	Mariana Din	Rio de Janeiro	Dieta da nutricionista	musculação e corrida	Compartilho tudo que amo!	41,9k	2328
8	Paty Felix	Rio de Janeiro	LCHF	musculação	Comida de verdade	4525	1853
9	Alê Santos	Porto Alegre	sem lactose	corrida	Porque aqui não tem milagre	31,8 k	1456
10	Paula Lima	Rio de Janeiro	Dieta da nutricionista	calistenia e musculação	Amo vida saudável	102k	2176
11	Fabiana Duna	Florianópolis	Dieta da nutricionista	corrida e musculação	#guerreasglobal	120k	903
12	Juliana Adi	Brasília	gastronomia funcional	musculação	sabor e saúde	196k	1808
13	Déia Duarte	Niterói, RJ	Dieta da nutricionista	musculação	Chef fit	303k	2221
14	Roberta Campos	Rio de Janeiro	Dieta da nutricionista	musculação	Rio de Janeiro Passionate about photography and fitness	224k	3884

Acessado em 24/04/2015

Além das frases de apresentação, algumas colocam seus contatos pessoais ou profissionais, assim como endereços de *blogs* ou *sites*. Pela tabela acima, é possível perceber que os perfis são parecidos, mas que buscam se diferenciar através das dietas que postam, pois isso pode ser um atrativo para as *seguidoras*, pelo tema que dão destaque nas suas publicações (comida, vida saudável, receitas, representações identitárias, projetos e fotografias). Ao acessar os perfis encontramos um que privilegia a alimentação, mostrando mais fotos de receitas e pratos do que de exercícios físicos, outros que optam por publicar seus treinos com mais intensidade, há o de Mariana Din que afirma que em seu perfil há o compartilhamento de suas preferências, do que ama, aproveitando para afirmar que só publica coisas das quais gosta e aprova. Os perfis com maior número de *seguidores* são aqueles que se apresentam como carioca e o outro como brasileira (esse perfil pertence a uma moradora da cidade de São Paulo, mas que costuma lembrar aos usuários que nasceu em Salvador). Chamar a atenção para como as representações identitárias das cidades e do país é importante para reafirmar seus estilos de vida. Sendo o Rio de Janeiro, uma cidade que com frequência é

lembrada por proporcionar espaços livres para a prática de ginástica, e por uma alimentação mais leve do que a de São Paulo, por exemplo, com a ingestão de sucos e saladas, uma cidade aonde o culto ao corpo é uma preocupação frequente. Essa é a ideia que algumas pessoas fazem do estilo de vida carioca, em especial relacionado a zona sul. Usar também a descrição de brasileira tem como intenção chamar para si os atributos esperados de uma mulher dessa nacionalidade.

Em relação a imagem pessoal dessas *musas*, das catorze citadas no gráfico acima, doze tem cabelos louros e lisos. Isso não quer dizer que todas as musas obedecem a esse perfil estético, mas ele é comumente encontrado. Bia Tortori, que não entrou na tabela acima, é morena, e é com frequência citada como inspiração pelas seguidores e outras *musas*. Mas vi perfis de *personal trainers* afrodescendentes. Pelas postagens e estilo de vida que apresentam chego a conclusão que são na sua maioria pertencentes a classe média, sendo algumas da classe alta. Os corpos são geralmente magros e *sarados*, sendo algumas apresentam um perfil mais musculoso e forte. Mas algumas *seguidoras* mostram como seguir o estilo de vida dentro de uma perspectiva de rendas mais baixas. Entretanto nenhuma destas alcançou o *status* de *musa*, pelo menos o período dessa pesquisa

As imagens publicadas continuam por construir as representações desses perfis. Elas buscam mostrar os estilos de vida como momentos de uma vida interessante e feliz. Uma vida idealizada e construída para conquistar a aprovação e o olhar do outro. E essa idealização (Goffman, 1985) procura tentar oferecer uma realidade melhorada, ou pelo menos dar a impressão que aquele momento retratado é mais atraente do que realmente é, ou do que poderia ser considerado banal ou comum.

A rede social, passa a ser um novo espaço para a encenação da vida social, só que desta vez essa encenação pode ser mais elaborada e consciente do que na relação face a face, pois elas escolhem o que será publicado, de que forma querem estar ali. Usam os artifícios para conseguirem apurar suas representações. E esse novo espaço traz consigo novos conflitos:

“Portanto as mudanças tecnológicas acabam criando novos dilemas. Seguindo com os termos de Goffman, as redes sociais são palcos onde o ator está constantemente monitorado pelas várias equipes das quais faz parte. Neste ambiente não é possível considerar apenas uma definição de situação ou agir como se o indivíduo estivesse sempre no palco ou sempre nos bastidores. As redes sociais podem criar novos laços, possibilitam conhecer pessoas de outros países, mas também podem oferecer provas de traição para o término de casamentos, enfraquecer amizades e abalar a confiança em um funcionário. O fato de não haver uma separação física entre as diversas equipes cria um conflito ainda mais tenso entre a esfera pública e a privada das relações sociais, dificultando a escolha da forma de apresentar o *self*.” (Brandão, 2013, p.11)

Como os espaços de atuação (palco ou bastidores) estão muitas vezes sem definição, e também pelas equipes estarem constantemente misturadas, pois uma postagem fica a disposição de grupos diferentes, como amigos, chefes, seguidores, veículos de comunicação, colegas de trabalho, patrocinadores há uma preocupação constante na apresentação desse perfil e na manutenção da reputação que esse conquistou ou pretende conquistar na rede.

As *musas* não são julgadas apenas por seus estilos de vida, suas decisões na vida pessoal também ficam a mercê dos *seguidores*, uma vez que a vida privada se confunde com a vida pública. Uma das *musas* encarou uma separação durante o período da pesquisa. Pela situação ter sido cercada de muitas controvérsias, e acompanhada de campanha difamatória, a observada foi muito criticada por *seguidores*, em especial por ter optado por continuar usando o nome do ex-marido (nome com o qual é reconhecida na rede social e fora dela, muitas pessoas se referem apenas ao sobrenome dela e não ao nome próprio). A situação não fez com que perdesse *seguidores*, pelo contrário, ela continua muito popular por esse ponto, mas foi necessário uma certa postura para não deixar que todo acontecimento denegrísse a sua imagem e fizesse com que sua reputação fosse afetada.

A defesa dessa reputação será primordial para estabelecer a identidade dessa *musa* e da forma como ela será valorizada na rede. Baroja (1988, p. 66) ao analisar a honra e a vergonha, apresenta que “a honra tem a sua expressão social naquilo que se chama ‘fama’ e a desonra na ‘infâmia’”. A honra e a desonra estariam então relacionadas a consciência do indivíduo, enquanto a fama e a infâmia com a sociedade. A sociedade pode validar essa honra ou apontar a desonra. Atua também no conceito de vida e morte civil. Por essa perspectiva, a sociedade pode então julgar aquele que é premiado com a vida ou banido com a ideia de morte. No ambiente *on-line*, isso pode acontecer se um perfil for considerado desonesto ou mentiroso, ele pode ser banido com a saída de seus seguidores ou com a infestação do perfil por usuários que buscam ofendê-lo e critica-lo. Nem sempre uma polêmica fará com que o perfil perca usuários, na internet pode acontecer exatamente o contrário, novos *seguidores* podem ter sua atenção despertada exatamente pela situação. Mas a forma como administrar essa polêmica será determinante para a manutenção desse perfil como um digno de ser *seguido* e considerado formador de opinião. Assim, as *musas*, estão sempre em estado de alerta para administrar situações que possam afetar a sua interação com os *seguidores*. São esses que as intitulam e validam seus perfis.

2.3 Curtir, Comentar e Compartilhar

A construção de uma identidade que represente esse perfil é responsável pela forma como esse será percebido pelos demais usuários. Mas para que ele se torne influente é preciso que o mesmo seja validado através da opinião dos *seguidores*. Recuero (2009) citando Donath, Simmel e Goffman diz:

“Donath (2000) aponta que grande parte do processo de sociabilidade está baseado nas impressões que os atores sociais percebem e constroem quando iniciam sua interação, baseada nos estudos de Simmel. Essas impressões são em parte construídas pelos atores e em parte percebidas por eles (Goffman, 1975) como parte dos papéis sociais.” (2009, p.27)

Então é a partir das interações estabelecidas entre os atores que as impressões são construídas. A identidade pretendida por um perfil precisa da percepção do outro para ser reconhecida. Para Recuero (2013, p.247), “a interação, nas postagens, é realizada através das curtidas, compartilhamentos e comentários”. As curtidas e os comentários são então peças-chave para que essa comunicação se estabeleça na rede social. E é através dessa relação que a identidade será aceita e valorizada. A reputação virá em decorrência dessa interação. Será estabelecida através da troca entre os perfis de quem posta e de quem segue.

O compartilhar de postagens no Instagram não acontece com tanta frequência quanto em outras redes sociais, como no Facebook por exemplo, mas ele também é uma forma de interação. Nessa rede social ele aparece com a indicação da palavra ‘*regram*’³⁵, que significa que aquela mensagem foi postada anteriormente em outro perfil, portanto não é de autoria própria. Compartilhar ou postar uma publicação que foi criada por outro e não citar pode causar conflitos na rede social por ser considerado plágio pelos usuários. No caso das *musas*, esse tipo de prática, acontece quando, por exemplo, elas publicam uma imagem acompanhada de texto de algum nutricionista sobre determinado tema. Para dar maior credibilidade ao que é postado é preciso indicar a quem pertence aquele conteúdo, principalmente quando é uma informação que precisa de embasamento especializado. Outra forma que pode aparecer como compartilhamento são frases motivacionais ou os *memes*³⁶ que se referem aos temas relacionados aos interesses delas, como dietas e exercícios físicos.

Mas uma forma comum de compartilhamento nessa rede social é o uso da *hashtag*. Foi assim que os projetos das *musas* foram se tornando conhecidos e difundidos. Ter uma *hashtag* compartilhada por muitos e conhecida pode influenciar diretamente na notoriedade

³⁵ Disponível em: <http://tecnologia.umcomo.com.br/articulo/o-que-significa-o-hashtag-regram-14695.html>
Acessado em 19/04/2015.

³⁶ Imagens, vídeos, montagens, frases que repercutem pela internet. Geralmente usam a ironia como forma de linguagem.

do perfil. E uma *hashtag* de um projeto pessoal ser assumida por outros seguidores é a confirmação de que aquele objetivo foi aprovado na rede.

Ao utilizar a postagem que pertence a outro perfil, o usuário assume aquela postagem como sua (Boyd 2010, apud Recuero, 2013). Ao replicar, ele passa a ser o propagador daquele conteúdo que pode despertar novas interações com seu grupo de *seguidores*. Ele não somente está se relacionando com o usuário de quem buscou o conteúdo como está propondo uma nova discussão agora em seu próprio espaço. A opinião do outro pode até adquirir novos significados a partir do compartilhamento.

Curtir, compartilhar e comentar adicionam componentes a mensagem propagada pelo perfil. Os três apresentam meios de interferir na mensagem (Recuero, 2013), podendo legitimá-la ou não. Enquanto o compartilhar apresenta uma característica de tomar para si a fala de outro, o comentário é a possibilidade de se colocar a própria voz e interferir na mensagem divulgada. Ao postar um comentário o usuário propõe através dessa ação se fazer visível ao perfil *seguido*. Dessa forma, ele pode ser notado e até estabelecer uma conversa com a *musa*. O comentário nem sempre é positivo, ele pode apresentar um questionamento, uma discordância com o tema postado ou até mesmo uma ofensa, como veremos adiante. Já a *curtida* é diferente, ela sempre é vista como positiva, como aprovação daquilo que foi publicado.

Durante o processo de pesquisa, por algumas vezes, percebi o quanto o ato de curtir é valorizado entre os usuários da rede social, em especial as *musas*. Em um dos cursos de culinária *fit* em que participei esse tema foi abordado.

“Amiga que é amiga tem que curtir! Se não curte suas fotos, porque quer olhar então? Para criticar? Para zoar? Eu curto a foto dos meus amigos. Mesmo que seja ‘caída’, eu acho que é assim que amigos devem fazer.” (mulher, 32 anos)

A fala recebeu aprovação das outras participantes. Percebi então que a *curtida* pode significar mais do que aprovação por parte dos *seguidores*, simboliza também lealdade e amizade verdadeira. A expectativa que envolve uma postagem é carregada de uma busca por aceitação. Não se espera que os amigos gostem ou não do que foi postado, mas sim que eles apoiem os estilos de vida dando *curtidas* como provas de amizade e apoio.

As *curtidas* se tornaram moeda de troca nessa rede social. Quando uma postagem tem muitas *curtidas* é possível entender que ela é interessante e valorizada nesse espaço. Então se uma postagem recebeu 1.000 *curtidas* enquanto outra 3.000, faz com que a segunda publicação chame mais atenção e seja mais reconhecida. Por isso, um mercado de venda de

curtidas surgiu para essa rede social. São sites que oferecem número de *curtidas* por valores que vão de R\$99,00 para 100 curtidas em todas as fotos postadas e R\$999,00 para mil curtidas.³⁷ Oferecem também venda de número de *seguidores*, para que o perfil possa se tornar mais popular, pelo menos aos olhos de quem só busca influência na quantidade de *seguidores*. Essa prática vem fazendo com que o Instagram reorganize a rede social com uma limpeza dos perfis que considera falsos, que não foram criados para uma interação real, e sim apenas para dar a impressão que determinado usuário tem muitos *seguidores* e que suas fotos recebem grande aprovação.

Segundo Recuero (2009, p.107), “o que é diferencial nos *sites* de redes sociais é que eles são capazes de construir e facilitar a emergência de tipos de capital social que não são facilmente acessíveis aos atores sociais no espaço *off-line*”. A autora cita o exemplo do Orkut aonde o usuário podia chegar a ter 300 ou 400 amigos, possibilitando ao ator uma visibilidade na rede e a construção de impressões de popularidade.

Ao pensar nesse tema levando em consideração a configuração do Instagram, é impressionante verificar que alguns desses perfis analisados nesse estudo, chegam a ter milhares e até milhões de *seguidores*. Isso, considerando que foram escolhidos perfis que construíram suas reputações dentro da rede, isto é, se tornaram conhecidos a partir das postagens de estilos de vida saudáveis no Instagram. Apesar de alguns perfis aparecerem em revistas impressas e programas de TV, para chegarem a ser solicitados por esses veículos tiveram que ter seus perfis reconhecidos inicialmente nesta rede social.

Dessa forma, como continua Recuero (2009), o ator tem as suas conexões sociais amplificadas, sendo é claro que essas conexões *on-line* apresentam um tipo de interação diverso da conexão *off-line*. A maior parte destes *seguidores* dificilmente entrará em contato face a face com o dono do perfil, para esses será uma relação restrita ao ambiente desta rede. Mas esses *seguidores* serão determinantes para legitimar a popularidade desses perfis e torná-los detentores de um capital dentro e fora dessa rede. Capital esse que confere um poder de persuasão desse perfil diante dos demais, poder que é autenticado pelo compartilhamento de *hashtags* criadas ou propagadas pelo perfil, pelas parcerias que ele começa a estabelecer dentro e fora da rede e pelos convites para participação em eventos, participação essa que pode ser remunerada ou não.

Não são todos os perfis pesquisados nesse estudo que conquistaram uma popularidade

³⁷Valores divulgados na matéria “Supermercado de seguidores” publicado na Revista Glamour, nº35, Fevereiro de 2015, Editora Globo Condé Nast

na rede a ponto de serem remunerados para participar de eventos e para divulgar produtos. E alguns se recusam a realizar esse tipo de prática por julgar que tiram a credibilidade da *musa*, que divulgaria um estilo de vida atrelado à publicidade de produtos. Outras são muito criticadas por terem tornado o perfil um espaço de publicidade, que inclui valores para cada atuação (divulgação de produtos, participação em eventos, assinatura de linha de produtos), sendo uma participação em evento chegar a custar R\$ 8.000,00³⁸.

Mas mesmo não tendo retorno financeiro esses perfis que se recusam a se tornarem veículos de divulgação de produtos, conquistam também seu valor dentro da rede, muitas vezes até por essa negativa, pois são considerados pelos *seguidores* como perfis verdadeiros, por não comercializarem seu espaço, ou ainda não se dispõem a enganar os *seguidores* divulgando produtos nos quais não acreditam nos resultados e benefícios prometidos. Essa é uma polêmica constante nessa rede. Os chamados *publiposts* (*posts* de publicidade) são frequentemente criticados, especialmente quando a *musa* não indica claramente que se trata de um anúncio vendido.

Em uma postagem de Tina Uzzi, perfil que se mostra contrário a esse tipo de prática e é respeitado pelos *seguidores* pela postura que adota, aparece uma imagem com os ingredientes de um molho de salada que vem sendo divulgado em outros perfis:

“Por essas e outras que eu vou morrer pobre, pois não teria coragem de fazer propaganda de uma b... dessas...esses são ingredientes do molhinho de salada que está fazendo o maior ‘sucesso’ por aí.” (Acessado em 22/03/ 2015)“

Esses questionamentos quanto à ética de alguns perfis em relação à divulgação de produtos já fizeram com que fosse necessária a retratação de um perfil ou mesmo a explicação do porque postar determinado produto que se apresentava não condizente com o discurso de saudabilidade defendido pelo mesmo. A polêmica da Farinha Seca Barriga e das propagandas do cereal Nesfit (que sugerem na embalagem um projeto chamado “Operação Biquini” prometendo um corpo mais magro em 14 dias) foram temas que incendiaram as *timelines* e os comentários com críticas pesadas sobre o comportamento de algumas *musas*. A postura e a ética são importantes para a reputação delas, assim sempre que alguma discussão ameaça colocar em risco essa reputação elas precisam usar de um tom de seriedade através de textos e até mesmo vídeo para conversar com suas *seguidoras*.

A reputação construída nessa rede é um dos valores mais importantes para a

³⁸ O valor foi comentado em conversa com colegas de trabalho que tentaram contratar uma das *musas* para um evento com duração de 40 minutos em março de 2014.

manutenção da popularidade conquistada pelo perfil. Recuero (2009) aborda a questão e apresenta a reputação como um dos valores mais importantes que são construídos na rede. Sua discussão compreende que a reputação é a percepção de alguém pelos outros atores, envolvendo então o perfil, os seguidores e a relação entre eles. Segundo a autora (2009, p.109), “o conceito de reputação implica diretamente no fato de que há informações sobre quem somos e o que pensamos que auxiliam outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre nós”. Sendo assim, a construção e a manutenção do perfil implica diretamente na reputação que o perfil irá adquirir dentro da rede podendo essa reputação transcender para o ambiente *off-line*.

Rosa (2006) defende que a reputação está relacionada à confiança. Seria então um perfil com boa reputação aquele que é confiável, que os seguidores podem acreditar que não estão sendo enganados em virtude da comercialização desse espaço, e que os resultados conquistados através dos estilos de vida são verdadeiros e não manipulados no computador. Para esse autor seria mais a reputação que valoriza um perfil na rede do que a popularidade do mesmo. Quanto mais confiança seus *seguidores* tiverem em determinado perfil maior a reputação que ele detém e assim maior valor na rede.

O que envolve essas três práticas é a possibilidade de interação que elas proporcionam, de criação de relações a partir de *curtidas*, comentários e compartilhamentos. Essa interação é que irá conferir ao perfil valor e capital social. Putnam apud Recuero, (2009) discute a questão do capital social argumentando que o conceito é gerado através das conexões entre os usuários, levando em consideração que esse capital é fortalecido por intermédio da reciprocidade. Assim, para a construção desse capital social deve-se levar em consideração tanto os aspectos individuais quanto coletivos.

“O aspecto coletivo vem do fato de que o capital social individual reflete-se amplamente na esfera coletiva do grupo, sejam eles como custos ou benefícios. É daí que vem a dupla natureza do conceito, que pode englobar tanto bens privados como coletivos. Putnam envolve três elementos centrais para o capital social: a obrigação moral e as normas, a confiança (valores sociais) e as redes sociais (Siisiäinem, 2000). A confiança, para Putnam (2000) vem da crença na reciprocidade, do consenso, do senso cívico. Decorre de escolhas no nível interpessoal, nas interações, que geram, aos poucos, reciprocidade e confiança.” (Siisiäinem e Putnam apud Recuero, 2009, p. 43)

Recuero (2009) citando Bourdieu, apresenta:

“O capital social é o agregado dos recursos atuais e potenciais, os quais estão conectados com a posse de uma rede durável, de relações de conhecimento e reconhecimento mais ou menos institucionalizadas, ou em outras palavras, à associação a um grupo – o qual provê cada um dos membros com o suporte do capital coletivo (...)” (2009, p.248-249)

Propondo assim que esse capital social está vinculado a um grupo, podendo esse ser visto como a rede social. E esse capital poderia ser convertido em outros tipos de capital, como por exemplo o econômico (Recuero, 2009). Quanto maior o capital social dessa *musa* dentro da rede, maior valor e *status* ela possui para agir como influenciadora dentro do grupo, podendo gerar retorno financeiro e até ascensão social. Ela passa a ser convidada para festas como uma celebridade, ganha produtos gratuitamente para divulgação e recebe dinheiro para fazer propaganda e participações em eventos.

Além do capital social e do econômico, Bourdieu (2011, p.134 -135), apresenta o cultural e ainda o capital simbólico, que é aquele que se refere a prestígio, reputação e fama. Esse capital simbólico também pode ser resultado das interações geradas através de comentários e *curtidas*. Beta Luna foi considerada pela Revista Época como uma das 100 pessoas mais influentes de 2014³⁹ na categoria artista. Marcela Trentini fez parte da mesma lista mas no ano de 2013⁴⁰. As duas participaram da lista com cantores de grande popularidade como Ivete Sangalo e Luan Santana, e atores globais como Regina Casé e Fernanda Torres. Apesar da listagem ser uma escolha da editoria da própria revista é interessante pensar como as musas que fazem parte de uma rede social na internet conseguiram uma notoriedade *on-line* e *off-line* que as coloca como influenciadoras junto com um grupo de celebridades, podendo as mesmas serem vistas como tal.

Bourdieu apud Recuero (2009), aborda o capital simbólico, como aquele capaz de legitimar o capital social, econômico e cultural como um recurso. Sendo assim, a autora, continua (2009, p.45), “o capital social em Bourdieu é diretamente relacionado com os interesses individuais, no sentido de que provém de relações sociais que dão a determinado ator determinadas vantagens. Trata-se de um recurso fundamental para a conquista de interesses individuais”.

Assim, para se ter capital social é necessário fazer parte de um grupo; dentro desse, estabelecer relações e interações com os outros componentes desse grupo, como acontece através dos compartilhamentos e comentários no Instagram. Mas é o reconhecimento desse grupo que transforma o capital social em capital simbólico, capital esse que irá distinguir a *musa* dentre os outros participantes da rede, e até mesmo entre elas.

³⁹ Disponível em: <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2014/12/bos-mais-influentesb-do-brasil-em-2014.html>
Acessado em 20/04/2015

⁴⁰ Disponível em: <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2013/12/os-b100-mais-influentes-do-brasilb-em-2013.html>
Acessado em 20/04/2015

A relação com o outro é que irá então validar toda essa apresentação de si que a *musa* se empenha em construir. É através das interações que construirá o seu capital social, que convertido em capital simbólico lhe garantirá uma reputação de destaque. Desta forma, os usuários dessa rede, e em especial, as *musas*, valorizam as aprovações através das *curtidas*, e se empenham em defender esse capital simbólico daqueles que podem ameaçá-lo. A atenção dos outros usuários é disputada e valorizada em busca desse reconhecimento que será capital.

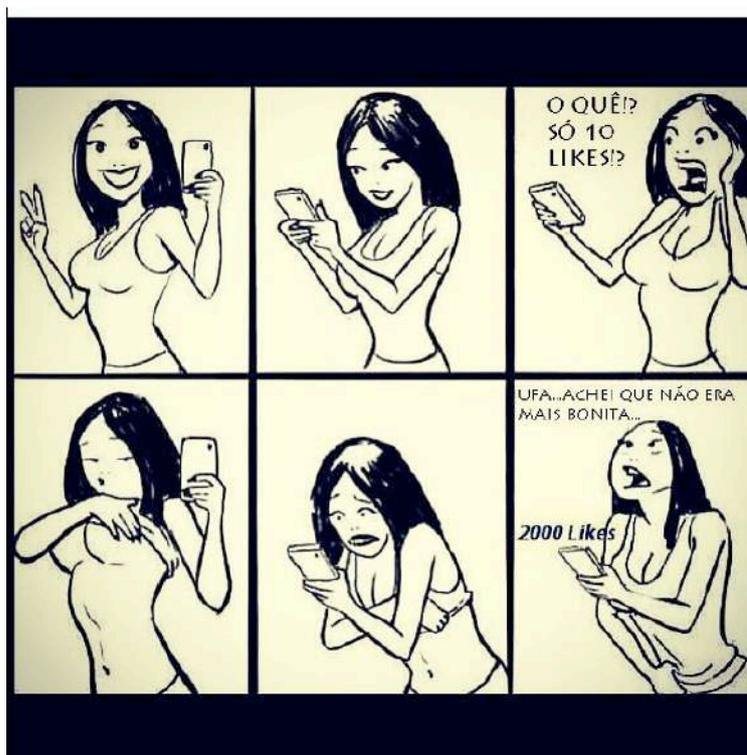


Figura nº8: Curtidas
Acessado em 21/06/2014

2.4 ‘HatersGonnaHate’ – Ameaças À Reputação

Os comentários e *curtidas* são essenciais para construir a reputação de um perfil. Eles estabelecem uma interação entre o usuário e seus *seguidores*, além de legitimar a identidade e popularidade do mesmo. Entretanto nem sempre os comentários são utilizados para apoiar ou admirar a publicação postada. Em muitos casos, especialmente nas páginas com mais *seguidores*, são muito comuns as declarações de desaprovação. Essas opiniões podem ser simplesmente a não concordância com o tema postado, e assim o *seguidor* expõe a sua forma de pensar sobre aquele assunto. Pode ter resposta para sua colocação por parte do perfil ou de outros *seguidores*. Nem sempre essa opinião provoca polêmicas, apesar dessas acontecerem

com frequência. Mas os perfis populares muitas vezes acabam sendo alvos de violência e agressões verbais na página de comentários. Na internet, aqueles que ofendem através de suas declarações são chamados de *troladores* e odiadores ou *haters* (palavra inglesa). São usuários e até perfis falsos que estão com frequência repudiando as postagens de outras pessoas de forma agressiva. Essa prática já provocou a criação da frase na internet ‘*haters gonna hate*’ (odiadores irão odiar), indicando que uma determinada publicação pode incitar a reação agressiva de alguns usuários.

Essas postagens com discursos de ofensas são frequentemente direcionadas a celebridades. O cantor Léo Jaime em 2010 comentou que “tem gente que te segue no twitter só para te odiar bem de pertinho”⁴¹. Querendo assim mostrar que mesmo tendo a opção de não acompanhar o perfil, alguns *seguidores* fazem questão de seguir para contradizer, implicar ou ofender. Esse fenômeno ganhou grande espaço na internet, lugar no qual a falta da presença física e do contato face a face pode ter permitido a alguns usuários praticarem atos de agressão que não cometeriam se estivessem em uma interação *off-line* aonde teriam que atender a alguns códigos de conduta e educação.

De acordo com Buckels (2013), a *trolagem* é uma prática de se comportar de forma agressiva, enganosa e destrutiva no ambiente *on-line* sem nenhum motivo aparente. O autor se refere aos *troladores* como agentes do caos, aqueles que detonariam debates e polêmicas que poderiam desestabilizar a pessoa que está sendo questionada além de levantar suspeitas sobre a veracidade e a importância das postagens.

O cyber-bullying é outra atividade que ganha espaço na internet como forma de perseguir e agredir com palavras e imagens. A diferença entre o *cyber-bullying* e a *trolagem* seria a identidade revelada do agressor (Buckels apud Lenhardt, 2013) e a intenção de ofensa mais simples, direcionada a atingir o perseguido de forma a denegri-lo. Enquanto o *trolador* nem sempre tem uma identidade clara, ele pode usar de perfis falsos para praticar a sua atividade. E as suas motivações seriam mais complexas de acordo com os autores, uma vez que o objetivo não é claro.

A partir de estudos realizados com usuários da internet, exclusivamente dos Estados Unidos, para entender a motivação da *trolagem*, os pesquisadores Buckels, Trapnell e Paulhus fizeram uma análise a partir de distúrbios psicológicos da chamada ‘Dark Tetrad of

⁴¹ <http://extra.globo.com/tv-e-lazer/nascidos-nas-redes-sociais-os-haters-ganham-espaco-disparando-grosserias-contra-artistas-11891336.html#ixzz3X360GDHo> (Acessado em 11/04/2015)

Personality'⁴² buscando traços de psicopatia, sadismo, maquiavelismo e narcisismo. Segundo os resultados de seus estudos apesar dos *troladores* apresentarem as características apontadas pela Tetrad, em especial o sadismo, o que chamou a atenção dos pesquisadores foi a questão da anti-sociabilidade dos usuários que usam a internet para contestar e perseguir pessoas, sendo essas celebridades ou não. Os autores chamam a atenção para o fato de que *trolar* é muito diferente das práticas de conversas (*chatting*) e debates, as associações com a 'Dark Tetrad of Personality' não acontece com as mesmas. Nessas práticas o que existe é uma conversa na qual opiniões podem divergir mas não tem como objetivo denegrir ou ofender o outro.

Assim, tanto a *trolagem* como o *cyber-bullying* estariam relacionados a formas de anti-sociabilidade no cyberspaço. Acredito ser necessário maior aprofundamento no tema para compreender as reais motivações dessas práticas. O fato é que elas desestabilizam o ambiente de discussão *on-line* podendo gerar polêmicas, agressões verbais violentas e até a retirada do perfil, de quem é questionado, da rede. Durante o período de campo alguns perfis se tornaram privados para coibir esse tipo de prática na página e outros ainda se retiraram da rede social.

É interessante pensar que em um ambiente que visa à sociabilidade e a interação entre os indivíduos, que essas práticas relacionadas a um comportamento antissocial se apresentem com tanta frequência. Especialmente porque esses usuários não precisam se relacionar com aqueles com os quais não se identificam. Mesmo assim, buscam ser notados de forma insistente usando muitas vezes linguagem ofensiva. Querem deixar evidente a sua insatisfação com aqueles que são perseguidos por eles.

No caso das *musas*, essas manifestações acontecem com mais força nos perfis populares. Quanto mais *seguidores* e popularidade, maior a probabilidade dessas situações aparecerem na página de comentários. O que é questionado com frequência nas postagens é o porque alguns *seguidores* se comportam dessa forma. Se não concordam ou não apreciam o que é postado porque continuam *seguindo*?

As motivações dos *seguidores* costumam ser distintas, eles não apresentam a mesma forma de interação. Apesar de a maioria estar ali para discutir e debater os temas postados, não é incomum que grandes discussões apareçam. Durante minha pesquisa observei que nos comentários os usuários se dividem em grupos: 1. O primeiro grupo é formado pelas *seguidoras* que aprovam a postagem e comentam a favor da proprietária do perfil; 2. O

⁴² *Dark Tetrad of Personality* é o nome dado pelos pesquisadores para as características de personalidade que combinam traços de psicopatia, sadismo, maquiavelismo e narcisismo.

segundo grupo é caracterizado por usuários em busca de dicas, perguntam com frequência como a pessoa se alimenta, como são os exercícios, se tomam suplementos e até chegam a pedir uma recomendação de dieta e exercícios; 3. O terceiro demonstra um grupo que apenas usa os comentários para indicar a postagem ou o debate em questão a outro usuário, esse grupo não comenta suas opiniões, apenas posta o nome do perfil para o qual pretende indicar o tema; 4. Outro grupo é marcado por usuárias que discordam do tema, e postam suas opiniões dissonantes na página iniciando uma discussão que pode gerar polêmica na página, mas não necessariamente tem o intuito de desestabilizar o ambiente; 5. Um grupo que aparenta estar na página apenas para discordar ou ofender, esse grupo com frequência questiona os corpos postados, se são ou não magros demais, se existiu ou não uso de editores de imagem (Photoshop) para manipulação da foto, são acusações muitas vezes mais agressivas ou irônicas do que o grupo 4; há ainda o grupo 6 que é formado por pessoas em busca de curtidas e divulgação de suas próprias páginas, podem ser desde os que postam SDV (sigo de volta) quanto os que apresentam seus projetos e suas páginas, pedem para que os *seguidores* visitem e sigam seus perfis (esse grupo em busca de seguidores aparece mais nos perfis populares), e até mesmo os que estão divulgando páginas nas quais comercializam produtos.

Os perfis atingidos por esse comportamento costumam se defender com o objetivo de restabelecer a ordem no ambiente e defender suas reputações, pois precisam preservá-las para manter suas posições de destaque na rede social. Os comentários mais agressivos costumam ser deletados e o *seguidor* bloqueado, para que a situação não se repita. Mas qualquer motivo parece ser um detonador de polêmicas. Em uma foto com a legenda “Hey ... done!! Uma hora de treino puxado para lembrar o bumbum que a semana começou e ele vai sentir dor...”, alguns comentários negativos foram postados:

“Pega o photoshop na. Perna @a...” (I., Acessado em 12 de abril de 2015)

“Mas como vai doer a bunda se vc (sic) não tem”? (P., acessado em 12 de abril de 2015)

“Barriga está manchada”!! (F., Acessado em 12 de abril de 2015)

“@m. me disseram que ela já fez 2 lipos (emoji susto duplo) será?” (A., Acessado em 12 de abril de 2015).

“Acho vc linda! Porém não impede de fazer uma crítica, Analise esta foto que vc publicou. Seu corpo está deformado nela. Acredito que não é como esta parecendo ser nesta foto. Avalie.” (O., Acessado em 12 de abril de 2015)

No caso específico dessa postagem a maioria dos comentários negativos se refere ao corpo da *musa*. O primeiro comentário chama a atenção de outro usuário para perceber ('pega') o uso do Photoshop na perna da *musa*, sugerindo que a imagem tenha sido manipulada e que não apresenta a realidade. Usando o termo 'pega' procura sugerir que o outro deve 'pegar' a mentira apresentada na imagem, uma vez que ela teria sido manipulada, mas é publicada como verdadeira. O segundo, que é o único de um perfil masculino, faz uma crítica direta ao corpo da *musa*, além de questionar a sua fala. Como alguma parte do corpo pode doer uma vez que ela não teria essa parte. Claro que aqui é uma provocação do autor do comentário que sabe que ela tem glúteos, mas acredita que esses não seriam vantajados a ponto de sentir dor ao se exercitar. O comentário faz pouco sentido em se tratando de exercícios e pretende mais ofender a pessoa que publicou a foto. A terceira também faz uma referência à manipulação da imagem mostrando que a barriga estaria manchada, pois teria sido alterada em programa de edição de imagens no computador. Na quarta frase aparece uma afirmação seguida de uma pergunta, sugerindo que o resultado daquele corpo não seriam os propagados exercícios físicos e alimentação e sim duas cirurgias de lipoaspiração, método cirúrgico no qual as gorduras localizadas do corpo são aspiradas por cânulas. Fazem assim com que todo o discurso defendido pelo perfil seja posto em questão. E por fim, a última frase pretende de forma mais polida fazer uma crítica que acredita que pode ser construtiva. Sugere que a *musa* faça uma reflexão se a imagem postada é realmente condizente com a realidade de seu corpo. Se não seria melhor escolher outra imagem que postasse o corpo sem deformidades, segundo a autora do comentário. Colocando em dúvida aqui se essa imagem de corpo é real e digna de ser postada como representação de um corpo bonito.

Em outra ocasião esse mesmo perfil postou uma imagem que foi muito criticada pelos seus *seguidores*, pois mostrava que a foto havia sido alterada, uma linha no chão parecia torta e não seguindo um desenho real. A *musa* teve que admitir que a foto havia sido alterada em Photoshop, uma vez que, segundo a própria, suas costas estavam levemente 'corcunda' e ela precisou corrigir a imagem para publicar. Essa polêmica fez com que o perfil se tornasse alvo ainda mais intenso de policiamento dos *seguidores* em relação aos usos de editores de imagem.

Entretanto, nos outros perfis pesquisados as agressões em relação às postagens são mais focadas em relação à magreza ou excesso de músculos trabalhados dos corpos, a dieta adotada (como são muitas dietas que aparecem, não há uma concordância com a que seria a melhor, e parece que os grupos disputam entre si), o uso ou não de suplementos, e sem dúvida as postagens com teor publicitário. Essa postura de ser ou não um perfil que ganha dinheiro

com a sua atividade no Instagram é muito polêmica e alguns usuários criticam com frequência se as postagens são condizentes com a opinião da *musa* ou apenas para atender a um contrato publicitário.

Ao entrar em alguns desses perfis que postam opiniões agressivas ou dissonantes, foi possível perceber que muitos são privados, o que dificulta que outra pessoa se manifeste nele sem a sua permissão, e até mesmo a confirmação se é um perfil real ou não. Então se alguém que se sentiu ofendido ou que queira responder em defesa da dona do perfil que recebeu a ofensa, muitas vezes não terá sucesso, pois encontra uma página fechada que não permite interação a não ser que seja aprovada. Apenas poderá receber resposta na mesma página aonde o comentário foi postado, usando o *link* do nome do perfil a quem a resposta é endereçada. É muito comum que os comentários negativos sejam rebatidos pelo grupo 1 que apoia a *musa*, e isso pode se transformar numa grande discussão entre *seguidores*, sem que muitas vezes o perfil ofendido se envolva. Seus próprios *seguidores* se encarregam da defesa, mas em outros momentos é necessária uma intervenção do ofendido.

Como dito anteriormente, alguns perfis são mais afetados com os comentários agressivos. Provavelmente por terem mais popularidade e por estarem frequentemente aparecendo em veículos de comunicação, o que faz com que ampliem o número e a diversidade de *seguidores*. Para manter a ordem do ambiente e a relação de confiança com os *seguidores*, o perfil precisa responder às ofensas e se defender para que não tenha a sua reputação abalada. Abaixo dois exemplos de respostas dos perfis aos seguidores que gostam de provocar polêmicas nos comentários:

“Mas eu amo vcs (sic) tbm (sic) haterzinhos (emoji coração) vcs (sic) me fizeram evoluir como ser humano... Sou uma pessoa mto (sic) mais paciente, aprendi que não sou unanime e isso é ótimo pra vida, aprendi a não julgar ja que sou tão julgada, mas recentemente aprendi a mais nobre das lições... que não importa quantas vezes vc (sic) bloqueie uma pessoa, ela sempre volta com outro insta fake #pqnofundoteama #sópode #creindeuspai (Marcela Trentini, acessado em 16/01/2014).

“Bom dia mundo. No meio de tanta polêmica e gente sem noção que invade o IG dos outros com insultos e xingamentos. Desejo a todos um pouco de bom senso e leveza. Para que insultar, xingar e falar mal? Se não gostar de um post critique educadamente e construtivamente ou fique calado. Se não gostar de determinada (sic) existe a opção de unfollow. Simples assim. (Aline Pena, acessado em 20/06/2014)

Recuero (2013) apresenta em seu trabalho sobre a Fanpage Diva da Depressão uma análise que aborda a violência simbólica nos comentários no Facebook. Segundo a autora, “o poder simbólico é exercido pelos sujeitos que propagam e que são, ao mesmo tempo, vítimas e agressores da violência simbólica do sentido construído”(2013, p.251). Discute assim o

papel das postagens e dos comentários na forma de violência simbólica uma vez que criam estigmas e perturbações com o uso de uma linguagem, no caso de seu estudo, de humor. E que esses discursos atingiriam não apenas aquele que é agredido, mas também o agressor. Ainda Recuero (2013) analisando postagens que se referem a corpo e classe social:

“A violência que é perpetrada pelo discurso estigmatiza ainda mais os atributos indesejáveis do corpo e do “status” social, enquanto legitima aqueles relacionados do poder econômico (riqueza e magreza), e sites de redes sociais como o Facebook, por sua manutenção e troca de contextos, permanência e audiências invisíveis ajudam a fazer com que essa legitimação se propague, ou continue se propagando, muito mais rapidamente, de forma mais explícita e alcançando diferentes grupos sociais do que em ambientes *off-line*.” (Recuero, 2013, p.251).

Analisando os discursos gerados através das postagens das musas e os comentários de *seguidores*, a violência se impõe muitas vezes por querer tirar a propriedade de quem fala, de intencionar desmoralizar ou desestruturar o perfil criticado. Uma maneira de destituir o valor e a propriedade daquele que emite a postagem.

As *musas* em seus discursos sobre a importância das *curtidas* e comentários afirmam que usam a plataforma como forma de motivação para a continuação de seus projetos e manutenção das práticas saudáveis. Assim contam com a vigilância de suas *seguidoras*. Esse zelo por parte destas já é esperado pela dona do perfil, de forma que as mesmas legitimam o projeto e as postagens através das *curtidas* e comentários. O não cumprimento por parte da *musa* de seus compromentimentos a deixa à mercê da vigilância de seu público. Ela depende dele para validar seu estilo de vida através das opiniões a respeito do que publica. As críticas e ofensas são uma ameaça para esse perfil, pois podem provocar a saída de muitos *seguidores* que são importantes para sua afirmação e popularidade. É preciso então, constantemente, zelar por sua reputação e se defender daqueles que buscam rebaixá-la ou denegri-la.

A reputação dessa usuária é de extrema importância para a sua atuação como *musa*, que como o próprio termo já diz, é uma fonte de inspiração para os outros. E esse conceito é conquistado não apenas através de uma identidade bem construída como também pela defesa de sua honra e veracidade de suas postagens. Ser acusada de manipulação de imagens, publicações com mero interesse comercial ou outras atitudes que possam manchar a sua reputação, pode causar um dano na sua imagem propagada. Fazem com que *seguidores* abandonem o perfil, como forma de punição ao não cumprimento do que foi prometido através das imagens e discursos, reduzindo assim seu valor na rede.

Como afirma Peristiany (1988), todas as sociedades constroem suas regras de conduta e punem aqueles que não se enquadram nelas. Isso não seria diferente no Instagram, aonde

para um usuário permanecer na rede o mesmo deve obedecer a códigos impostos pelos administradores da rede e pelos próprios usuários. A rede costuma punir com bloqueio da página quando postagens não respeitam o código de conduta como, por exemplo, expor o corpo nu. São frequentes os casos, até mesmo de celebridades, que tem seus perfis bloqueados por postarem imagens que não respeitem essa proibição.

Já os usuários da rede também tem a expectativa na conduta dos perfis que seguem, em especial no caso das *musas*, que são inspiração na busca por emagrecimento, exercícios ou uma vida dita saudável, é esperado que as mesmas sejam verdadeiras nas suas postagens. Que suas dicas possam ajudar os outros a atingir seus objetivos em relação a corpo e estilo de vida. Portanto, suas posturas em relação à veracidade e ética são muito valorizadas por quem as segue. Quebrar a confiança que existe da parte de seu público pode gerar perda do capital social conquistado com tanto empenho pelas musas.

“Quando o indivíduo emerge com uma personalidade social própria só ele tem que ver com a defesa de sua honra. Neste mundo inseguro, individualista, em que a nada se concede crédito, o indivíduo tem constantemente que se afirmar e pôr à prova. Quer como protagonista de seu grupo, quer por sua conta e risco, está constantemente <<exposto>>e tem constantemente que cortejar a opinião dos seus <<rivais>> de forma a que estes lhe reconheçam valor.”(Peristiany, 1988, p. 05)

Os perfis precisam conquistar diariamente a confiança de seus *seguidores*. A cada postagem sua postura é colocada à prova por alguns usuários. Debates são valorizados, sendo que os mesmos devem obedecer a um código de conduta que atenda a exigências de respeito e educação. Apresentar um linguajar ofensivo pode causar bloqueio do perfil, sendo possível denunciar o usuário para a rede social por comportamento impróprio.

Entretanto, quando um perfil é acusado de mentiras ou de postagem de propaganda enganosa as polêmicas podem ferir diretamente a honra deste. Esse tipo de discussão pode levá-lo a perder a posição de influenciador perante aos demais. A defesa dessa honra é fundamental para estabelecer o *status* do perfil. Pitt-Rivers (1988) apresenta a honra como um valor que se tem de si próprio, mas que também se espera ser reconhecido pela sociedade. De acordo com o autor:

“É a sua apreciação de quanto vale, da sua pretensão, a admissão pela sociedade da sua excelência, do seu direito a orgulho... .. A honra fornece, portanto, um nexo entre os ideais da sociedade e a reprodução destes no indivíduo através da sua aspiração de os personificar”. (1988, p.13/14)

Essa honra deve ser então reconhecida pelos outros, senão não passa de pretensão. Se não for legitimada pelo outro ela não tem valor, e pode ser até motivo de ironias, sendo vista

como vaidade e não valor. Para a *musa* defender sua honra é importante não só para manter a sua posição mas também para estabelecer essa posição. Uma vez que para ser considerada *musa* precisa ter um perfil que seja reconhecido como influenciador e não simplesmente se auto-intitular como um. Para que esse perfil seja percebido como tal é necessária a validação por parte dos seus *seguidores*, que esperam dela não apenas um mural de dicas e inspirações mas também uma postura ética e verdadeira.

Alguns usuários são extremamente críticos em relação ao *publipost* de um produto que não oferece o que diz prometer, ou ainda a postagem de algo que não lhes pareça aceitável. Assim, as *musas* são avaliadas frequentemente pelo que postam, e as suas intenções são também cobradas. Para muitos *seguidores*, seus propósitos devem ser desprovidos de interesse financeiro. Se fazem a publicidade de algum produto deve ser porque elas o aprovam e não simplesmente por estarem ganhando dinheiro para divulgá-lo. Segundo Pitt-Rivers (1988, p.18), “as intenções são todavia de extrema importância para o estabelecimento da honra porque demonstram o sentimento e carácter dos quais a honra, como conduta, deriva. Mostrar intenções menos honrosas é perder a honra, sejam quais forem os resultados”.

A postagem contestada pode levar ao perfil uma perda de confiança e, em decorrência disso, uma diminuição significativa de *seguidores*. Essa atitude pode ferir a sua honra e atingir a reputação que busca construir na rede social. A não indicação de uma publicidade em um determinado post pode causar problemas para quem publica, pois as seguidoras podem se sentir enganadas, uma vez que aquilo não é uma sugestão de um produto que a musa gosta e sim uma propaganda. Esses questionamentos fazem com que as usuárias afirmem que só divulgam aquilo que usam e aprovam, se negando a divulgar produtos nos quais não confiam. Dessa forma, tentam reafirmar que as seguidoras podem dar credibilidade às suas postagens. E que apesar de divulgarem produtos, não deixaram de se manter fiéis ao seu público, evitando que o mesmo se sinta enganado. Em uma ocasião, o perfil de Marcela Trentini postou uma propaganda de um produto chamado ‘Farinha Seca Barriga’, o mesmo havia sido condenado pela Anvisa⁴³; a postagem rendeu uma página de comentários repleta de críticas e acusações à dona do perfil. Foi necessário que a mesma postasse um texto na rede social e no *blog* com o intuito de explicar a sua publicação, buscando assim restabelecer a confiança que os *seguidores* tinham com ela até então.

As polêmicas não se restringem a questões de publicidade, em outros momentos, algumas tiveram que interferir no debate a fim de restaurar a ordem na página de comentários.

⁴³ANVISA – Agência nacional de vigilância sanitária

Pois como já abordado anteriormente, as próprias seguidoras que defendem a *musa* podem iniciar um debate acalorado com aqueles que não concordam com a postagem. No caso de Cristina Torquatto, a postagem de uma foto de uma tilápia como café da manhã foi responsável pela discussão sobre respeito à comida. Algumas *seguidoras* discutiram sobre comer peixe como café da manhã, e como aquilo seria um exagero (uma *seguidora* disse: “Nossa eu vomitava! Peixe de manhã?! Essa dieta veio braba hein?!”). A expressão ‘eca’ se referindo a repugnância a tal alimento na refeição matinal gerou uma discussão entre a usuária que postou a foto e algumas *seguidoras* que fizeram as declarações negativas. Na postagem seguinte, a *musa* buscou deixar claro que era preciso respeitar o seu espaço e as suas postagens. Com uma tela com fundo branco e escrito em negro a *hashtag* #VamosRespeitar. No texto logo abaixo falou sobre valores e respeito, reforçando que aquele era o seu espaço, aonde postava o seu estilo de vida e não obrigava ninguém a segui-la. Dessa forma, o perfil mostrou estar defendendo o seu espaço, as suas postagens e o seu estilo de vida. Protegendo assim a sua reputação, e não permitindo que outros usuários a ofendam ou a desestabilizem.

Este é o meu espaço.
Nele todos têm direito
de comentar, opinar e discutir.
Mas ninguém tem o direito de
agredir, ironizar ou xingar.

Vamos, por favor, respeitar
a casa alheia.

#respeito

Figura nº9: #respeito
Postado por Cristina Torquatto
Acessado em 28/05/2014

A defesa da reputação é de suma importância para a *musa*, pois será essa reputação que irá conferir valor ao permitir que o perfil permaneça entre os mais populares ou mais relevantes, dignos de serem usados como fontes de inspiração. Se faz necessário então zelar por essa reputação construída e pelos *seguidores* conquistados. Qualquer ameaça deve receber uma ação que a proteja ou minimize a sua afetação. A relação com os demais *seguidores* será decisiva para essa proteção, pois através da legitimização dos mesmos é que a *musa* se

estabelece como um perfil de alto valor, e estes *seguidores* fiéis serão responsáveis por ajudar a defender e manter a integridade desse perfil.



Figura nº11: Hatersgonnahate
Postado por Daniela Alves
Acessado em 08/03/2014

CAPÍTULO 3 - UMA FORMA DE CONSTRUIR CORPOS

“Liberdade sedutora esta de reinventar, com a ajuda da ciência e da técnica, as formas daquilo que já foi considerado a morada da alma, a sede do pecado, o sustentáculo da vida.” (Sant’Anna, 2014, p. 17)

Ao iniciar a pesquisa sobre as *musas do instafit*, o que primeiro despertou a minha atenção foi a busca dessas mulheres por um corpo *malhado*. E por algum tempo pensei que ele pudesse ser inspirado em algum modelo ideal, mas durante a qualificação, tanto a minha orientadora quanto a banca questionaram esse pensamento fechado em um modelo único. Ao me aprofundar no campo e observar como esses perfis manipulavam suas anatomias, percebi que não havia esse modelo e que esse corpo não poderia se resumir no singular. Esse corpo é construído e reconstruído a todo o momento. É plural e mutante. Carregado de subjetividades que influenciam a forma como esses indivíduos interagem com a sociedade dentro e fora dessa rede social.

Assim, entender as questões que são deflagradas a partir das elaborações anatômicas praticadas pelas chamadas *musas do instafit* é primordial para o debate que essa dissertação se propõe a fazer. Essas novas corporalidades que vem sendo fabricadas dentro desse ambiente intrigam e despertam o desejo de se pensar o que representam dentro dos estudos antropológicos de corpo. Nesse capítulo irei focar na construção do corpo através dos exercícios físicos, o que é chamado pelas *musas* de treino, e como os corpos são estruturados através dessas práticas.

O objetivo é discutir a construção corpórea mediada pela rede social Instagram. De que forma essa rede social, em um espaço *on-line*, permite e facilita que esses físicos sejam idealizados e edificados? Como a construção de um corpo musculoso pode influenciar na forma como essas *musas* desejam ser vistas e compreendidas? Que físicos são esses que recebem a denominação de corpos de *musa* e de corpos *sarados*? O que esses corpos passam a representar através das relações que os indivíduos exercem com ele e por meio dele? E como esses corpos adquirem valor ao serem remodelados? Essas são as questões que pretendo debater nesse capítulo.

3.1 Uma plataforma para manipular corpos

Para iniciar essa discussão é necessário compreender o que as *musas* procuram nessa rede social e quais ferramentas o Instagram disponibiliza que permitem e estimulam o seu uso para uma arquitetura do corpo. As observadas apontam com frequência, que um dos principais estímulos para a utilização dessa rede social é a busca por motivação e disciplina

para conquistar a anatomia desejada através de seus projetos. Arelado a essas atitudes parece haver um desejo de se auto monitorar, de se controlar utilizando as metas e objetivos traçados pelos próprios usuários, *personal trainers* e nutricionistas, como um plano estratégico a ser cumprido.

“Junto com a nova dieta fui fisgada pelo Instagram... .. A cada nova descoberta ou meta cumprida, morria de vontade de compartilhar com meus seguidores (como são chamados os participantes dessa rede). Não podemos negar que, quando se abre uma meta pessoal com outras pessoas, a coisa fica mais séria e o compromisso se torna maior; afinal, estão todos de olho em você.” (Beta Luna em depoimento no seu livro)

Para Courtine (2005, p.89), “a ideia de metamorfose é essencial ao *bodybuilding*: com ele, é possível um renascimento individual, que passa por uma forma de conversão corporal”. Pelas falas das pesquisadas, para realizar essa metamorfose, é necessário um investimento pessoal. Esse comprometimento precisa de dedicação, e essa vem através da busca pela motivação para manter a disciplina e obedecer algumas regras: realizar os exercícios de forma regrada, ter uma alimentação considerada saudável, dormir cedo, não sair com frequência a noite e não beber bebidas alcoólicas.

Para a auto motivação e manter as *seguidoras* também interessadas as *musas* postam suas rotinas, de modo que a constância de postagens as ajudem a criar hábitos pertencentes a um modo de vida que consideram saudável. Registrar e postar exercícios, refeições, participações em competições e eventos faz com que elas monitorem suas escolhas, como se documentassem as mesmas em um diário. Esses registros permitem também que possam analisar o cumprimento de metas, suas escolhas e a evolução de seus projetos. Nutricionistas e endocrinologistas indicam a seus pacientes que façam um diário com sua alimentação, com o mesmo objetivo. O Instagram viabiliza essa prática e ainda acrescenta a possibilidade de que os amigos ou desconhecidos participem desse controle.



Figura nº11: Motivação e hábito
 Postado por Marcia Porto.
 Acessado em 02/03/2014

Essa motivação pode vir intermediada por imagens, trechos de livros de autoajuda, mensagens ou citações. Isto mostra a preocupação desses usuários em estimular a si mesmos e seus *seguidores*. Existem perfis que são criados apenas para publicar mensagens desse tipo. O humor é presente em alguns, e as *musas* compartilham essas imagens que abordam temas diversos dentro das temáticas do *fitness*. Há os perfis que optam por frases de motivação, outros por citações de líderes espirituais (como Chico Xavier por exemplo), ou ainda postagens explicativas de exercícios e alimentação. Mas a proposta é manter o interesse e a disciplina nos projetos.

Uma das ferramentas do Instagram é a possibilidade de funcionar como um grupo de apoio em prol da conquista do corpo *sarado* e saudável. A rede de interação construída entre *seguidores* e *musas*, permite que ambos se motivem e se ajudem mutuamente. A *musa* oferecendo dicas e divulgando sua rotina e os *seguidores* incentivando através de *curtidas* e compartilhamentos. Foi em um texto de uma delas, Daniela Alves, que li o termo grupo de apoio relacionado a essa rede social pela primeira vez. E entendi que a relação apoio e motivação encontrava uma plataforma ideal que permitia uma atuação nesse sentido. Segundo Luz (2003), em seus estudos sobre saúde, a participação em grupos de apoio ou autoajuda seriam fatores positivos na busca pela recuperação da saúde ou melhora de qualidade de vida.

“Hj o Instagram se tornou uma espécie de grupo de apoio que estimula pessoas com objetivo comum de conquistar a boa forma com saúde!” (Daniela Alves, acessado em 14/04/2014)

“Se vc quer mto algo, faça! Saiba decidir o que é prioridade para vc. Nada vem de graça, não cai do céu. Se vc não lutar por algo nem vale a pena conquistar. Lembre-se que um corpo legal não aparece em dois meses, não é do dia pra noite. Exige esforço, dedicação, representa auto respeito e disciplina. Seja sua própria inspiração! Isso não é ser convencido, é se amar!” (Thata Bastos, acessado em 07/03/2015)

Para Courtine (2005), ao observar a sociedade norte americana sob a ética puritana, a exigência de disciplina está mais relacionada com o desejo de vencer e com o sucesso do que com uma necessidade de ordem. Malysse (2002), em seu trabalho sobre a corpolatria no Rio de Janeiro, apresenta uma influência da cultura estado unidense na maneira como os cariocas⁴⁴ interagem com seus corpos e espaços de culto a esse corpo, as academias. Assim, penso que a necessidade de manter essa autodisciplina, através da rede social, envolve o desejo de concretização do projeto de metamorfose do corpo e das recompensas que essa transformação proporcionará.

A superação dos limites e a busca de mais vitalidade e autonomia faz parte da análise de Luz (2003) sobre a relação dos indivíduos com a saúde. Os professores de educação física e instrutores são os principais impulsionadores dos alunos na busca por ultrapassar suas limitações e conquistar mais resistência, fôlego e vitalidade, acompanhados de um corpo que acreditam ser saudável. De acordo com a autora (2003, p.14), “essa continua busca de superação individual representa ao mesmo tempo, uma disciplina e uma competição cotidiana do indivíduo consigo próprio,[...]”. Vencer a si mesma é o caminho para derrotar os velhos hábitos, criando novos, considerados mais saudáveis. A disciplina está relacionada com esse desejo de vitória pessoal. É a moeda de troca, para se conquistar o que se almeja é preciso ser disciplinado. E todas as dificuldades que possam aparecer no processo devem ser combatidas e ultrapassadas. Entretanto, é importante ressaltar que esse modelo de saúde é idealizado uma vez que, em busca desses corpos muitos exageros são realizados. Esses excessos são responsáveis por provocar doenças e até mesmo a morte de alguns praticantes.

⁴⁴ Em Malysse (2002) o uso da palavra carioca aponta uma generalização indevida do autor, uma vez que nem todas as cariocas esculpem seus corpos em academias de ginástica.

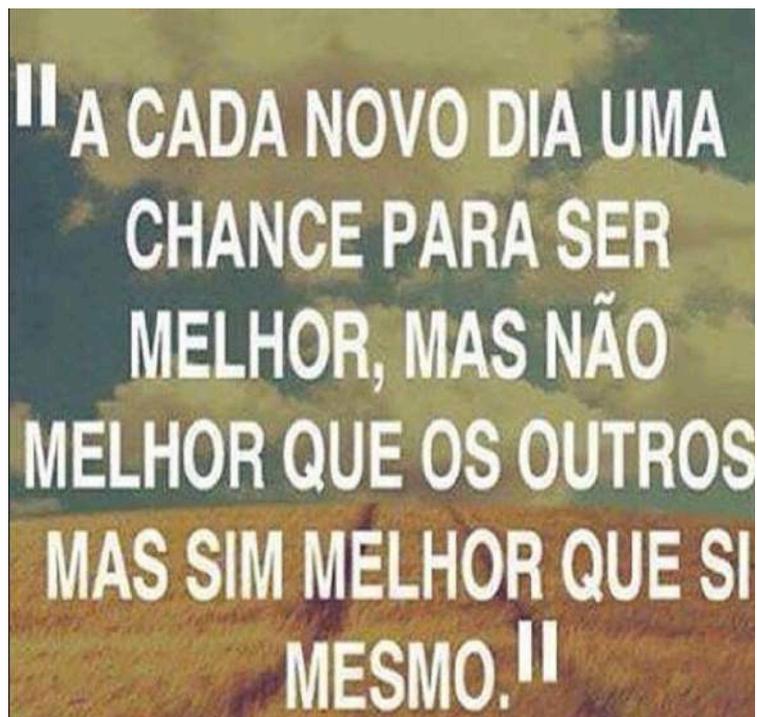


Figura nº12: Vencer a si mesmo
 Postado por Fabiana Duna.
 Acessado em 28/01/2015

A vigília de seus seguidores proporciona que suas realizações sejam acompanhadas por um público que torce e incita a busca pelo atingimento dessas metas. A falha nessa trajetória ou a divulgação de resultados manipulados pode colocar em risco toda uma reputação conquistada nesse ambiente e, assim, a validação da auto representação construída. Mas é o corpo que carregará a prova física de toda essa conquista. Ele é a confirmação de que o estilo de vida e as mudanças atreladas a ele podem proporcionar uma recompensa para aquele que se propuser a adotar para si algumas das práticas e técnicas expostas pelos perfis.

“Aliás, um dos maiores motivos de colocar meus treinos e minhas fotos no Instagram é mostrar às pessoas que é possível, sim, ter um corpo definido treinando duro e seguindo uma dieta alimentar.” (Bia Tortori em entrevista para revista Women Health)⁴⁵

“A melhor notícia é que o corpo que conquistei vem se desenhando há pouco mais de um ano, quando decidi mudar de vez meu estilo de vida. Sim, meu corpo ‘responde’ bem depressa às minhas demandas[...]” (Marcela Trentini em depoimento no seu livro)

“Esse treino realmente funciona. A barriga, resultado de todo meu empenho, está dando orgulho!” (Teca Martins em entrevista para revista Boa Forma)⁴⁶

“É notável através das minhas fotos a minha paixão por braços definidos #amo. E não é nada fácil para conseguir como algumas mulheres acham que se treinarem com pesinhos de 3 kg ficaram com braços enormes e masculinos. Puro engano, só alimentação e treino pesado para se conseguir definição e leva um bom tempo.

⁴⁵ Matéria publicada na revista Women’s Health do mês de março de 2014 da Editora Abril

⁴⁶ Matéria publicada na revista Boa Forma do mês de março de 2014 da Editora Abril

Então se seu objetivo é ter braços firmes que não balancem quando você for dar tchauzinho, a minha dica é: treine da mesma forma que você treinaria perna...” (Daniela Alves postado em 18 de dezembro de 2014)

Mas para compreender a forma de atuação dessa plataforma e o seu uso para um monitoramento de si, é necessário entender primeiro a relação dos indivíduos com seus corpos. É preciso pensar também em como chegamos a um momento, aonde corpos têm a sua construção vigiada e avaliada em um ambiente *on-line*. E de que forma esses usuários reagem a agência dessa rede, recriando seus corpos continuamente.

Na abertura do livro *Políticas do Corpo*, Sant’Anna (2005, p. 12), apresenta o corpo como “lugar da biologia, das expressões psicológicas, dos receios e fantasmas culturais, o corpo é uma palavra polissêmica, uma realidade multifacetada e, sobretudo, um objeto histórico”. Assim, mostrando que uma leitura dos corpos pode nos levar a uma compreensão cultural e social de épocas, povos e da sociedade.

É certo que não existe um modelo único, não existe um estilo que simbolize todo um período histórico, mas algumas características podem representar uma determinada fase. A autora (2005, p. 12) segue dizendo, que “o corpo é uma memória mutante das leis e dos códigos de cada cultura, registro das soluções e dos limites científicos e tecnológicos de cada época, o corpo não cessa de ser (re)fabricado ao longo do tempo”. Pontuando que o corpo é um mapa de significados, ele traz toda uma carga do histórico do que foi empenhado e atuado sobre ele. Assim as tecnologias que foram utilizadas, os conhecimentos de cuidados de higiene e de manutenção desse corpo, os ideais de beleza disponíveis e por muitas vezes impostos, vão deixando marcas que permitem compreender em que contexto aquele corpo estava inserido.

A própria moda de vestuário, também pode deixar suas evidências alterando e modificando esse corpo não só externamente como também diretamente nele. Lembro que nos anos 90 quando as calças de cintura baixa (cós na altura dos quadris) tomaram o lugar das calças aonde o cós se localizava na área da cintura, minha mãe disse para não usar esse modelo de calça. Segundo ela, o seu corpo e de muitas mulheres de sua geração haviam sido deformados pelo uso dessa modelagem, pois como a calça não exercia mais pressão sobre a barriga e a cintura, a postura se tornava relaxada, criando assim uma barriga mais saliente e uma cintura mais grossa. Isso chamou a minha atenção na época, mas não impediu que eu usasse as calças chamadas de Saint Tropez, e que foram cada vez mais tendo o gancho encurtado e a cintura mais baixa. Para saber se realmente isso alterou os corpos seria preciso fazer uma pesquisa mais profunda, mas se observarmos os corpos de diferentes épocas é

possível perceber que apresentam formas também relacionadas ao vestuário da época. Os corpos femininos dos anos 30, 40 e 50 tinham uma cintura muito marcada (cada época com suas particularidades), diferente dos corpos dos anos 70, por exemplo, época em que as calças de cintura baixa também eram populares.

O corpo então é produzido a partir das técnicas, códigos e condutas disponíveis em cada período. A moda e os ideais de beleza são relevantes, mas não são os únicos a influenciar a construção dos corpos, pois além da tecnologia vigente, estes passam também pela agência dos próprios indivíduos que atuam na forma como querem ser vistos e percebidos. O corpo é um espaço para se pensar sobre a relação dos indivíduos consigo mesmos e com a sociedade. Para Sant'Anna:

“Estudar, por exemplo, as atividades e os instrumentos criados ao longo dos séculos como o intuito de endireitar o corpo segundo o suceder das normas médicas e dos códigos de elegância, é compreender a historicidade não apenas do corpo, mas também dos valores a ele atribuídos.” (2005, p.14/15),

A medicina, por muito tempo, se encarregou de endireitar o corpo, de torna-lo belo, ou correto. Os espartilhos, por exemplo, foram usados como método medicinal para corrigir a postura, não apenas como forma de construir um desenho feminino de corpo que atendia a moda de uma época. Ele era um aparelho corretor, que buscava manipular o corpo de forma que esse correspondesse à ideia de um corpo saudável, ou belo. Eles tinham a função de modelar a anatomia, evitando que essas se deformassem. Vigarello (2005) apresenta um à discussão sobre esses aparelhos corretores, entre eles o espartilho, e como era esperado que esse tipo de aparelhagem agisse sob o corpo de forma a corrigi-lo e molda-lo. O autor (2005, p.21) diz que, “formas e figuras são então esperadas, resultantes de forças estranhas capazes de apertar tiranicamente as morfologias”. O corpo era apertado, reposicionado, deslocado de forma a atingir uma forma e postura dignas de sustenta-lo atendendo também a um desejo de se restituir uma estética almejada. A ideia é que esses aparelhos ‘ajustem e aliviem’. Eram compreendidos com objetivos ortopédicos, médicos, mas segundo o autor eram também pedagógicos, pois buscavam orientar e firmar a postura, fixando-a, como se essa estivesse sendo educada a se portar e se apresentar de forma distinta do que era. A postura conferida pelos aparelhos corretores significava então um símbolo de pertencimento, era uma forma da nobreza se destacar e característicos de uma classe social. Essa particularidade de usar um instrumento para agir sobre o corpo começa a assumir novas técnicas a partir da segunda metade do século XVIII. Segundo Vigarello:

“Uma categorização nova discriminará desvios de origem ‘exclusivamente’ muscular. Relaxamentos deploráveis ou dissimetrias adquiridas por exercícios ganham um lugar bastante específico. Não menos específico será o tratamento

proposto a seu respeito: agora se deseja o trabalho através da imobilidade, a compensação ‘atléctica’ e não o encerramento do corpo no molde ou sua sustentação pelo tutor. A uma modificação das áreas patológicas parecem corresponder possibilidades inéditas de cura: certos desvios não serão mais entregues ao trabalho de bloqueio feito pelos aparelhos fixadores, mas sim aos deslocamentos variados de movimentos declaradamente reforçadores.” (2005, p.28/29)

Agora não é mais o corpo que sofre a pressão derivada dos aparelhos, e sim o próprio corpo que exerce essa pressão. Novos aparelhos surgem para atender a esse anseio de corrigir o corpo, de adequá-lo a conceitos de saúde e beleza. “Bastões, pesos, sistemas diversos de suspensões ou de apoios, utensílios especializados, supostamente capazes tanto de promover quanto de guiar as forças” (Vigarello, 2005, p.31). Os aparelhos corretores, como os espartilhos, tornam-se estigmatizados relacionados à rigidez e afetação, garantindo uma postura antiquada, sendo então desvalorizada. Na nova cultura do corpo espera-se que as pessoas sigam os códigos de higiene. Há um afastamento das regras impostas pela nobreza e uma busca da burguesia por um estilo novo, o que Vigarello chama de “assinalar sua originalidade numa higiene dos comportamentos” (2005, p.34). A mudança então de aparelhos que exercem força a aparelhos que exercem resistência ao corpo demonstra não uma simples mudança de instrumentos, mas também de propósitos e conceitos.

“Aqui se medem e crescem os dinamismos, calculam-se programas, comparam-se e divulgam-se progressos, como se vigores novos tivessem que provar sua potência e seu poder” (Vigarello, 2005, p.34).

Essa reconstrução do corpo com a intenção de corrigir ou adequar a uma ideia de saúde, estética ou beleza está presente nos discursos e nas postagens das *musas*. Através dos exercícios físicos elas buscam modelar esse corpo de forma que ele se transforme no que acreditam ser um corpo sarado ou saudável. Esse modelo não é fixo, ele se transforma constantemente, pois a cada meta atingida os projetos podem mudar, ir para outro modelo ou ainda retornar a um corpo que já se teve algum dia. É como se estivessem testando seus corpos, os limites dele, mas também seus próprios conceitos e valores. Um corpo mais forte e musculoso, ou um corpo mais magro e ‘seco’ (o que significa pouca gordura e sem muitos músculos aparentes), tudo é possível, desde que haja metas, objetivos traçados e muita disciplina. Elas deixam claro que se trata de um projeto, com todas as etapas pensadas e estruturadas.

“Cara de sono? Vai assim mesmo... O importante é a disciplina, a constância, o equilíbrio!!! Encaixe pelo menos @30tododia na sua rotina!” (postado por Mariana Din)

“Desde o início eu estabeleci pequenas metas de eliminação, para não desanimar. Meu primeiro passo foi sair dos 75.9kg e chegar nos 70kg, depois nos 68 kg, ai 65 kg.. Até que cheguei a pesar 58 kg (hoje estou com 63 kg). Vocês também pensam

assim? #antesedepois#transformação#vidasaudável#magrelalifestyle” (Daniela Alves postado em 16 de maio 2015)

“Estou começando a me empolgar de novo, dieta mais apertada mas nada restritiva, apenas o mesmo plano de sempre, porém, com mais disciplina!!! Foto da noite, quero tirar uma quando acordo pra ver os resultados ainda melhores!!!” (Fabiana Duna postado em 29 de abril de 2015)

O Instagram permite ser utilizado como espaço de exposição, mas também de comprometimento. Postar diariamente os treinos e a alimentação faz com que essa disciplina seja documentada, monitorada e avaliada. As metas são acompanhadas e os resultados celebrados em conjunto com o público. É uma forma de regulação e controle de si mesmo. A modificação do corpo seria também uma oportunidade de se tentar controlar o que foge ao domínio, ter uma ideia de que através da manipulação do corpo a vida também pode ser controlada, “indo atrás de um modelo que a personifique e com a qual se identifique” (Malysse, 2002, p. 96).

A ideia de controle também aparece no trabalho de Novaes (2011, p. 483), quando esta discute “a perspectiva de identificação com uma imagem totalizante, idealizada e controlada está, aparentemente, na origem do tratamento que alguns de nossos contemporâneos, em resposta, impõem a seus corpos”. Aqui mais um aspecto facilitador dessa rede social aparece, pois uma vez que o controle ou monitoramento diário, através das postagens das fotos, é possível criar uma falsa sensação de se estar no domínio. Poder manipular o corpo e receber como prêmio de seu próprio esforço a construção de uma anatomia idealizada, fornece ao usuário do perfil uma percepção de que são os responsáveis não só pela forma como são vistos mas também na condução de seus objetivos pessoais e de suas vidas.

Novaes (2011) argumenta também que a ânsia das mulheres em gerir o próprio corpo, encontrou, nos anos 70, força e voz através dos movimentos feministas em discursos a favor do aborto e pelos direitos homossexuais. O corpo, então em busca de liberdade, torna-se ‘lugar de soberania do sujeito’. É por intermédio dele que o sujeito irá demonstrar seus valores, seus direitos e seu modo de pensar. A anatomia é o espaço para carregar e defender a identidade; escolhida e construída por si mesmo.

“Dentro dessa lógica, o traço corporal traduz a independência do indivíduo em relação ao social, ao mesmo tempo a vontade de dispor de seu corpo como bem entender e de afirmá-lo como uma ‘identidade escolhida’. Isso é acompanhado de outra característica: o fato de que o sujeito moderno vive na civilização do instantâneo.

[...]Tudo deve ser visto, dito e compartilhado. Simultaneamente, imprime nele as marcas que o distinguem tanto cultural quanto socialmente, por meio de seus adornos e símbolos”. (Novaes, 2011, p.483)

Ortega (2003) discute as práticas ascéticas como impulsionadoras de processos de subjetivação. Os procedimentos para cuidados e manipulação corporais seriam influenciadores na criação de bioidentidades, e essas seriam responsáveis por “deslocar para a exterioridade o modelo intimista de construção de si”.

“As práticas ascéticas implicam em processos de subjetivação. As modernas asceses corporais, as bioasceses, reproduzem no foco subjetivo as regras da biossociabilidade, enfatizando-se os procedimentos de cuidados corporais, médicos, higiênicos e estéticos na construção das identidades pessoais, das bioidentidades. Trata-se da formação de um sujeito que se autocontrola, autovigia e autogoverna. Uma característica fundamental dessa atividade é a autoperitagem. O eu que se pericia tem no corpo e no ato de se periciar a fonte básica de sua identidade.”(Ortega, 2003, p. 64)

As transformações corpóreas seriam uma forma de buscar uma distinção, uma marca pessoal singular que os destacasse dentre os demais; segundo Ortega (2003), “uma singularidade que se define mais corporalmente do que psiquicamente”. Através dessas constantes mudanças, tentativas de se conquistar um corpo sarado ou saudável, é desencadeado um processo de subjetivação, na qual o corpo que se tem não é mais suficiente e se faz necessário iniciar uma construção de uma nova anatomia, que agora se adequa ao que se deseja expor e de como se quer representar. Para se atingir o corpo idealizado, ou atingir o melhor que se pode de si mesmo, inicia-se um processo de auto vigia e auto controle, no qual o sujeito deve ser responsável por suas escolhas e conquistas. Essa forma de cuidar de si, e de construir uma identidade a partir disso se realiza por uma ‘série de recursos reflexivos’. Ortega chama de reflexividade “o processo de taxação contínua de informação e peritagem sobre nós mesmos. Não só o *self*, mas principalmente o corpo, aparece marcado pela reflexividade” (2003, p. 64). Os exercícios físicos e a dieta alimentar adotadas pelas *musas* são exemplos de como essas práticas refletem a forma como essas pessoas escolheram viver e comunicar seus hábitos e construir suas identidades.

A rede social como plataforma de construção desse ‘processo de reflexividade corporal’ (Ortega, 2003), é um campo que disponibiliza espaço para toda essa ação e autogoverno. Nela, o processo de substituição de uma identidade por outra, via a construção não somente de um novo corpo, mas de todo um estilo de vida, é todo regulado e ainda amplia o ambiente para as novas subjetividades que serão desenvolvidas por intermédio das práticas ascéticas. A busca pelo estilo de vida saudável, que garanta um corpo *sarado*, proporciona uma série de adoções de novos hábitos e negações ou abandonos de outros que podiam gerar prazer e satisfação, mas que não atendiam aos resultados desejados pelos projetos adotados.

Moraes (2011) discute não só a medicina, mas também a mídia e as políticas públicas como territórios de ‘configuração dos corpos’. Não excluindo a agência dos próprios atores sociais, estes são impactados pelos agentes em questão, mas também exercem suas interpretações e reações diante do que lhes é exposto. É essa reação, ou ‘reflexão’ como chama a autora, que iniciará o ‘processo de construção de subjetividades individuais’, entendido como “o conjunto de modos de percepção, afeto, pensamento, desejo, medo e assim por diante que animam os sujeitos atuantes” (Moraes, 2011, p 439/440). O corpo será o ambiente de construção da percepção de si, aonde as subjetividades serão edificadas pelas formas como o sujeito irá se relacionar com e por meio desse corpo.

Malysse (2002, p. 86) também destaca a importância do corpo como meio para construção de identidades. Em sua pesquisa sobre a corpolatria carioca destaca que identificou que “a visão do corpo do outro influenciava a percepção que cada indivíduo tinha de seu próprio corpo”. O autor propõe em um questionamento o corpo do outro como “pérola de ensinamento”. É interessante pensar nesse ponto de vista em relação ao Instagram, pois essa rede propõe uma pedagogia desse corpo. É observando, *curtindo* (ou não), comentando que os *seguidores* validam o corpo da *musa* tanto para a dona do perfil, quanto para si mesmos. Essa rede social permite que esses usuários a utilizem como ferramenta de disseminação de informação, compartilhamento de conhecimentos e exposição do passo a passo para se atingir os objetivos almejados, que são construídos coletivamente, tal como os corpos. Os usuários aproveitam então para aprender, discutir e executar de forma que não copiam, mas elaboram modelos particulares a partir do que recebem por intermédio das postagens.

A postagem e o compartilhamento de publicações de médicos, nutricionistas e *personal trainers* no Instagram, nos perfis das *musas*, parece ter a intenção de fundamentar seus projetos, uma vez que são constantemente questionadas por não serem profissionais graduados ou certificados para indicar como os treinos devem ser feitos e que alimentação pode ser mais indicada como saudável ou para se atingir as metas desejadas. Não há uma unanimidade nas questões postadas, cada profissional acompanha uma linha de pesquisa e de conhecimento. Uns preferem determinados exercícios, acreditam que os resultados gerados serão mais eficientes para a construção do que consideram um corpo *sarado*, enquanto outros são defensores de outras técnicas. Assim como a alimentação também é motivo de muita discussão e debate. A propagação de técnicas diferentes é arena para acaloradas manifestações e enfrentamentos entre os perfis. Especialmente aqueles que são mais radicais em relação ao que professam. Os profissionais da área recebem então a alcunha de #team

(time em inglês). Como se naquele momento quem posta não está só, faz parte de um time, mas apresenta também uma característica de disputa, uma vez que fazer parte de um time pode colocá-lo em face de combate com outro time. É uma forma de manifestar que aquele usuário segue e defende a linha de treinamento de determinado *personal trainer* ou nutricionista. O papel desses dois profissionais é de grande importância para a construção dos corpos *sarados* das *musas*. Mas as publicações explicativas sobre treinos e alimentação mostram atuações significativas desses papéis que são apoiadores e sustentadores dos projetos de *musa*.

Em uma matéria publicada na revista Elle de setembro de 2013, a antropóloga Mirian Goldenberg fala sobre a pressão que as mulheres no Brasil sofrem com o objetivo de manter o corpo jovem e belo. Também expõe uma visão sobre as *musas do instafit*.

“A internet se tornou um veículo fundamental para esse público e esse interesse. Ela responde a algo que já existia e que era suprido de outras formas nas revistas de beleza e nas histórias de pessoas famosas, ou seja, fontes de imitação com prestígio de poder. Essas meninas são outro tipo de modelo. São aquelas que conseguiram o que você quer...”. (Mirian Goldenberg, revista Elle, setembro de 2013)⁴⁷

Assim, os perfis seriam fontes de inspiração para as *seguidoras* que se esmeram em copiar os hábitos dessas mulheres, que querem alcançar o que as *musas* conseguiram. Mirian fala sobre uma imitação (citando Mauss) que aconteceria por parte daquelas que acompanham os perfis. Essas não só imitariam mas aproveitariam para aprender com as *musas*, que como já comentado, utilizam da credibilidade de profissionais como professores, médicos e nutricionistas para postar informações baseadas em dados científicos. O Instagram permitiria ser então uma plataforma de aprendizagem, um espaço para educar e também ser educado.

A academia de ginástica, assim como Malysse (2002) discute, é apresentada como um espaço de aprendizagem, um local aonde o corpo é educado. Essa rede social, que é usada como meio para a publicização desse estilo de vida saudável, também é percebida como local para educar esse corpo. Através das postagens, em especial as mais explicativas, as *musas* exercem uma transmissão de hábitos e subjetividades.

Wacquant (2002, p.120) em seu trabalho sobre boxe, discorre sobre uma pedagogia implícita que existe nesse tipo de luta e na preparação que acontece de “forma gestual, visual e mimética, sob o custo de uma manipulação regulada do corpo que somatiza o saber coletivo detido e exibido pelos membros do clube”. No pugilismo se aprende a boxear na própria luta.

⁴⁷ Matéria “Beleza é fundamental? Blogueiras *fitness* transformam a obsessão pelo corpo em um novo estilo de vida” por Mariana Payno. Publicada na Revista Elle, edição 304, ano 26, setembro de 2013.

Não nos livros, mas na ação. É um método não codificado, e se assimila fazendo, observando e copiando o outro. As etapas de ensino não são organizadas e não há normas explícitas. É então uma pedagogia implícita que não expõe claramente seu processo. E também é coletiva pois acontece em grupo, e depende da existência do outro como fonte de inspiração, emulação e encorajamento.

No caso das *musas* essa pedagogia acontece de forma explícita. As postagens são muitas vezes bem explicativas com intenção de instruir. Elas falam sobre como executar o exercício, que dieta seguir, receitas com passo a passo, treinos detalhados, e ainda abordam os benefícios que essas práticas podem gerar. Mesmo que a intenção de educar os *seguidores* não seja muitas vezes declarada, com algumas deixando claro que aquelas práticas são direcionadas para elas e que quem as segue deve procurar instrutores que avaliem caso a caso, a forma como as publicações são feitas passam uma pedagogia de educação do corpo.

“Bom dia!! Dica de exercício show do @... para a @boaforma! O agachamento unilateral pistol é ótimo para trabalhar os membros inferiores. E, realizado com a ajuda da fita de suspensão, o movimento fica mais perfeito e seguro. "O esforço deve estar concentrado nas pernas para trabalhar a força dos glúteos, do quadríceps e do posterior de coxa", explica [...] Como esse exercício exige flexibilidade e coordenação corporal, é indicado para quem tem pelo menos nível intermediário de condicionamento. Como fazer: Em pé, mãos segurando as manoplas à frente, braços e pernas estendidos e abdômen contraído. Flexione um joelho enquanto mantém o outro estendido à frente do corpo. Agache até formar um ângulo de 90 graus com a perna dobrada - ou mais, se puder. Os quadris devem ir para trás, e os joelhos e os pés apontar para a frente o tempo todo, concentrando o peso no calcanhar. sugere 1 série de 10 a 15 repetições com cada perna.#workout#trx#saude” (Beta Luna, Acessado em 07/07/2015)

“#Repost do ig@asmelhores_dicas c/ mais uma super dica. **** Os melhores exercícios para glúteos, são diferentes do que as mulheres imaginam. Não é necessário fazer vários exercícios com pesinhos para atingir este grupo muscular, muito pelo contrário, isto pode estar atrasando os resultados que você deseja. Eles, precisam de uma sobrecarga para crescerem, e isto não é possível realizando 10 exercícios específicos para glúteos com baixa carga e várias vezes na semana. Para obter os melhores resultados, precisamos focar em exercícios que atingem vários grupos musculares ao mesmo tempo, com poucas repetições (6 a 8) e cargas progressivamente mais altas e dar tempo suficiente para o músculo recuperar e crescer. Alguns exercícios para glúteos: 1 - Agachamento - uma mulher que agacha pesado, tem os glúteos bem desenvolvidos, agachamento não é só o melhor exercício para as pernas, ele também usa os glúteos. 2 - Passada - além de recrutar o quadríceps, também atinge os glúteos de maneira significativa, apenas tenha certeza que esta executando ele com a amplitude completa de movimento. ***3 - Elevação pélvica - pode ser mais uma arma no ganho muscular de glúteos, gerando variação de estímulo e isolando a musculatura 4 - Stiff o stiff - é essencial para atingir a cadeia posterior e como também usa os glúteos como os principais auxiliares, são uma ótima escolha de exercício para incorporar o treino. Antes de fazer qualquer exercício, procure uma orientação profissional (educador físico). *** para atender aos educadores físicos, coloquei elevação pélvica como uma opção, boa opção na minha concepção, mas como sabemos existem princípios de individualidade, talvez não seja bom a todos, ou tão eficaz. #creditos@drrodolfoferrari#dicas#saude#treino#gluteos#resultados#gym#tips” (Postado por Marcia Porto. Acessado em 07/07/2015)



Figura nº13: Pedagogia Explícita (imagem de vídeo)
 Postado por Daniela Alves.
 Acessado em em 28/02/2014

Executar tudo que é postado sem acompanhamento atento de um profissional de educação física pode levar a lesões e sérios danos a saúde. E como as *musas* são constantemente criticadas por darem “dicas”, as mesmas se preocupam em falar para as *seguidoras* para que não as copiem, que devem buscar orientação própria. Mesmo assim essa rede social é ironizada em postagens nas quais aparecem frases que afirmam que nessa rede todos são nutricionistas e *personal trainers*, exatamente pela intensa propagação de *posts* com essas indicações.

O Instagram é palco para essa pedagogia por possuir ferramentas que facilitam essas postagens de dicas e ensinamentos. As fotos foram as primeiras que exerceram esse papel, podendo vir acompanhadas de texto ou não. Mas a entrada do vídeos proporcionou a intensificação dessas publicações, pois podiam postar qual a forma correta de se exercitar, ou uma receita rápida. Os comentários permitem que exista a troca entre perfis e *seguidores*, e é comum que nesse espaço as que acompanham a *musa* aproveitem para fazer perguntas e tirar dúvidas, solicitar que determinados temas sejam debatidos, e até mesmo mostrar as desaprovações. Quase uma sala de aula *on-line*.

A troca com as *seguidoras* é fundamental para o projeto de *musa*, pois é a partir desse contato e da interação que acontece entre elas que o projeto é realizado e pode ganhar alterações e validações. Para Malysse (2002, p.116), “A maior parte das normas da aparência

passa pelo olhar do outro, um olhar que julga e às vezes até aponta para a parte da anatomia na qual devem se concentrar os esforços de malhação, de modificação, de criação”.

A participação intensa do outro nessa rede é parte fundamental do interesse dos usuários em ter um perfil ativo. As postagens são feitas com a expectativa de retorno daquele que vê. As *curtidas* são contabilizadas e mostram o quanto aquela publicação agradou e conquistou fãs. Por isso a falta de retorno gera frustração daquele que se exhibe. O usuário quer saber se agradou ou não, e por mais que diga que não se importa com a opinião do outro, acaba respondendo as críticas ou pedindo respeito quando é atacado.

“Exibir-se é também colocar o outro na posição de *voyeur*. A estratégia de exibição consiste em obrigar o outro a considerar fascinantes a sua atitude, seu discurso, seu sistema de referência. A exibição voluntária consiste em uma violação do simbólico que permite expor sua posição de destaque por meio de indícios públicos, de construções imponentes, de marcas pessoais, de modos de vida sofisticados que renovam seu status privilegiado. A exibição voluntária associa frequentemente seu impacto às modalidades de propagação (criação de um lugar de culto, transmissão de imagens, comércio de longo prazo, costumes mundanos, publicidade litúrgica.)”
(Gauthier 1996, apud, Malysse, 2002, p. 133)

As postagens com intenção de ensinar ou validar uma linha de pensamento e defesa em relação ao que se considera saudável, pretendem orientar os *seguidores*. Mas estes, assim como as próprias *musas*, criam, escolhem e elaboram suas próprias linhas, ou seus modelos. Através do conhecimento compartilhado na rede, e adquirido fora dela, é possível perceber que nenhum perfil é igual ao outro. Existem pontos de divergência que possivelmente foram construídos a partir da própria agência dos atores, da forma como eles interpretaram aquelas informações e decidiram adotar para si.

As postagens do antes e depois são comuns nos perfis pesquisados. Geralmente comparam a imagem inicial da usuária, antes de iniciar o projeto de construção de corpo, com a foto atual, depois de já ter conseguido resultado com as novas práticas. É comum que as fotos do antes apresentem corpos com mais gordura e flacidez. O corpo inicial aparenta um momento do auge de inconformidade do sujeito com a sua representação corpórea. Quanto maior a transformação, mais os seguidores se sentirão interessados em acompanhar o perfil e o identificarão como um perfil de valor. Assim a transformação do corpo obeso em corpo *sarado*, é a prova de que todos os objetivos foram atingidos, e que agora não só um novo corpo se glorifica, mas também as trajetórias de vida são renovadas e ganham destaque. O novo corpo proporciona vantagens diante do corpo anterior. As *seguidoras* comentam muitas vezes que nem parecem a mesma pessoa, é como se tornassem pessoas diferentes, adquirissem nova identidade.



Figura nº14: Antes e Depois
 Postado por Daniela Alves
 Acessado em 19/07/2015

Através dessas postagens é possível compreender que essa rede social oferece uma série de artifícios que torna propício usá-la como forma de exposição para a concretização de um projeto. As fotos de antes e depois são a comprovação de todo empenho dedicado. Mostram que a trajetória traz recompensas. Carregam em si a motivação pela qual dizem utilizar essa rede, confirmam que venceram a si mesmas com a disciplina empenhada e que o corpo anterior foi controlado e educado.

3.2. Corpos de homem e corpos de mulher

Os corpos construídos pelas *musas* propõem novas representações para as anatomias reconhecidas como femininas. Através da adoção de técnicas rigorosas que costumam ser identificadas como práticas utilizadas por atletas profissionais, as observadas nesse trabalho se empenham em criar físicos que se distanciam do ideal de corpo frágil e delicado geralmente relacionado à estética de feminilidade.

Em seus discursos, adotam com frequência o linguajar usado por esportistas: ela não *malha* ou se exercita, ela *treina*, e procura deixar isso explícito em suas falas. O mesmo acontece com a alimentação, a qual se refere como dieta. O treino é essencial para a construção desses novos corpos que as musas fazem questão de reforçar nas postagens de fotos ou textos, que são fortes. Fortes não no sentido de gordos, mas de musculosos. Podem até ser magros, porém envergam uma musculatura destacada.

“Não quero ser mais bela que a Barbie. Quero ser mais forte que o Ken!!!
#urbangymbr (Luli Gouveia, postado em 23/12/2014)

“Academia vazia \o/ todo mundo comemorando a vitória do Brasil e eu vim treinar! Amo e faz falta se não venho, treininho nada leve de pernas e abs hoje, tô moída, mas feliz ao subir na balança e estar pesando 60 kg...” (Daniela Alves, postado em 23/06/2014)

“Ultimo treino antes de vir. Eu tenho muito muito muito o que falar dessa preparação. Mas não agora pq ainda estou nela. Só acaba quando termina. Mas uma coisa é fato: mais forte que eu são aqueles que estão ao meu lado me apoiando, motivando, inspirando e suportando todas as minhas "sequeladas", ansiedades, pitis, paranoias, ausências, falta de paciência e o comportamento focado que pode ser extremamente chato para quem não vive, não entende esse esporte. Mais forte do que eu é a 'Brenda' que lá atrás decidiu passar por isso tudo ... E eu sou grata por ela ter decidido por isso.” (Brenda Paiva, postado em 27/05/2014)

Observando essas imagens postadas e as falas digitadas nos textos ou comentários, os modelos atléticos são referências constantes. Veias saltadas são comemoradas com publicações que pretendem enaltecer esses novos corpos como belos, poses com flexões dos músculos do bíceps aparecem para comprovar a conquista dos objetivos, e a barriga tanquinho, até então, atributo característico de homens *sarados*, aparece como o novo objeto de desejo.



Figura nº15: Veia saltada
Postado por Cristina Torquatto
Acessado em 20/11/2013

Para compreender o que esses novos corpos carregam como representações e de que forma essas mulheres estão recriando o que se pode compreender como novos corpos femininos, proponho uma discussão sobre corpos de homem e corpos de mulher, a partir de uma comparação entre os corpos dos praticantes de *body-building* e os corpos das *musas do instafit*.

Ao iniciar a reflexão sobre o que são considerados corpos masculinos e femininos, apresento o conceito de corpo como instrumento de trabalho por Bercito (2011) no texto que aborda as relações dos trabalhadores e seus corpos (corpos-máquina) na produção industrial em São Paulo nas décadas de 30 e 40. Pretendo através dele mostrar um retrato histórico dessa dualidade entre os corpos femininos e masculinos e como eram compreendidos para essa atuação. Segundo a autora (2011, p.374), “o corpo foi o primeiro instrumento de trabalho e de produção do homem. A força muscular, a destreza e a habilidade nos movimentos marcaram seu confronto com a natureza, e a capacidade de produzir alimentos e riquezas”. A busca pela subsistência fez com que o corpo fosse sendo moldado para proporcionar meios de garantir a vida e a aquisição de posses. Nesse contexto, o corpo é um instrumento para prover essa sobrevivência, e deve agir de forma a se adaptar às mudanças e às demandas de cada época.

Com a industrialização, o corpo passou a assumir o papel de produção de trabalho. Não que ele não tivesse tido um desempenho como trabalhador no campo, a diferença é que agora ele é mão de obra, é percebido como força de trabalho industrial, operária. E para produzir esse trabalho, seus gestos deveriam ser adequados, obedecer a um ritmo, seu comportamento deveria ser moldado, para que pudesse atingir o máximo de produtividade e rendimento. O corpo do homem passa a ser comparado com a máquina que ele mesmo maneja no dia a dia da fábrica. Deve ser uma extensão dessas para oferecer precisão, exatidão e produção em massa.

Courtine (2005, p. 93), em sua discussão sobre o *body-building* e o puritanismo na cultura americana propõe que “o pensamento puritano desempenhava um papel central na construção dessa sociedade. Ele contribui para incluir o cuidado com o corpo entre as obrigações morais, à maneira de um dever cristão”. Assim, frente as transformações que a ciência e o conhecimento médico começaram a trazer para a concepção de corpo, esse passa a ser percebido como uma “máquina em ação”. “O discurso médico e o registro metafórico geral próprio à era industrial contribuíram para uma consciência mecânica do corpo, indispensável ao desenvolvimento do pensamento esportivo” (2005, p.93). A medicina propõe ao corpo uma ideia de processo, permitindo que se pudesse modificá-lo e alterá-lo em busca de uma perfeição física, construção de identidades e propondo uma questão de condicionamento.

Nesse momento, a concepção de economia corporal diz que “a energia humana deve ser orientada para a produção” (Bercito, 2011, p.378). As energias do trabalhador deveriam ser todas para a ação produtiva, até o descanso era focado em se recuperar para voltar a

trabalhar com boa capacidade. As mãos que inicialmente assumiram o papel da força de trabalho, passaram a representar a criação, e são substituídas na simbologia de produção pelo braço. A expressão braçal designa força, essa parte da anatomia assume a simbologia do vigor. O corpo fragmentado, tem no braço, o novo símbolo da atividade produtiva.

Enquanto os homens eram valorizados pela sua força e potência, as mulheres eram consideradas frágeis, com pouca resistência e recebiam funções que, segundo a autora “deviam ser compatíveis com a sua – limitada - capacidade” (Bercito, 2011, p. 401). Em um trecho de um estudo sobre doença do trabalho, que a mesma cita, do Dr. J. Abreu Paiva, essa diferença é explicitada:

“Em primeiro lugar sua *fôrça* muscular, além de ser somente a metade da *fôrça* masculina, é imprópria para um esforço brusco, adaptando-se apenas ao trabalho moderado, para o qual, em compensação, a mulher tem ótima resistência. [...] [...] a trepidação industrial abala o esqueleto feminino e seu aparelho genital, que é muito sensível, o que influi desfavoravelmente sobre a natimortalidade. As posições fixas ou contrafeitas, ou permanentemente em pé ou sentada, provocam estase venosa e perturbações circulatórios, originando dismenorreias frequentes, o que também pode ser causado pelo levantamento de pesos e seu transporte. [...] Quanto ao trabalho pesado, seu efeito nocivo é intenso; ele provoca alterações da capacidade torácica, da resistência da parede abdominal, agrava as enfermidades do aparelho genital, deforma ossos da bacia a ponto de tornar difícil o parto.” (Bercito apud J. Abreu Paiva, 2011, p.401 e 402)

O papel da mulher como genitora aparecia como uma grande preocupação para poupá-la do trabalho mais pesado. Qualquer serviço que envolvesse força ou peso poderia causar-lhe problemas e danos, que iriam interferir na sua capacidade de gerar filhos. Havia também uma preocupação de afastar o feminino da ideia de potência que era então conferida ao masculino.

Mas ampliando o olhar para essa performance industrial feminina, é possível notar que quando a mulher precisou assumir as posições antes consideradas masculinas, nas fábricas no período da guerra, foi necessário aproximar a imagem das mulheres ao conceito de potência masculina. Nesse período um cartaz de propaganda de guerra nos Estados Unidos foi popularizado. Feito por um ilustrador para a empresa Westinghouse Electric Corporation, o cartaz que dizia ‘We can Do It’ (que pode ser traduzido como ‘nós podemos fazer isso’). O desenho feito a partir de uma foto de uma mulher operária, mostra a mesma arregaçando a manga de sua camisa e em posição de flexão dos bíceps, como se fosse mostrar os músculos. O gesto até então atribuído aos homens, desejava mostrar que as mulheres poderiam assumir as posições masculinas enquanto estes estivessem fora do país na guerra. A imagem mostra a mulher com um semblante sério e a sobrancelha arqueada, maquiada e com lenços nos cabelos, de forma a não distanciá-la também da imagem padronizada de mulher.



Figura nº16: Pôster “We can do it!”

A sobrelha arqueada parece demonstrar que ela está pronta para o combate, mostrando uma dureza e um desafio que poderiam ser considerados como típicos do comportamento masculino, especialmente quando envolvidos em algum tipo de luta ou briga. Essa atitude de intimidação ou desafio é usualmente feita pelos lutadores de boxe ou de Ultimate Fighting Championship (UFC). Os fisiculturistas também exercem essas práticas de provocação quando estão participando de campeonatos. As expressões faciais são importantes no jogo de performance executado por eles quando estão se apresentando e nos momentos de preparação para afrontar seus adversários.

Essa representação buscou se aproximar dos símbolos masculinos com o objetivo de mostrá-las capazes de uma atuação até alguns anos combatida pelo que se considerava como a conduta normativa feminina. A partir dos movimentos feministas dos anos 70 e 80, esse cartaz foi muito utilizado como símbolo da luta pelos direitos das mulheres.

É interessante pensar que, na busca por igualdade, a ilustração que buscava aproximação das mulheres com os atributos do corpo masculino (potência e força) tenham prestado o serviço de representação. Não apresento essa discussão para dizer apenas que as *musas* buscam uma emancipação feminina através de corpos musculosos. Mas sim para demonstrar que o corpo é instrumento de expressão e percepção de si. Através dele, e da moldagem dessa anatomia é possível inscrever uma série de subjetividades e símbolos.

Assim entendo que uma comparação entre o fisiculturista, atleta que prima pela manipulação do corpo, e as *musas do instafit* pode proporcionar um reflexo sobre o que esses novos físicos representam. Um dos motivos que levam a essa discussão é a adoção das *musas* de algumas práticas exercidas pelo *bodybuilder*, mesmo que sua musculatura não seja tão avantajada quanto a desses atletas, elas querem mostrar que podem exibir essa força e esse músculo saltado. Proponho então entender como esses corpos de homens talhados na academia são construídos, passando em seguida para uma argumentação sobre o que significa o conceito de beleza quando relacionado ao feminino, para enfim debater o que toda essa corporeidade proposta pelas *musas do instafit* pode engendrar.

Courtine (2005) em texto sobre o *body-building* na cultura norte americana faz uma argumentação desse atleta como um espetáculo dos músculos.

“Os body-builders destacam-se por sua forma de andar: braços afastados, cabeça enfiada no pescoço, peito abaulado, rigidez, balanço mecânico. O body-building não anda; ele conduz seu corpo exibindo-o como um objeto imponente.” (2005, p.82).

A prática do fisiculturismo visa moldar o corpo. A ideia é manipular de forma a desenhar os músculos e torná-los avantajados, alguns diriam até exagerados. Tem a base de seus exercícios na ação de resistência ao peso como forma de fazer a musculatura saltar. Apesar de já ter sido registrado o uso de peso para a execução de exercícios físicos na Grécia e no Egito, foi por volta do final do século XIX que apresentações com homens demonstrando sua musculatura em feiras e shows se tornou popular. O músculo adquiria a forma de espetáculo através das apresentações. Poses e gestual eram trabalhados para valorizar o volume muscular. Os shows foram organizados em competições, e em seguida receberam regras, caminhando assim para a profissionalização como esporte. A proposta é modelar esse corpo e trabalhá-lo como se fosse uma escultura.

“O ideal do fisiculturismo é a perfeição física, como se uma antiga estátua grega tivesse ganhado vida. Você esculpe o próprio corpo da mesma forma que um artista cinzela pedra. Digamos que precise aumentar a massa e a definição do deltoide posterior. Há um leque de exercícios para esse músculo à disposição. O peso, o banco ou o aparelho tornam-se o seu cinzel, e a escultura pode levar um ano para ficar pronta”. (Petre e Schwarzenegger, 2012, posição 1657)

O *body-building*, é uma prática corporal que inicialmente esteve muito relacionado aos homens, pela ideia de que seus corpos deveriam ser fortes e potentes. Para a conquista desse aumento de massa muscular, é preciso investir tempo e dedicação. A disciplina é vista como

um dos principais atributos que um atleta dessa categoria esportiva deve ter. A ida constante a academia e a alimentação regrada são princípios básicos para a prática desse esporte. O discurso da exaustão e dor também faz parte da performance desses atletas. A dor é vista como necessária para a construção desse corpo forte, e a capacidade de aguentar ou suporta-la confere ao atleta a ideia de superação e resistência. A fala de que sem sacrifícios não se atinge os objetivos é propagada pelos atletas e assumida também pelas *musas* que adotam com frequência esses discursos de exaustão.

Abaixo trechos de falas de fisiculturistas retiradas do documentário “Mister Rio – Batalha dos 80”, exibido pelo canal Globo News em abril de 2014.

“Quer ser body-builder? Tem que gostar de sofrer, porque malhar todo mundo malha.”

“Fisiculturismo é trabalho psicológico. Você tem que se motivar. Faço vídeo, boto na internet. Eu busco em mim a minha inspiração.”

“O segredo está em poder resistir a essa rotina.”

“Fazer dieta, sofrer, treinar, chegar além do limite.”

A resistência está na construção dos músculos mas aparece também quando se referem a aguentar esse esporte que tem atrelado a si um estilo de vida com muitas regulações. Para Le Breton (2003, p.40/41), “o *bodybuilder* reafirma, com o mesmo radicalismo (ou ingenuidade), o dualismo entre corpo e espírito, apostando primeiro como uma forma de resistência simbólica para restaurar ou construir um sentimento de identidade ameaçada”. A ideia de dor viria acompanhada da superação e em seguida da ideia de prazer, pois os atletas associam muitas vezes a dualidade dor e prazer do exercício físico com o ato sexual. Também sugerem que essa prática esportiva os transforma além da anatomia, atingindo o psicológico. Cultivando o corpo o atleta estaria “recuperando o controle de sua existência” (Le Breton, 2003).

Seguem abaixo algumas falas retiradas do documentário Mister Rio – Batalha dos 80, exibido pelo canal Globo News em abril de 2014):

“Se todas as pessoas que me julgam fizessem o que eu faço, quero ver se estariam tão bem psicologicamente quanto eu.”

“O prazer de mostrar a você mesmo que você pode. Eu sou mais do que eu.

“Fisiculturismo é uma batalha interna.”

Esses corpos construídos pelos *body-builders* pretendem mostrar que os praticantes são gestores de seus próprios corpos, e o que exibem é resultado de muita disciplina, auto controle e superação. Para atingir os modelos de corpos que desejam e precisam para as

competições, estão constantemente manipulando esses corpos. Ajustes são feitos para construir a melhor estrutura que será exposta na competição. É uma construção contínua, que os faz vigilantes das próprias fragilidades que precisam superar e transformar. Nos dias que antecedem a competição se tornam ainda mais preocupados com a performance e adotam práticas mais rígidas para o atingimento das metas traçadas para se obter determinada forma corporal.

“Ao me olhar no espelho, eu conseguia identificar vários pontos fortes e outros tantos fracos. Fora capaz de construir uma base de potência e massa. Graças à combinação de levantamento de peso olímpico, powerlifting e fisiculturismo, desenvolvera costas muito fortes e largas, quase perfeitas. Meus bíceps estavam com tamanho, altura e capacidade de contração extraordinários. Os peitorais eram bem definidos, e eu tinha a melhor pose lateral de peito dentre todos que conhecia. Possuía uma verdadeira estrutura de fisiculturista, com ombros largos e quadris estreitos, o que me ajudava a obter o formato V ideal que constitui um dos elementos da perfeição.

Mas eu também tinha algumas deficiências. Em comparação com meu torso, meus membros eram compridos demais. Por causa disso, eu vivia tendo que hipertrofiar braços e pernas para ajustar as proporções. Apesar de coxas imensas, com quase 74 centímetros de largura, minhas pernas ainda pareciam finas em comparação com as coxas, e o mesmo acontecia com os tríceps em comparação com os bíceps.” (Petre e Schwarzenegger, 2012, posição 1661/1667)

Com a hipertrofia de seus músculos, e a valorização que Courtine (2005) nomeia de “supervirilização da aparência”, o corpo desse atleta confere uma ideia de super humano. Para fazer uma comparação a essa argumentação recorro a cultura *pop* e aos discursos imagéticos que esta propõe citando os super-heróis das histórias em quadrinho infantis. Enquanto a maioria dos heróis recebe poderes especiais como voar, invisibilidade, audição amplificada, velocidade, visão além do alcance, os dois super-heróis retratados com maior musculatura, não possuem nenhum outro poder além de seus próprios músculos amplificados e a força que esses proporcionam. Tanto o Incrível Hulk⁴⁸ quanto o Coisa⁴⁹ do Quarteto Fantástico, não apresentam poderes maiores que sua própria potência corporal e resistência. Sendo frequentemente citados como representações de homens fortes e usados também para simbolizar os atletas dessa categoria esportiva.

“O *bodybuilder*, construtor de seu corpo, constrói seus limites físicos, a cada dia os enfrenta em uma ascensão física baseada em exercícios repetitivos; em um mundo de incerteza, constrói passo a passo um *containing* que lhe permite permanecer senhor de

⁴⁸O personagem Hulk pertence a Marvel Comics e foi criado pelo roteirista Stan Lee e desenhista John Kirby, responsáveis pela criação de outros super heróis. A sua inspiração foi uma combinação dos clássicos “O médico e o monstro” de Robert Louis Stevenson com o livro “Frankenstein” de Mary Shelley. Ele representa o alter ego do dr. Robert Bruce Banner e só aparece quando este fica nervoso. Já foi interpretado na televisão pelo campeão de fisiculturismo Lou Ferrigno. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hulk>

⁴⁹O personagem também foi criado pela dupla Stan Lee e John Kirby e pertence ao grupo Marvel Comics. Exposto a raios cósmicos seu corpo ganhou volume e peso, também aparência de pedra. Do grupo do quarteto fantástico antes da transformação era o responsável pelo trabalho braçal. Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Coisa_\(Marvel_Comics\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Coisa_(Marvel_Comics))

si, ou pelo menos se produzir sinceramente a ilusão de ser enfim ele mesmo. Assume seu corpo como uma segunda pele, um sobre corpo, uma carroceria protetora, com a qual se sente finalmente protegido em um universo do qual controla todos os parâmetros. “ (Le Breton, 2003, p. 43)

Segundo Courtine (2005, p. 91) os americanos começaram a considerar a “potência corporal viril como um signo de beleza e de poder”. Essa mudança acontece em meados dos anos 50 do século XIX, deixando o homem sensível (e de aparência frágil) do início do século e o corpulento homem da Fronteira como referenciais ultrapassados. Os músculos passam a ser representações de vigor e saúde, assim como passam a representar o ideal corporal masculino através da disseminação pelas revistas populares. Para o autor, (2005, p. 97) esse “desenvolvimento da massa muscular do corpo masculino ideal é uma contestação implícita à transformação simbólica dos lugares respectivos de homens e mulheres e a modificações já em curso das relações entre os sexos”.

O corpo fortalecido passa a ser um símbolo de masculinidade e virilidade, e foi arduamente proliferado nas apresentações já comentadas e através das películas cinematográficas que fizeram atletas se transformarem em ídolos do cinema ao representarem esse homem forte e viril. Inicialmente por intermédio de personagens bíblicos, como Sansão, depois heróis de ficção como Tarzan, até os chamados de machões. Essa representação do machão veio primeiro nos faroestes até chegar aos filmes de ação que ganharam força a partir do final dos anos 70 e início dos anos 80, mas que ainda são produzidos até os dias de hoje. Neles os personagens são fortes e bons de briga.

Se os filmes de ação são compreendidos como exaltadores da virilidade e força, a feminilidade costuma ser representada no cinema com o conceito do romantismo, chamados pejorativamente de produções para ‘mulherzinha’. Nesses filmes é comum a imagem feminina estar relacionada a beleza, fragilidade e sofrimento pelo amor idealizado. Sant’Anna (2014), que faz um estudo sobre os códigos que representam o embelezamento feminino na história do corpo no Brasil, traz uma citação de Michele Perrot dizendo que “a beleza está para a mulher assim como a força compete aos homens”. A autora busca assim discutir que o embelezamento feminino, com o envolvimento de cuidados com o corpo, cabelo, pele e vestuário, marca o que se pretende caracterizar como atributos femininos, enquanto que a musculatura seria propriedade do que se entende por masculino.

A feiura era considerada uma doença no início do século passado. Deveria ser curada e para isso os médicos receitavam remédios que poderiam melhorar a aparência. Sant’Anna (2014, p. 123) apresenta que, “no contexto de uma sociedade em que o lugar do médico é fundamental para a organização moral e social das famílias de elite, a falta de beleza,

traduzida em termos de doença, merece o exame médico e o tratamentos com remédios”. A autora ainda discute que a beleza era então vista como um dom fornecido por Deus. Embelezar-se poderia ser considerado um ato de má conduta ou comportamento de moral duvidosa. Relegando as práticas de embelezamento para serem realizadas em segredo e divididas entre amigas, “longe da vigilância masculina, familiar e médica” (2014, p. 125). Não era vista como fruto de uma conquista individual, através de um empenho pessoal e diário.

Mas apesar das práticas não serem bem vistas, a beleza era uma qualidade a se possuir. As feias eram descritas na imprensa com o uso de expressões como “semblantes medonhos, corpos horríveis, mirrados, famélicos ou então balofos e excessivamente pançudos” (Sant’Anna, 2014, p. 30/31). Elas ganhavam apelidos que evidenciavam partes ou aparências do corpo como “narigudas, ‘pesudas’, ‘bixigentas’, branquelas, encardidas, ‘zaroias’”.(Sant’Anna, 2014, p. 30/31). Eram também alvo da publicidade, que ainda hoje usa o estereotipo da mulher feia em comparação ao da mulher bonita em anúncios com imagens do antes e depois (artifício também utilizado pelas *musas*) para comprovar a eficácia do produto. A feia é o oposto do que o produto oferece, é um ‘contra-exemplo’. Assim, ser considerada feia poderia acarretar o sofrimento de uma série de ataques que depreciariam a percepção de si e da própria identidade.

Silva (2012) traz o embate entre a beleza e a feiura com uma discussão sobre a construção de uma nova eugenia através das práticas do *fitness*. O conceito de eugenia envolve práticas que pretendem a melhoria da raça. De acordo com o autor através de um estudo a partir do trabalho do médico Renato Khel:

“Datada de meados do século XIX, a eugenia constituiu-se como uma ciência nova que despertava fascínio, sendo concebida pela intelectualidade da época como sinônimo de modernidade e avanço. Com o objetivo de melhoria da espécie, pela via da reprodução, seus mecanismos eram baseados na ordenação e classificação dos indivíduos, visando a incentivar a procriação de seres com características superiores, restringindo a proliferação de *degenerados*.” (Silva, 2012, p.213).

Segundo a argumentação apresentada por Silva, começa nessa época um discurso que se empenha em motivar as mulheres a se exercitarem com o objetivo de conquistar a beleza. Para Khel, seguindo os ideais eugenistas, a beleza era rara, quase um mito (Goellner apud Silva, 2012), então era preciso ir em busca da melhoria da aparência física. Silva citando o texto de Khel demonstra assim o modo deste pensar: “Como estheta, proclamo a necessidade da gymnastica entre as meninas e as jovens, único recurso para alcançar o ideal da beleza,

pelo equilíbrio das partes e harmonia de todo o corpo [...]” (Silva apud Kehl, 2012, p. 214). Para ele, era necessário preservar o corpo enquanto for jovem, adotar para isso práticas de embelezamento, entre elas a educação física. A beleza podia ser rara, mas parecia ser necessário que as mulheres buscassem a melhoria da aparência com a intenção de se adaptar ao que se entendia como um dos atributos essenciais para a representação do conceito de feminilidade.

A partir dos anos 50, as mulheres consideradas belas passam a ser retratadas através das imagens das atrizes do cinema, misses e vedetes. Essas mulheres passam a ser conselheiras da beleza. Dão dicas sobre o embelezamento, “mulheres belas aconselhando outras mulheres, de modo informal e extremamente didático, quase sussurrando-lhes como é bom, fácil e importante se fazer bela, dia após dia” (Sant’Anna, 2005, p.128). A ideia de dividir os segredos de embelezamento apenas com as amigas, em momentos de intimidade, é superada pelas matérias que propagam que “os segredos não existem mais”, eles estão a disposição de todos. “A beleza parece ter se tornado um ‘direito’ inalienável de toda mulher” (Sant’Anna, 2005, p.129).

Para Vigarello (2006), o ideal de beleza moderna se definiu no feminino com a junção de características como fraqueza e perfeição. Com a descrição valorizando a estética feminina com signos referenciais que pretendiam mostrar que a beleza feminina era carregada de um “brilho que escolheu se encarnar antes nas mulheres do que nos homens e de satisfazê-las sobejamente” (Vigarello, 2006, p.23), fazendo assim que a beleza fosse encarada como um atributo mais essencial para as mulheres do que para os homens.

As práticas de embelezamento se tornam explícitas através dessas dicas e receitas divulgadas pelas revistas femininas, manuais de beleza e jornais populares. Nos anos 60, as relações com a beleza começam a ganhar novos aspectos, pois aparece agora o prazer de cuidar de si mesma. Se isso era considerado algo negativo, ou que ia de encontro com a boa conduta esperada, cuidar de si passa a ser algo positivo e até esperado.

Nas próximas décadas, em especial nos anos 80, o corpo esculpido nas academias passa a ser valorizado. Esse é o momento de expansão do fisiculturismo como esporte tanto nos Estados Unidos quanto no Brasil. As mulheres já impelidas a adotar o exercício físico como prática de uma vida saudável passam a frequentar as academias. Mas a aceitação das mulheres como praticantes de esporte não foi rápida e de fácil aceitação. Até mesmo o corpo das bailarinas, que era considerado como feminino, já havia sido criticado quando as pernas mostravam uma musculatura mais avantajada.

O esporte como espaço de divisão entre masculino e feminino é destacado por

Sant'Anna “a corrida, a natação e os saltos pertenciam muito mais à esfera masculina. Preferia-se vincular o suor e o esforço corporal aos homens” (Sant'Anna, 2014, p.39). Já para as mulheres deveria ser indicado o trabalho corporal que não exigisse muita força física ou que não desenvolvesse a musculatura de forma avantajada. A entrada das mulheres no fisiculturismo propôs um enfrentamento entre as ideias de distinção propostas aqui entre um corpo de homem e um corpo de mulher.

O fisiculturismo, como propõe Goellner e Jaeger (2011, p.959), é um “espaço generificado e ao mesmo tempo generificador de discursos, práticas e representações que posicionam, classificam e nomeiam sujeitos atletas mulheres e homens”. Conhecido mais como um espaço de construção de masculinidades, a entrada da mulher nesse campo trouxe conflitos que colocaram em debate o que se compreende por corpo feminino.

A Federação Internacional de Body-Building (IFBB) do Rio de Janeiro apresenta as categorias⁵⁰ dedicadas as mulheres como:

Body Fitness - Pouco volume muscular e definição sem marcações profundas obedecendo um shape longilíneo “V”. A beleza deverá ser priorizada e em todos os momentos, a atleta Bodyfitness deve ser visualizada com o ênfase em um físico "Saudável, normal, atlético“. Músculos firmes e baixo % de gordura. Atletas que se apresentem com aspecto de magreza exagerada perderão pontos.

Fitness coreográfico - Pouco volume muscular e definição sem marcações. A beleza deverá ser priorizada e em todos os momentos. Os atletas deverão ser visualizados com o ênfase em um físico "Saudável, normal, atlético“. Músculos firmes e baixo % de gordura. Na rotina de coreografia os atletas terão 90 segundos para demonstrarem movimentos coreografados com música onde se destaque demonstração de força resistência e flexibilidade. Temas, vestimentas e músicas são de livre escolha dos atletas.

Bikini Fitness - Os grupos musculares devem ter uma forma natural e firme com baixo percentual de gordura corporal e sem volume muscular. A beleza deverá ser priorizada e em todos os momentos. As atletas deverão apresentar físico longilíneo, presença de palco e simpatia.

Wellness – a categoria é destinada a mulheres que preferem desenvolver um físico menos musculoso, pouco atlético e esteticamente agradável, com uma relação de troncos e membros inferiores levemente desproporcional.

Women'sPhysique - Volume muscular moderado, definições musculares sem exagero. Para melhor entender essa nova categoria, o físico deve ser apresentado com características entre o BodyFitness e Bodybuilding feminino.

É possível perceber pela descrição apresentada pelo site da IFBB Rio que as modalidades femininas prezam não apenas a musculatura como também a beleza. Os discursos apresentados na descrição das categorias chamam a atenção para a preocupação em não se exagerar no volume muscular. Palavras como moderado, sem exagero, pouco volume aparecem marcando que as atletas não devem apresentar corpos considerados

⁵⁰ http://www.ifbbrio.com.br/#ifrm_principal_anchor
Acessado em 31 de maio de 2015

como masculinizados. A pluralização dos corpos também fica marcada nas descrições, pois fica evidente que os corpos não obedecem a um modelo unificador e sim a modelos distintos entre si.

Goellner e Jaeger (2012, p.956) discutem a produção de feminilidades no fisiculturismo. As autoras apresentam uma argumentação que visa debater o corpo potencializado através do músculo como “expressão de uma feminilidade não normalizada”. O quanto uma mulher pode ser musculosa é a pergunta que inicia a discussão. Esse tema é também muito debatido entre as *musas*, que fazem questão de discutir e defender seus corpos em relação aos músculos saltados.



Figura nº17: Girls can't have muscles
Postado por Jade Pessoa
Acessado em 17/04/2014



Figura nº19: Braço musculoso
Postado por Daniela Alves
Acessado em 17/05/2015

“No alternado só consigo com 10kg. Bora ganhar força. Já treinaram? Hoje meu treino foi de superiores. Digo e repito que mulher também tem que treinar braço, para deixar tudo firminho, principalmente na hora do tchau.” (Postado por Daniela Alves. Acessado em 17/05/2015)

“Missão cumprida (emoji braço flexionando bíceps) Eu, uma discreta veia, um braço super musculoso #sqn (emoji chorando de rir) que você é tão forte quanto quem já chegou lá #SejaQualForSeuSonho #trainhard #façaporvoce” (Cristina Torquatto. Acessado em 10 de março de 2015)

Os corpos que poderiam ser identificados como masculinos são estimulados, através das regras das categorias a mostrar também traços de feminilidade, não os permitindo se desassociar totalmente da imagem normativa de mulher. Nas descrições há solicitações para a priorização da beleza como atributo feminino. As atletas devem então se preocupar em ter um corpo não tão volumoso, cuidar dos cabelos e das unhas, usar maquiagem e saltos altos. Os biquínis utilizados para as competições são de grande importância e seus custos são altos. Essa valorização das características femininas fez com que ao longo dos anos fossem surgindo categorias para um corpo cada vez menos musculoso, sendo assim, menos masculinizado.

“Ao contrário do que se imagina de uma fisiculturista, Kirley, que recebe acompanhamento nutricional personalizado, não tem aqueles músculos daqueles que saltam do corpo e causam espanto. Também não tem traços brutos, desproporcionais ou masculinizados, nem voz rouca, típica de quem fez o uso de anabolizantes. De perto, a enfermeira mais parece aquela garota que bate ponto todos os dias na academia e lá exhibe pernões, bundão, muitas curvas e saúde de sobra. A categoria escolhida por Kirley, a Wellness, só existe no Brasil, mas anda fazendo tanto sucesso que começa a entrar em alguns campeonatos internacionais.” (trecho da matéria “A Força está com elas” da Revista do Jornal O Globo de 24 de agosto de 2014)

A categoria Bikini é uma das mais recentes (desde 2010) e atrai participantes que desejam um corpo delineado mas não muito musculoso. Algumas das competidoras da categoria Bikini e Wellness são populares nas redes sociais e se tornaram inspiração para as *musas do instafit*. Em uma matéria na revista do jornal O Globo de agosto de 2014⁵¹, algumas dessas atletas falaram sobre como constroem seus corpos. De acordo com a matéria a popularização dessas categorias começa a conquistar um público crescente, o que estimula o aumento do número de campeonatos.

A motivação para adotar esse esporte e participar das competições não são necessariamente financeiras, uma vez que gastam mais para construir seus corpos e para

⁵¹Matéria “A Força está com elas”, por Roberta Salomone. Publicada na Revista do Jornal O Globo de 24 de agosto de 2014.

competir do que ganham com as classificações nos eventos. Os prêmios podem ser uma sacola de brindes, por exemplo. Segundo a jornalista, o estímulo vem do desejo de ter um “corpo perfeito e do sonho de ser famosa”.

O corpo e a reputação seriam então os prêmios a se receber por toda essa disciplina e empenho. O investimento financeiro, no caso das atletas, é necessário para proporcionar todo esse envolvimento, e nem sempre o retorno será imediato ou rápido. Mas a conquista de um corpo considerado esteticamente perfeito, então belo, seria um importante impulsionador na busca por esses estilos de vida. No caso da *musa*, há também uma aplicação de recursos monetários para a construção desse corpo. E como já abordado, o corpo para a *musa* também é a gratificação pelas práticas adotadas, assim como um dos motivos pelos quais adotam os treinos e as dietas.

O gestual é também importante para o fisiculturismo, assim como as poses, que são treinadas até atingirem o que consideram a perfeição. Vídeos no Youtube⁵² são utilizados como meios pedagógicos. E filmes que fazem de seus próprios ensaios ou fotos são ferramentas para o treinamento e documentação da evolução. Assim como as *musas*, essas atletas utilizam as imagens e materiais audiovisuais como forma de aprendizagem e monitoramento de seus desenvolvimentos corporais.

“Estudante do quarto período de Engenharia Civil, Juliana Dantas, de 20 anos e 1,65m de altura, nem lembra mais quantas vezes ensaiou na frente do espelho para memorizar cada pose. Assistia inúmeros vídeos das mais famosas atletas no Youtube e pedia para a mãe, a corretora de seguros Maria de Lourdes Dantas, filmar sua evolução.” (trecho da matéria “A Força está com elas” da Revista do Jornal O Globo de 24 de agosto de 2014)

Algumas fisiculturistas também postam seu dia a dia de treinos e alimentação no Instagram. Acompanhei alguns perfis durante o período de campo, e é possível perceber que os estilos de vida são muito parecidos com os propagados pelas *musas*. Mas algumas diferenças são importantes. As atletas intensificam seus treinos e dieta nas semanas que antecipam as apresentações para conseguirem os corpos dentro do regulamento das competições e com a melhor aparência segundo os critérios pré definidos. As fotos de competições são postadas com frequência. Assim como deixam claro em seus textos de apresentação de que são atletas profissionais e a que categoria pertencem.

“Esse movimento indica a existência de uma compreensão quase linear e unívoca entre a relação que se estabelece do volume muscular com a manutenção ou produção

⁵² Site de compartilhamento de vídeos enviados e postados pelos próprios usuários.

da feminilidade. Isso significa dizer que quanto maiores os músculos, mais tensão esses corpos provocam; e quanto menores, menos se coloca em questão a sua construção.” (Goellner e Jaeger, 2011, p. 962)

Assim como as fisiculturistas, as *musas* buscam um corpo forte e musculoso (mesmo que esses atributos tenham representações distintas para cada uma delas). São vigiadas e cobradas pelo o séquito de admiradores e detratores que cobram se seus corpos estão fortes demais ou distantes do ideal de feminilidade. Mas diferente das fisiculturistas que se esforçam para valorizar no discurso que seus corpos são fortes mas são femininos, as *musas* enaltecem o corpo forte e questionam o porquê de seus corpos não poderem ser musculosos. É comum a postagem de fotos com a musculatura evidenciada vir acompanhada de pedidos de respeito, para que os *seguidores* não publiquem comentários criticando seus corpos.



Figura nº19: Corpos musculosos
Postado por Daniela Alves
Acessado em 28/01/2015

Ao mesmo tempo fotos com os cabelos escovados, *look do dia*⁵³, unhas feitas, maquiagens são também publicadas pelas *musas*. Resgatando o discurso imagético proposto pela cultura *pop*, as *musas* postam a imagem da heroína Mulher-Maravilha⁵⁴ como a representação de um ideal belo e forte. A personagem também não possui super

⁵³*Look do dia* é um tipo de foto que as blogueiras postam a produção de roupa que estão usando naquele dia. É uma prática das *blogueiras de moda* que foi adotada por algumas *musas*.

⁵⁴A personagem criada pelo cientista Willian Moulton Marston, criador também do detector de mentiras, apareceu nas revistas em 1941. Teria recebido a vida através da deusa Afrodite (deusa do amor e da beleza) a partir de uma escultura de barro feita pela Rainha Hipolita (rainha das Amazonas e da ilha Paraíso habitada apenas por mulheres). Foi enviada para o mundo dos homens para trazer a paz e o amor.

poderes além da sua força e velocidade. Mas conta com seus acessórios como o laço da verdade e os braceletes para atuar como armas de defesa na luta contra o mal. Nos anos 70 também serviu de representação para o movimento feminista, quando estampou a capa da revista feminista americana Ms.

Até os dias de hoje a personagem é usada como símbolo do empoderamento feminino. As *musas* postaram imagens dessa heroína no dia internacional da mulher, como representante não só da força mas como capaz de representar os múltiplos papéis femininos desempenhados, como por exemplo, mãe, esposa, profissional, cuidando da beleza, na academia. As imagens foram diversas mostrando a personagem mais musculosa, ou valorizando os atributos de mulher maravilha em tipos diferentes de corpos. Diferente dos personagens que representam força e potência para os homens, como o Hulk e o Coisa, que se assemelham a representações de monstros, a mulher maravilha tem na beleza um de seus atributos. Isto aponta mais uma vez para uma ideia padrão de corpos femininos, eles podem ser fortes desde que não percam a feminilidade e a beleza.

De acordo com Goellner e Jaeger:

“ Ao potencializarem ao máximo os seus músculos, algumas mulheres infringem as normas e, nessa lógica, produzem-se como sujeitos desviantes, cujos corpos volumosos perturbam e ameaçam as representações de feminilidade que estão no centro da cultura e também do próprio fisiculturismo. Quando outras feminilidades passam a ser admitidas e posicionadas como sujeitos, mais do que colocar em suspeição a representação primeira, produz-se uma mobilização que desacomoda todo um sistema de valores e aquilo que passa a ser questionado tem relação com a “noção de cultura, ciência, arte, ética, estética, educação, que, associada a esta identidade, vem usufruindo, ao longo dos tempos, de um modo praticamente inabalável, a posição privilegiada em torno da qual tudo gravita”. (2011, p.964)

De certo modo as *musas* também poderiam ser consideradas sujeitos desviantes, pois constroem corpos que detonam debates em relação às questões normativas e referenciais de masculino e feminino. Entretanto, devido a proximidade de seus corpos com a anatomia construída pelas fisiculturistas das categorias Bikini e Wellness, seria incorreto afirmar que elas criaram corpos divergentes dos corpos femininos já discutidos e percebidos em nossa sociedade. Mas elas tornaram esses corpos atléticos, tão questionados no ambiente esportivo como no ambiente social, mais aceitáveis e desejáveis. Aproximando suas práticas esportivas das atletas do fisiculturismo, pretendem enaltecer o corpo musculoso como corpos possíveis e permitidos fora dos espaços das competições, mesmo que estes confrontem a ideia referencial de corpo de mulher.

A preocupação que esses corpos possam levantar dúvidas de suas identidades

sexuais não é tão presente nas postagens das *musas* como é citado do texto de Goellner e Jaeger (2011) em relação às fisiculturistas. A tensão está mais ligada ao fato de construir corpos que não seriam considerados como essencialmente femininos. O próprio termo *musa* já as relaciona a uma ideia de feminino correlacionado à beleza e feminilidade, uma vez que o termo provem da mitologia grega e tem como significado a mulher que traz inspiração para os artistas em áreas culturais como artes plásticas, música, escrita e poesia.

O que as *musas* fazem é adotar as práticas esportivas que são conhecidas por pertencerem aos estilos de vida das atletas do fisiculturismo e criam para si uma interpretação dessas práticas de acordo com os objetivos que desejam atingir. Aqui está presente a agência do indivíduo, que não apenas imita, mas aplica suas próprias interpretações e gera seus próprios modelos. Assumem o discurso de corpo como obra de arte, e se tornam gestoras de seus corpos, recriando-os a cada nova meta a ser conquistada.

Essa discussão padronizada de que aos homens pertencem os músculos e às mulheres a beleza, é confrontada em relação as *musas*, que buscam através de seus corpos e suas postagens propor novas formas de se pensar o que é feminino. As práticas esportivas fazem parte dos meios pelos quais essas anatomias são desafiadas a transpor o que se reconhece como feminilidade e corpos de mulher.

3.3 Corpos de musa

“Se antes as roupas aprisionavam, agora o corpo cumpre esse papel – na justeza das próprias medidas. (Novaes, 2011, p.486)

Para compreender que corpos são esses, produzidos através das práticas esportivas, proponho nessa nova etapa discutir de que forma esses corpos, que cruzam as barreiras dos padrões normatizados, são construídos. Inicialmente é importante discutir o que representa o conceito de corpos saudáveis e corpos *sarados*, termos utilizados nos discursos das *musas* para identificar suas anatomias, finalizando com as técnicas utilizadas pelas observadas para modelar seus físicos e transformá-los em corpos de *musas do instafit*.

As *musas* apresentam nos seus discursos, textos e imagens que demonstram que estão preocupadas em construir corpos saudáveis, e esse seria o motivo para adotarem os exercícios físicos como técnica de moldagem de seus corpos. O desejo de conquistar um corpo esteticamente belo também está sempre acompanhado da busca pelo corpo saudável, como se a beleza e a saúde estivessem relacionadas.

“Amo meu estilo de vida, amo minha alimentação, amo treinar, ser saudável e claro, amo ver o corpo mudando, pq além de cuidar da saúde gostamos sim de ficar de bem com o espelho, quem fala que é só saúde esta mentindo (emoji chorando de rir)...”
(Roberta Campos, acessado em 07/04/2014)

Ser saudável é um dos objetivos pré-determinados no início de seus projetos de corpos. Estilo de vida saudável, alimentação saudável, e corpos saudáveis são expressões utilizadas com frequência nas publicações do grupo chamado de *instafit*. Até mesmo quando contestadas em relação a magreza ou quanto a forma de seus corpos, reafirmam que seus corpos estão saudáveis lançando como comprovações o conceito de saúde atrelado a medicina.

Estar saudável nesse contexto significa não estar doente ou estar com as taxas sanguíneas dentro dos níveis considerados normais. Mas quando falam sobre seus corpos serem saudáveis buscam abranger conceitos que transcendem os conceitos médicos, apesar de utilizá-los para conferir credibilidade naquilo que propagam. Outros conceitos que aparecem em suas publicações são os que relacionam saúde a bem-estar, amor próprio e cuidar de si. Esses temas mostram que a ideia de saúde das musas não segue apenas o viés científico, atuando também no psicológico e emocional.

Batistella (2007, p. 26). propõe uma discussão sobre saúde, entendendo que esta se transformou “em valor individual na sociedade de consumo” com a preocupação em adotar comportamentos compreendidos como saudáveis. Para tanto faz uma análise sobre o conceito através do entendimento de saúde como ausência de doença, da relação da saúde com o bem-estar e por fim da saúde como valor social.

O entendimento de saúde como ausência de doença é utilizado pelas *musas*, quando as mesmas justificam seus corpos por meio de exames ou citações de consultas médicas, com a intenção de provar que seus corpos são saudáveis apesar de distintos do que alguns podem considerar como tal.

“Tão importante quanto se alimentar bem e praticar exercícios regularmente é monitorar a sua saúde. Exames devem fazer parte da sua rotina para que desta forma tudo esteja sempre sob controle. Não ache que é banalidade fazer exames mesmo quando nos sentimos bem e dispostos por que prevenir é ainda o melhor remédio. Hoje foram 62 exames de sangue e eu quase caí dura#healthylifestyle#CuideSe#SaudeEhOQueInteressa”. (Cristina Torquatto. Acessado em 05/07/2014)



Figura nº20: Exames médicos
Postado por Cristina Torquatto,
Acessado em 05/07/2014

Segundo Batistella (2007, p. 52), a doença era o foco de atenção e não a saúde. “Até meados do século XVIII, a doença era vista como uma entidade que subsistia no ambiente como qualquer outro elemento da natureza”. Os sintomas foram usados como os classificadores das doenças. E a organização do hospital como espaço de cura e não de exclusão, é um marco na relação com o conceito doença/saúde. “Os fenômenos são explicados pela nova racionalidade a partir do estudo, baseado na observação e na experiência, das mudanças morfológicas, orgânicas e estruturais.” (Batistella, 2007, p. 53). A ausência de patologia, passa a ser então relacionada ao conceito de saúde. A evolução dos estudos e o entendimento da doença como patologia se tornou a base do sistema teórico do modelo biomédico. Esse modelo fragmenta o corpo em sistemas, órgãos, tecidos e células usando uma abordagem mecanicista.

Na tentativa de desenvolver um conceito de saúde que não se limite a oposição com a enfermidade, uma vez que essa visão pode não contemplar condições psicológicas e sociais, novos estudos foram realizados. A partir de 1948, a concepção de saúde passa a compreender “um completo estado de bem-estar físico, mental e social, e não apenas a ausência de doença ou enfermidade” (Batistella, 2007, p. 57).

Assim a ideia de bem-estar passa a fazer parte do conceito de saúde. Dando continuidade a discussão o autor apresenta que o novo conceito foi questionado especialmente no campo em que aponta um noção de completude de bem-estar. Cita argumentação de Caponi dizendo que “definir o estado de bem-estar mental e social poderá supor uma

existência sem angústias ou conflitos, sabidamente inerentes à própria história de cada ser humano e de cada sociedade” (Caponi apud Batistella, 2007, p. 58).

O bem-estar é um conceito que é aplicado no meio esportivo e médico com a intenção de descrever uma sensação de se sentir bem consigo mesmo. O discurso que o esporte assim como a adoção do estilo de vida saudável podem proporcionar esse estado mental, físico e social de se sentir bem aparece nos textos produzidos pelos atletas, nas revistas de boa forma e pretende conferir ao corpo um direito de se manifestar através desse bem ou mal estar. Segundo Vigarello (2006) em sua argumentação sobre uma crença em um corpo ‘profundo’, o qual se deve trabalhar para se trabalhar a si mesmo, e de acordo com os tratados de bem-estar, o corpo poderia falar, revelando ‘nossos estados de alma’. “Se sentir bem e em harmonia com seu corpo” (Vigarello, 2006, p.184), é isso que o bem-estar deve proporcionar.

Para Courtine (2005, p.101), “o bem-estar psicológico (*feeling good*) é entendido como uma consequência da forma física (*being in shape*).” Nesse contexto, o corpo poderia ser então tranquilizado, e a mente também receberia atenção, com a prática dos exercícios podendo aquietar as aflições e tensões. O autor também argumenta sobre um hedonismo que representaria a busca de uma prazer pessoal através dos esportes. Apesar do espírito de competição e do desejo de vencer ainda serem considerados partes importantes da motivação pela prática esportiva, a vontade de se encontrar uma gratificação pessoal e prazer no corpo despontam a partir de 1930. E a iconografia do período buscava mostrar atletas e esportistas felizes, calmos em contraste com as imagens de esforço e dor propagadas antes. Assim, participar de atividades atléticas passava a significar a possibilidade de se encontrar satisfação pessoal, mente tranquila e uma vida mais feliz. Ainda de acordo com o autor, essa ideia de hedonismo é favorecida por uma vasta literatura psicológica e a disseminação da psicanálise que aconteceram na mesma época.

“A saúde, em que os puritanos de outrora não viam mais do que um bem a conservar, tende a se transformar no objeto de uma atividade febril. A aparência, que a ética protestante queria austera, é fruto de um labor narcísico; o involucro corporal torna-se o resultado de uma atenção obsessiva, como ritos quase religiosos de um culto profano. O hedonismo de consumo, fundamento do *americanwayoflife*, tem assim um custo psicológico elevado: o amor inquieto, super ocupado, sempre insatisfeito, por um bem-estar intimamente ligado à atividade física e a uma promessa de transformação corporal.” (Courtine, 2005, p.103)

Para Vigarello (2006), as revistas de cuidados com a forma física com a propagação de mensagens como ‘amar seu corpo’, ‘acalmar as tensões’, ‘retomar a sensorialidade’, trazem o triunfo de um corpo subjetivado. O conceito de estética e de saúde são relacionados assim a ideia de se sentir bem consigo mesmo. O bem-estar seria responsável não só por garantir um corpo saudável mas também um corpo do qual se pode gostar.

Retomando a linha de argumentação de Batistella (2007), ele apresenta como terceira opção o conceito que foi desenvolvido em 1986, e que foi usado com base no texto constitucional brasileiro de 1988. Nele a produção da saúde aparece relacionada a condições sociais, econômicas e políticas. Resulta de condições que envolvam “alimentação, habitação, educação, renda, meio ambiente, trabalho, emprego, lazer, liberdade, acesso e posse da terra e acesso aos serviços de saúde”. A partir dessa concepção a saúde assume *status* de valor social. Ter saúde a partir desse conceito é ter garantidas condições de se viver bem e dignamente. Seria preciso então buscar novos hábitos (Cartaxo, 2013, p.41) que proporcionassem uma ‘qualidade de vida’, um estilo de vida saudável que evitaria doenças.

Essa proposta, considerada um conceito ampliado, também foi contestada ao não atender as especificidades biológicas e psíquicas da enfermidade, as quais os dois conceitos anteriores levavam em consideração. Sendo assim é possível perceber que a compreensão do que é saúde pode alterar de tempos em tempos e também ter novas representações dependendo do contexto no qual se apresenta.

No caso das *musas*, os três conceitos podem ser aplicados na forma como entendem o que é saúde, em especial, na conquista de um corpo que intitulam de saudável. O primeiro conceito, como já discutido, está presente em seus textos de defesa de seus corpos quando garantem através de exames ou citações de seus médicos que seus corpos estão saudáveis. No segundo conceito, no qual a ideia de bem-estar físico, mental e social é discutida, pode ser também encontrada em seus textos, expõem que a prática esportiva atua no bem-estar psicológico atenuando ansiedades e tensões. Já o terceiro conceito aparece na defesa das referências constantes de que os corpos são reflexos dos novos hábitos adotados. A nova anatomia seria uma consequência dessa nova ‘qualidade de vida’.

Luz (2005) discute o conceito de saúde para além do paradigma saúde-doença. A partir de um olhar sobre as novas práticas chamadas saudáveis, apresenta o modelo da vitalidade, “associado à tríade beleza-vigor-juventude, que toma como referencial de saúde a boa forma (*fitness*), identificada com a ‘beleza das formas’, ou o bem-estar (*wellness*), geralmente visto como o estar equilibrado, ou harmonizado, ou ‘estar bem consigo mesmo’” (2005, p. 42).

“Pode-se afirmar que nos últimos dez anos, pelo menos, desenvolveu-se e tomou espaço, tanto na clínica de diversas especialidades (geral, internista, cardiologia, ginecologia, endocrinologia, entre outras), quanto na epidemiologia (ligada à clínica pela pesquisa clínico-epidemiológica) uma versão positiva da saúde, originária do enfoque preventivista dos “estilos de vida”, mas dele se distanciando e ganhando um cunho acentuadamente higienista, até mesmo vitalista, em que a saúde é vista como ‘expansão da vitalidade’, como ‘bem viver a vida’, ou como forma de aumentar a longevidade com ‘qualidade de vida’ através de hábitos sadios, de exercícios, de

regimes alimentares, de sentimentos positivos (evitar estresse, a competição, a inveja, mágoas e ressentimentos, etc.)” (Luz, 2003, p. 10)

A ideia de estilo de vida saudável está presente nos discursos das *musas*. *Hashtags* com referência a *healthlife* (vida saudável), *healthlifestyle* (estilo de vida saudável) aparecem tanto nos textos de apresentação como nos das postagens. Ao mesmo tempo a ideia de expansão da vitalidade está presente nas falas, muitas vezes relacionada aos ‘hábitos sadios’ e ‘sentimentos positivos’, se cuidar para viver mais e melhor, cuidar do corpo e também da alma e da mente.

Cartaxo (2013) em sua dissertação sobre corredores de rua problematiza o conceito saúde e apresenta diferentes discussões sobre o tema, abordando desde as questões biológicas até a construção de identidades como impulsionadores dessa busca por um corpo considerado saudável. Mas chama atenção para o fato de que os corredores muitas vezes são impulsionados a adotar a corrida como forma de construir um corpo magro. No caso dos corredores, e de algumas *musas* que são praticantes dessa modalidade esportiva e podem ser incluídas nessa abordagem, o corpo magro é um desejo. Mas não é partilhado por todas as *musas*, pois o corpo muito magro pode ser considerado esteticamente feio, ou não *sarado*, sem músculos. Elas não necessariamente querem ser magras. Algumas sim, mas outras lutam para aumentar a largura das coxas e transformar as pernas finas. Fazem da musculação uma ferramenta para atingir esse ideal, outras já querem braços definidos, barrigas desenhadas. O corpo magro não é necessariamente o objetivo, pois para alguns ele pode ser pejorativo, ser considerada ‘*franga*’⁵⁵ é negativo do ponto de vista da construção de um corpo *sarado*. Mostra falta de compromisso com o projeto como também com a vida dita saudável.

Mas o corpo obeso em alguns contextos também é visto de forma negativa. Não apenas esteticamente mas também do ponto de vista da saúde. Um corpo gordo é um corpo não saudável. Para as *musas* a busca pela transformação do corpo e eliminação dos quilos indesejáveis parece ser o que primeiro motiva a entrada nesse estilo de vida. Isso aparece na fala de muitas pesquisadas, como já citado nesse trabalho. Marcela Trentini e Beta Luna falam que a vontade de diminuir medidas e abaixar o peso adquirido em férias e lua de mel,

⁵⁵‘Frango’ ou franga é uma expressão usada na academia que define o aluno que é ‘*fracote*’ mas se considera ‘*sarado*’. Essa definição foi dada por um *personal trainer* durante o campo.

Buscando definições encontrei apenas um texto na internet que se repetia em muitos sites, mas assinado pela mesma pessoa. Nele muitas características identificam o frango e não apenas o tamanho do corpo. Dentre elas:

Disputar quem pega mais peso, não ser forte e se achar forte, colocar carga excessiva nos aparelhos, ir na academia fazer social, dizer que suplemento é a mesma coisa que bomba, e se matricular na academia apenas na época do verão.

<http://dicadomaromba.blogspot.com.br/2013/01/o-que-e-ser-frango.html>

Acessado em 16/06/2015

foi o impulsionador para a adoção das práticas esportivas e alimentação regrada.

Novaes (2011) em sua análise realizada a partir de pesquisas em academias de ginástica, consultórios e clínicas de cirurgia plástica, apresenta duas características frequentes nos discursos de se conquistar corpos perfeitos. As pesquisas manifestavam o desejo por manterem-se magras e jovens. Os corpos considerados perfeitos seriam aqueles então que conseguissem desafiar a passagem do tempo mantendo-se sempre com atributos relativos a juventude e com o peso corporal considerado magro.

Os corpos considerados magros de algumas *musas* suscitam o debate entre saúde, magreza e obesidade. Por algum tempo, a gordura foi considerada saúde. Quando um bebê era magro parecia demonstrar fragilidade e assim falta de saúde. Já o bebê gordo era visto como forte, robusto e por consequência saudável. No Brasil, nos anos 50 e 60, quando éramos considerados um país de desnutridos, a criança gorda era considerada forte e saudável, pois fugia da associação com a alimentação fraca.

Sant'Anna (2014) sob uma perspectiva histórica debate que o corpo gordo ou muito magro eram ambos considerados feios, pois fugiam dos padrões propostos como normais. As silhuetas deviam então se encaixar no meio termo, não exceder os limites do considerado belo, ou aceitável.

Fischler (2005) apresenta uma argumentação sobre o obeso e as contradições que suas representações suscitam. Segundo o autor, existe uma dupla imagem da pessoa gorda. Ao mesmo tempo em que são vistas com características negativas como preguiçoso, descuidado, feio, também é reconhecido como simpático, bem humorado e uma pessoa de boa convivência. Geralmente relacionados como pessoas brincalhonas e divertidas, mas que podem esconder por baixo de tanta alegria uma tristeza. Existiriam assim dois estereótipos da obesidade, um maligno e outro benigno.

A conexão com a obesidade benigna estaria na relação com a sua imagem social. Para ser considerado um gordo bom ou mau dependeria da posição que este ocupa. Ainda segundo Fischler (2005), se a pessoa exerce um trabalho que demanda força, ser gordo pode ser visto como positivo, passando a ser vista como forte e não obesa, uma vez que estaria se relacionando com o conceito de força e potência.

Existe também um julgamento moral de que o gordo não se controla, não tem disciplina para cultivar um corpo magro e saudável. O excesso de gordura pode se tornar motivo de culpa e um fardo que atinge as relações sociais do indivíduo.

A obesidade também já foi considerada sinônimo de fartura. Para Fischler (2005), na época em que os ricos eram gordos, ser mais robusto era uma qualidade valorizada. Ser muito

magro poderia representar ser fraco, doente e com pouco acesso a uma alimentação farta.

A ideia de feiura atrelada ao corpo obeso pode ser discutida pois as corporalidades encontradas nas pesquisas sobre o funk, por exemplo, entendem que um corpo gordo pode ser considerado bonito ou ‘gostoso’. Para Sant’Anna, (2014) as mulheres do funk, investem em cirurgias plásticas para se configurarem como ‘popozudas’, e algumas seriam consideradas gordas para os padrões europeus e mesmo para alguns grupos sociais brasileiros (p. 176). De acordo com Myzhari (2007), as roupas das moças no baile funk devem realçar o corpo curvilíneo e sinuoso, fazendo um contraponto ao corpo magro dos homens. A corporalidade do funk, diferente das *musas*, parece valorizar o corpo mais corpulento. No reality show ‘Lucky Ladies’ exibido pela Fox, cinco funkeiras são treinadas pela cantora de funk Tati ‘Quebra Barraco’. Elas apresentam corpos bem diferentes entre si. Mc Carol de Niterói, ou Carol ‘Bandida’, é a que apresenta o corpo mais obeso, e é tratada pela outra concorrente, Mulher Filé, como gorda, enquanto a mesma se vê como ‘gostosa’. As outras concorrentes são mais magras, do que as outras duas, mas também apresentam corpos mais próximos das mulheres consideradas ‘boazudas’ do que das magras.

A gordura também é uma preocupação constante das *musas*. A partir do momento que começam a encarar com mais seriedade os exercícios físicos não citam mais o peso e sim o percentual de gordura corporal. Como adotam o discurso que os músculos pesam, acreditam que o peso corporal não representa mais a boa forma física. Uma pessoa pode começar a treinar e não apresentar mudança de peso. Geralmente isso desestimula o aluno que tem como objetivo emagrecer. Entretanto, se ele for tirar suas medidas essas podem ter se alterado, assim como o percentual de gordura do corpo. O resultado deve ser focado na composição corporal da pessoa, e não no peso. Essa composição é composta pelos percentuais de gordura corporal, e os valores de massa magra e massa gorda. A massa magra é composta principalmente pelos músculos, aqueles que o indivíduo quer valorizar e não eliminar. Portanto o ideal é perder a massa gorda. As *musas* quando querem deixar falar sobre suas conquistas em relação a medidas postam o percentual de gordura e a massa magra. O percentual de gordura de uma mulher comum na média é de 21% a 25%⁵⁶, o de uma atleta do fisiculturismo fora do período de competição varia de 13% a 18%. Bia Tortori, considerada *musa fitness* e ícone para as *musas do instafit* possui um percentual de gordura de 8%. O percentual almejado pelas *musas* fica entre os valores das atletas de fisiculturismo. A gordura corporal não pode ser eliminada totalmente, mas abaixar o seu percentual garante a *musa* um

⁵⁶ Disponível em: <http://emagrecerdevez.com/tudo-que-voce-precisa-saber-sobre-composicao-corporal> Acessado em 17 de junho de 2015.

corpo considerado *sarado*.

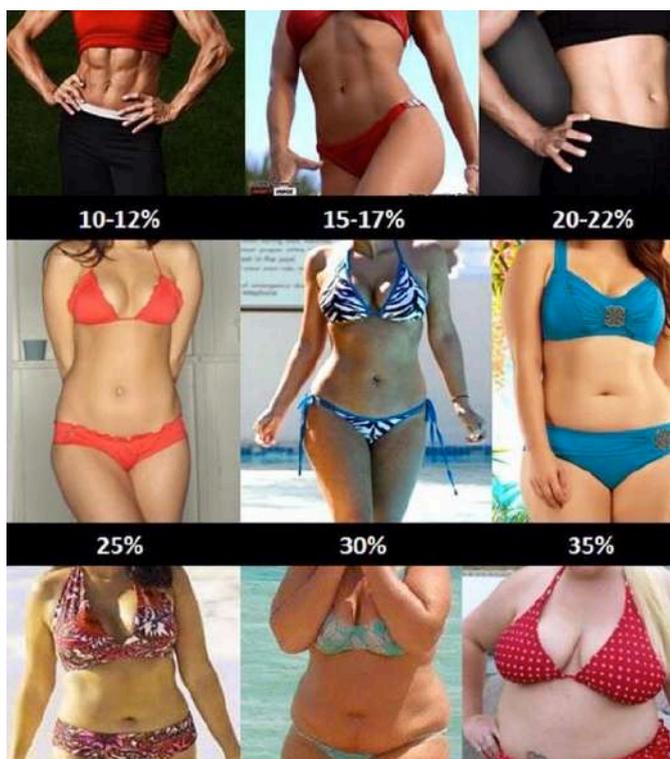


Figura nº21: Percentual de gordura
Postado por Daniela Alves
Acessado em 10/07/2015

Não basta que o corpo seja saudável, ele deve ser *sarado* para ser considerado um corpo de *musa*. Segundo Sant’Anna (2014, 179), o termo *sarada* é também utilizado para indicar uma mulher chamada de *bombada* ou *marombada*, sugerindo um corpo que se curou de qualquer fraqueza ou moleza”. O corpo *sarado* então é aquele que além de saudável, tem os músculos saltados, definidos e um baixo percentual de gordura.

Para Goldenberg e Ramos (2002,p. 30), “a gordura surge como inimiga número um da ‘boa forma’, quase uma doença, especialmente para aqueles que buscam ostentar um ‘corpo sarado’, ícone da ‘cultura da malhação’”. A gordura e a flacidez são vistas então como falta de disciplina e apreço por si mesmo. Ser sedentário então, pode ser o motivo para uma série de doenças. A forma para lidar com essa gordura deve ser rígida e intensa, quase como um programa de treinamento militar.

A conquista de um corpo magro e *sarado* vem produzindo uma série de programas de TV nos quais o dia a dia de pessoas consideradas acima do peso são acompanhadas por médicos, nutricionistas, *personal trainers* com o objetivo de perder peso e modelar o corpo. Nos últimos anos, os chamados *reality shows*, que buscam monitorar o dia a dia de pessoas através de vídeos tem se proliferado nos canais de televisão aberta e fechada. A produção americana “The Biggest Loser” (que pode ser traduzido como O Grande Perdedor) é uma

dessas produções. Nele, concorrentes com pesos acima de 100 quilos vão para um *Boot Camp*, uma espécie de acampamento aonde ficam sem contato com a família e amigos enquanto recebem treinamento com exercícios físicos e alimentação regrada. A cada semana são pesados e aquele que perder a maior quantidade de peso é o ganhador do programa. Esse programa já teve duas edições no Brasil.

Outro programa é o “Quilo Por Quilo” também exibido pelo canal Home and Health. Nele um *personal trainer* acompanha uma pessoa considerada obesa com peso acima dos 100 quilos durante um ano. Inicialmente o participante vai para um centro de pesquisas de saúde da Universidade do Colorado. Depois segue o treinamento em casa e a produção do programa monta uma academia para que o participante continue a se exercitar. O processo de emagrecimento assim como as pesagens são acompanhadas durante os episódios. Nesse programa os aspectos psicológicos são sempre apresentados com a intenção de mostrar que o volume corporal pode ser resultado de questões emocionais e mentais. Uma produção que é exibida em TV aberta no Brasil, é o “Medida Certa” na Rede Globo, apresentado como um quadro dentro do Programa Fantástico. Esse mostra programas desenvolvidos para que celebridades consideradas acima do peso emagreçam e reconstruam seus corpos.

Esse tipo de programa mostra que o corpo gordo é considerado um corpo não saudável, é preciso então ser consertado, ganhando saúde através da adoção de práticas consideradas saudáveis. Há também atrelada a esses programas a ideia de gostar do próprio corpo, de se valorizar a partir da construção de um corpo mais adequado a estética e aos paradigmas de saúde.

Ter o corpo como parte a ser adorada ou admirada nem sempre foi aceito como apropriado. Sant’Anna (2014) apresenta que essa permissão é relativamente nova para a nossa sociedade, e chegou aos anos 60 atrelada à revolução da contra cultura que reivindicou a queda dos tabus em relação ao corpo e o sexo.

A modelagem da anatomia permite aos indivíduos cultivar modelos normatizados, contestar padrões vigentes e se reinventar constantemente. O corpo é transformado a todo momento. Fazendo um breve passeio por algumas mudanças corporais ao longo das décadas é possível pensar sobre essa constante mutação. Nos anos 70, a adoção dos esportes como o surf e o skate no Brasil, trouxe a valorização de corpos leves e afinados. “Gostar do próprio corpo não significava mais uma atitude egoísta ou fútil, e sim uma qualidade fundamental à distinção e à afirmação social” (Sant’Anna, 2014, p.152). Nos anos 80 a prática dos exercícios se tornou mais disseminada, e a febre das academias e dos vídeos de ginástica, inspirados pela atriz americana Jane Fonda, chegou no país influenciando novos comportamentos. Com a

chegada dos anos 90, as revistas sobre Forma Física para as mulheres apareceram nas bancas de revista. Geralmente com celebridades da televisão na capa falando sobre como mantém seus corpos e sua rotina de exercícios. A questão estética divide o espaço com as matérias sobre saúde e bem-estar. Os corpos cultivados nas academias e nas aulas de dança da década anterior dão espaço a corporalidades que excedem os padrões.

Segundo Sant'Anna (2014, p.175) “as imagens de jovens *funkeiras*, *tchutchucas*, *purpurinadas* e *cachorras* reforçam algumas tendências arraigadas na cultura popular, mas também a inovaram”. Os reality shows como o Big Brother passaram a disseminar na televisão os corpos *bombados* e *turbinados*, que a autora apresenta como as novas “mulheres bomba”. Essas mulheres se contrapõem a *boazuda* dos anos 50, pois estas eram curvilíneas, mas sem a musculatura definida. Já as *bombadas*, devem ter os músculos trabalhados através do uso de exercícios físicos e até mesmo de anabolizantes.

Assim podemos entender que os corpos estão em constante modificação. Modelos são valorizados e divulgados pela mídia, mas a agência do indivíduo permite que ele próprio construa novos modelos a partir de suas interpretações, cultura e desejos.

Os corpos de *musa* propagam modelos já existentes, mas também recriam esses modelos a partir de suas vontades e adaptações. Com a influência das fisiculturistas, inspirações nas *musas fitness*, adoção de diversas modalidades esportivas (com cada uma delas oferecendo suas especificidades), as pesquisadas vão construindo novas corporalidades. Não existe um modelo único de corpo de musa, os corpos variam entre os perfis, como também no mesmo perfil. Ele é uma obra em processo, está sempre passando por novas manipulações e representações. Esses corpos são plurais e mutantes.

Além de saudáveis e *sarados* esses físicos adquirem novas formas e qualidades ao assumirem novas técnicas corporais. Se a musculação ajuda a definir os músculos, o pilates alonga e melhora a postura, a natação dá resistência, a corrida afina o corpo e dá ânimo e a yoga concentração e flexibilidade. Cada prática é pensada de forma a contribuir para a permanente construção desses corpos. Para Sant'Anna (2014, 179), “nessas circunstâncias, o corpo é visto menos como aquilo que se tem ou que se é, para ser considerado um material carente de renovação constante, caso contrário, com prazo de validade vencido, ele corre o risco de estragar e ser descartado”.

E os modelos de corpos apresentados pelas *musas* são múltiplos. Algumas se auto intitulam “*Hardcoreladies*”, e esse termo se refere às mais musculosas. Pegam mais peso na musculação e investem em corpos mais fortes e definidos. Há também as magrelas, as que dão valor a um corpo mais seco e magro. A musculatura é valorizada mas sem excessos. A

veia saltada é compreendida como sinal de saúde. As adeptas das corridas, que não apresentam tantos músculos saltados na anatomia quanto as da musculação. Tem as com a barriga mais sarada e as pernas mais finas. As com as pernas mais fortes, assim como os braços. Aquelas que buscam um corpo mais próximo das fisiculturistas, e as que aceitam restrições severas em busca dos *gominhos* da barriga.

O corpo então é resultado de um processo constante que levará a construção de novas formas e silhuetas. Para a realização dessa metamorfose algumas técnicas e práticas são adotadas com a finalidade de construir essa anatomia, molda-la de acordo com as metas traçadas.

3.3.1 Como construir esses corpos

O treino é o momento no qual esses corpos são manipulados e os músculos construídos. O termo é usado para designar a prática de exercício focada em resultados. Alguns acreditam que é um sinônimo de malhação, mas para os praticantes há uma grande diferença entre os dois. Malha aquele que vai a academia, geralmente praticar musculação, com o objetivo de cuidar da saúde e ficar malhado. Já os que treinam são aqueles que estão em busca de evolução e aprendizagem, encaram as práticas esportivas com o foco de atletas e esportistas. Quem joga futebol, vôlei, pratica luta, por exemplo, não malha, treina. Os cuidados em ter um acompanhamento profissional na execução dos exercícios, uma alimentação controlada, descanso com o objetivo de se recuperar e ao mesmo tempo cuidar do músculo, são práticas relacionadas com os que treinam. Na visão desses, os malhadores não são tão comprometidos. Podem beber bebida alcoólica, sair à noite e dormir tarde, além de não comparecerem com a frequência devida a academia, que na opinião dos que treinam, significa de segunda a domingo.

As *musas* deixam claro em seus textos e imagens que elas treinam e não malham. Com isso pretendem esclarecer que seu envolvimento com a prática esportiva é sério. Pois aquele que faz algum esporte com empenho e dedicação, treina. O investimento em evolução nos esportes são nomeados de treinamentos ou treinos, e tem a participação do treinador, que é quem incentiva, motiva, ensina e acompanha o progresso do aluno. Assim para construir um corpo de *musa* é preciso treinar. As alimentações do pós e pré-treino são importantes no processo de construção corpórea. São postadas pelas *musas* e acompanhadas com interesse pelos *seguidores* que desejam construir seus corpos tal como as *musas do instafit*.

“Acabada O treino de hoje foi curto, mas muito hard. Os ombrinhos estão moídos, mas ainda quero eles mais definidos (acho lindo ombros super marcados♥). Nada se conquista sem esforço #rockcode#loverrock#shoulders#workout#treinoinsano#hardcoreladies. (Daniela Alves. Acessado em 07/07/2015)

“Hoje o treino foi cediinho! Faça chuva ou sol, com vontade ou sem...o importe é ir! Que seja 15, 30 min, 1 hora ou 2, mas vá! Eu to engajada nos meus treinos como NUNCA tive. A ocasião faz o ladrão então estou me dedicando ainda mais a perder os extras conquistados sem orgulho” (Cristina Torquatto. Acessado em 08/05/2015)

A academia é um dos espaços aonde esses treinos são realizados. Diferentes das fisiculturistas que concentram suas atividades físicas nesse local, as musas utilizam práticas diversas que não necessariamente são realizadas nela. Mas, sem dúvida, a academia, e em especial a sala de musculação é uma área importante para a construção desses corpos de *musa*. Para Le Breton (2003, p.44), a sala de musculação é muitas vezes comparada a uma câmara de tortura. Quanto mais se sofre, mais os músculos se desenvolvem e são valorizados. Essa comparação pode ser confirmada pelos discursos de dor que as observadas publicam em seus perfis. Um exercício parece ter efeito apenas se teve sacrifício e dor.

“Pica Pau já foi e voltou da academia. Ontem achei que não fosse sobreviver ao treino da @...Qdo a gente dá tudo de si, sabemos a real diferença. Dê seu máximo, sempre, em amplitudes, em cargas, em precisão de movimento...pq músculo NÃO vem fácil meesmo #healthylifestyle” (Cristina Torquatto. Acessado 31/01/2015)

“Levantamento terra, um relação de amor e ódio! @..., como sempre me matando no treino de hoje.” (Patyfit. Acessado em 06/07/2015)

“Esmaga cambito...Queima, queima e queima muito #legday #legpress” (Daniela Alves. Acessado em 06/07/2015)

“Já treinei hoje, ja morri. Mas não fiz video pq tava mto frio e queria voltar logo pra casa. Então vai um vídeo da aula de sexta com o mestre @...pra animar quem ainda não foi! Vai la amiga! Mostra pro mundo que vc é mara até abaixo de zero.” (Marcela Trentini. Acessado em 07/07/2015)

Essas falas que exaltam a dor e a exaustão visam valorizar o esforço realizado. Mostrar aos seguidores que a construção desse corpo é árdua e envolve comprometimento e resistência. É preciso se sacrificar para fazer crescer os músculos e conquistar o tão sonhado corpo *sarado*. Sarti (2001), faz uma análise da dor como referência simbólica e fato cultural.

“A forma de manifestação da dor precisa fazer sentido para o outro. Vivenciado e expresso mediante formas instituídas coletivamente, tal sentimento se torna inteligível para o grupo social. Os sentimentos constituem uma linguagem. As formas de expressão dos sentimentos não são naturalmente dadas, mas, segundo o trabalho clássico de MARCEL MAUSS [1921], têm a obrigatoriedade dos fatos sociais: “*mais do que uma manifestação dos próprios sentimentos, é um modo de manifestá-los aos outros, pois assim é preciso fazer. Manifesta-se a si, exprimindo aos outros, por conta dos outros. É essencialmente uma ação simbólica*”. (p. 153)” (Sarti, 2001, p. 06)

Cartaxo (2012), diz que para os corredores a dor está relacionada a atingir ou superar o limite do corpo. Ela seria um indicador desse limite. E a superação dessa dor, mostra o quanto o corredor pode vencer a si mesmo. Mas a dor do treino e a dor da prova são diferentes, enquanto a primeira aparece quando se testa o desempenho, a segunda pode significar que a preparação não foi suficiente.

Esses discursos fazem parte do processo de construção corpórea. E quanto mais se descreve como a dor é, mais se pretende fazer com que o outro entenda e valorize o projeto de corpo. Esmaga, queima, arde, destrói, dor que quase mata, mas é preciso sobreviver. As falas buscam palavras que impressionem o outro.

Mas ao mesmo tempo essa dor pode também simbolizar prazer. O prazer de um exercício executado de forma eficiente que irá gerar resultados aparentes no físico. A ideia de que um exercício bem feito é aquele que envolve dor e sofrimento ainda persiste em alguns grupos, mesmo que os discursos médicos contestem essa afirmação. Assim é comum presenciar expressões de esforço e dor nas práticas esportivas. A sensação que se vai até o limite ou o ultrapassa, mostra o quanto aquele atleta tem força de vontade e disciplina.

O “algoz” de toda essa dedicação é representado pelo *personal trainer*. É ele quem irá montar as séries de exercícios e acompanhará o aluno nas práticas. A relação como esse profissional costuma ser tão intensa e próxima que muitas vezes é ele quem acorda o praticante pela manhã para iniciar o treino. Malysse (2002), apresenta esse professor como “a sombra do corpólata, seu guia corporal, que o ajuda a montar um programa individualizado, calcula os pesos e as séries, corrige sua postura e, principalmente, observa e estimula sua motivação e sua boa forma (p.101)”. Esse profissional de educação física também é o treinador, e deve apoiar e motivar o aluno. Muitas vezes essa motivação é agressiva e intensa. A ideia é desafiar o aluno. A voz é impostada de forma a se fazer ouvir e ser obedecido, palmas para dar ritmo ou intensificar a velocidade. É quase um treinamento militar, no qual o aluno é constantemente desafiado. Mas apesar de toda essa atividade provocadora a relação entre professor e aluno muitas vezes progride para uma amizade ou relação de tutoria. Alguns desses profissionais se tornam famosos e são concorridos, em especial os que treinam as *musas* mais populares. Os corpos de suas clientes representam seus cartões de visita, é por meio deles que é possível perceber o resultado do trabalho que realizam.

Esses profissionais são respeitados e os que atuam ou dão dicas sem um deles apoiando ou citado nas *hashtags* são criticados. Recentemente um caso aconteceu com o namorado de uma das *musas*, que dá aulas como *personal trainer* mas não é formado em educação física. Ele foi denunciado por exercício ilegal da profissão, ao conselho regional de

educação física, e foi detido e levado para delegacia. Essa polêmica gerou muitas críticas e discussões entre o perfil dele e o de profissionais habilitados da área.

As atividades escolhidas por cada profissional para suas alunas irão depender dos objetivos traçados para cada uma. Alguns criam métodos para personalizar seus trabalhos. Mas a maioria opta por uma combinação de práticas esportivas. Corrida, musculação, pilates, yoga, agachamentos, hiit, treino funcional, calistênia, lutas, são algumas das atividades preferidas.

A entrada dos vídeos no Instagram fez com que os *treinos* fossem disponibilizados na rede social. Se antes as fotos já atraíam, com os vídeos, mesmo curtos (15 segundos) passou a ser viável acompanhar a execução e ainda receber dicas de audio das próprias *musas*.

No quadro abaixo algumas das atividades esportivas adotadas pelas *musas* que registrei durante o período de campo. Além das definições de cada atividade, cito também que tipo de benefícios que são prometidos e divulgados.

Prática	O que é	Benefícios Prometidos
Corrida	Atividade que envolve resistência e velocidade. A distância é medida por quilômetros percorridos.	Perda de peso, tonifica as pernas, bumbum e abdômen, combate o stress, acelera o metabolismo e fortalece o coração.
Musculação	Treino que envolve pesos e trabalho contra-resistência.	Tonificação dos músculos, aumento da força, fortalece a coluna vertebral, melhora do sistema imunológico
Agachamento	Geralmente executado com halteres. Flexão dos joelhos em ângulo de 90° em posição de agachar mantendo a coluna reta e o abdômen contraído.	Definição do abdômen e glúteos, alto gasto calórico.
Hiit	"High Intensity Interval Training (treinamento intervalado de alta intensidade) é uma proposta de treino onde são intercalados estímulos curtos e intensos, como intervalos de recuperação com o dobro ou triplo de tempo do estímulo. Eele pode ser realizado de várias maneiras: esteira, bicicleta, elíptico, pulando..." Postado por Carol Leite	Queima de gordura, aumento da capacidade de oxidação de gordura, perda de peso e não de músculos, controle do nível de açúcar no sangue.
Pilates	Consiste em exercícios de resistência que usa molas. Proporciona alongamento e fortificação do corpo através de exercícios de baixo impacto e poucas repetições.	Flexibilidade, definição do abdômen, fortalecimento da coluna vertebral,
Yoga	Prática de exercícios que através da execução de posturas trabalha o corpo, equilíbrio e a mente	Flexibilidade, modela o corpo sem torná-lo musculoso, fortalece a concentração, combate o stress.
Treino funcional	É baseado no movimentos tidos como naturais do ser humano. Correr, pular, puxar, agachar, girar e empurrar.	Força, equilíbrio, flexibilidade, condicionamento, resistência e agilidade. Definição muscular e perda de gordura corporal.
Calistênia	É parecida com o treino funcional e trabalha com a força corporal	Melhora do condicionamento físico e emagrecimento.
Ballet Fitness	Une principios do ballet com a ginástica localizada.	Trabalha a postura, melhora o tônus muscular, a flexibilidade, a respiração e o equilíbrio.
Lutas	Esportes de combate. As mais citadas são o boxe e o muay thai.	Trabalha o abdômen, afina a cintura, fortalece pernas e glúteos. Emagrecimento.

Algumas técnicas são consideradas *hard* (pesadas) pois envolvem pesos e força. Outras já são consideradas *soft* (leves) e essas são as que trabalham mais resistência e flexibilidade como a yoga e o pilates. O tipo de prática escolhida vai ser responsável pela arquitetura do corpo. Aquelas que escolherem o aeróbio (de baixa intensidade e longa duração), tem o corpo mais seco e magro, pois a característica desse treino é a queima de gordura. Já as que optam pelo anaeróbico (de alta intensidade e baixa duração) são as que possuem os corpos mais musculosos. As que preferem desenvolver músculos evitam os exercícios aeróbicos.



Figura nº22: Aeróbio e Anaeróbico
 Postado por Fabiana Duna
 Acessado em 28/01/2015

Os treinos das *musas* são combinações de uma série de atividades, sendo a musculação a prática que se repete com mais frequência entre os perfis. No livro de Beta Luna, ela cita a corrida, a musculação, o treino funcional, as lutas, a caminhada e o alongamento como algumas de suas atividades físicas. Além dessas ainda menciona a ginástica localizada, o *spinning*, a natação, o *step*, a hidroginástica, o *stand up paddle* (SUP), o tênis e a zumba (dança que é utilizada como exercício para perda de peso). E com o objetivo de inspirar suas *seguidoras* apresenta sua rotina de *treino*.

“Exemplo de treino:

Segundas, quartas e sextas-feiras – musculação + 30 a 40 minutos de aeróbico (corrida, transport ou bicicleta).

Terças e quintas-feiras – MuayThai, boxe ou treinamento funcional

Sábados e domingos – “Nesses dias, aproveito para me exercitar de maneira mais ‘lúdica’. Se vou correr e pedalar (normalmente reservo o sábado para treinos longos), prefiro que seja ao ar livre. Também costumo nadar ou fazer stand-up paddle. O importante é, além de queimar calorias, me divertir e aproveitar o contato com a natureza.” (trecho do livro de Beta Luna, 2014, p.51)

Mas cada *musa* tem seu próprio treino, que muda a cada avanço no projeto ou nova meta estipulada. Muitas frequentam a academia aos domingos e postam para comprovar que realmente estiveram por lá (é comum o comentário de que a academia está vazia). Mais uma vez a intenção é mostrar dedicação ao projeto de *musa*.

Essas postagens também procuram deixar explícito que essas práticas são momentos para socialização. Poses de yoga com a participação de namorados ou amigos, valorizam o treino em conjunto, que também se tornam um espetáculo, pois as imagens sempre propõem posições complexas e ousadas. Aulas marcadas para que os usuários possam se encontrar e praticar as técnicas juntos. Três perfis fazem o “encontro subida do escadão” que é um *treino* frequente delas (uma personal trainer e duas alunas). Essas aulas/encontro levam muitos *seguidores* que querem conhecer pessoalmente as *musas* e praticar os mesmos exercícios que elas.

O vestuário para esse treino é valorizado e comentado. Se antes a entrada na academia envolvia um comprometimento que vinha aos poucos, fazendo com que inicialmente não houvesse tanto gasto financeiro na aquisição de roupas de ginástica, hoje acontece o contrário. A entrada na academia é momento para a compra de uma série de roupas e acessórios, em especial, porque essas imagens poderão ser exibidas em uma rede social. Antes se iniciava na academia com roupas velhas, camisetas e calças *leggings*, a medida que o corpo começava a responder aos estímulos passava a ser necessária a aquisição de roupas novas. Somente quando a barriga ganhava definição ou perdia gordura era o momento de retirar a camiseta e exibir com o *top* a conquista. Atualmente o investimento é bem maior, as roupas de ginástica oferecem tecnologia que promete o aumento da performance. Calças *legging*, saias-short, tapa bumbum, *top*, camisete, meias, polainas, luvas, e os tênis são algumas das peças desejadas. O macacão ainda fica como uma peça que pertence às mais *saradas*. Usar um macacão de ginástica para esses grupos significa que já alcançou um corpo trabalhado que permite usar uma peça tão colada que entrega toda a silhueta.

A importância dada ao vestuário é tão grande que muitas *musas* tem suas próprias linhas de roupas *fitness*. Geralmente são parcerias com empresas já estabelecidas no segmento

que almejam aumentar sua linha de produtos e usar as *musas* para divulgação. Em uma oportunidade pude conversar com uma dessas empresas. Eles tinham uma linha de roupas nomeada por uma *musa* famosa que também é *blogueira de moda*⁵⁷. Segundo eles, a *musa* é tão ocupada com suas ações com marcas e eventos que para agendarem qualquer compromisso com ela isso precisava ser feito com meses de antecedência. E o retorno que conseguiram com a relação foi tão positivo que passaram a patrocinar outras *musas*. Duas delas chegavam a organizar suas postagens para os finais de semana pois uma morava em São Paulo e somente nesses dias podia se deslocar para o Rio de Janeiro e fazer as fotos para postar ao longo da semana.

Os corpos de *musa* trabalhados a partir dessa mistura de práticas e alimentação estão em constante mutação. Novos exercícios são testados e os *personal trainers* são os mestres que orientam essa manipulação do corpo. A busca por corpos que carreguem símbolos de saúde, reunindo os conceitos de beleza, magreza, vitalidade e bem viver, são exibidos nessa rede social. E esses corpos de *musa* adquirem um valor que lhes irá garantir mais do que um corpo *sarado* e saudável.

3.4 Barriga É Capital

“A eterna busca pela imortalidade transforma o corpo em uma encenação da obra de arte. Os discursos da saúde, da medicina, do erotismo tamponam o real que apavora: o mal-estar e a finitude.[...]

Assim, algumas vezes exibem-se o bíceps, a panturrilha ou a rígida musculatura do abdome como ícones da perfeição pretensamente atingida, a escultura perfeita, a obra de arte a ser admirada” (Novaes, 2011, p.483/484)

Esses corpos *sarados* construídos através de treinos frequentes e alimentação controlada são alçados ao posto de obras de arte. Manipulados a exaustão a ponto de serem considerados esculturas por seus próprios criadores. Malysse (2002), cita o mito grego do rei Pigmaleão, que se apaixonou pela escultura na qual tentou reproduzir a imagem da mulher ideal, para representar a forma como os que chama de corpólatras, se relacionam com seus corpos. Esses passam a desenhar esse corpo de forma que adaptam para a realidade aquilo que acreditam ser representações de beleza e de saúde. De acordo com o autor (2002), o corpo é considerado uma obra de arte em potencial, permitindo assim ao indivíduo refinar e retrabalhar sua forma de modo a edificar uma anatomia que consiga atender a requisitos

⁵⁷ Blogueira de moda é aquela que possui um *blog* (páginas na internet nas quais postam textos) e publica informações sobre moda, ou o *look do dia*, que vem a ser a combinação de roupa que estão usando no dia da foto.

estéticos inspirados em representações disseminadas pelos meios de comunicação ou nos atletas de alta performance, como parece acontecer no caso das *musas*.

Para conquistar esse corpo, o mesmo é então dividido em áreas que permitem desenvolver uma musculatura destacada. Ao iniciar o treino, ele passa a ser identificado como peitoral, braços, pernas, glúteos, panturrilha, deltóides, abdômen, barriga, coxas, bíceps, e assim cada parte é trabalhada separadamente. Exercícios específicos visam aperfeiçoar cada músculo e cada pedaço desse corpo. A academia é um dos espaços aonde essa manipulação acontece. Com as *musas*, a musculação é uma das práticas mais utilizadas mas não é a única. Elas adotam uma série de atividades com o objetivo de construir um físico que carregue em si características do que consideram um corpo belo, forte e saudável. Esse corpo *sarado* fornece a essa usuária da rede social um *status* perante aos outros perfis que postam imagens sobre o mesmo tema e também aos seus seguidores. Ele tem valor e coloca essa *musa* em um espaço destacado dentro e fora da rede.

Luz (2003) apresenta em seu estudo sobre as novas formas de saúde, que a busca por um “corpo em forma” envolve o desejo de conquistar vitalidade e também de tentar preservar a beleza e juventude. Alguns valores estariam presentes para incentivar a construção desse corpo. Para a autora o consumismo associado a esse físico *sarado*, estaria também atrelado ao anseio por sucesso, *status* e dinheiro por parte dos jovens de classe média praticantes de musculação nas academias. Para Luz (2003), “o corpo é representado como um capital potencial, um investimento que pode (e deve) ter retorno”. Essa argumentação leva a uma reflexão sobre as *musas*, que se envolvem com essas práticas físicas e alimentares para exercitar um corpo que alcançará um valor tão significativo que muitas vezes passa a representar a sua própria fonte de sobrevivência e de trabalho.

De acordo com Goldenberg e Ramos (2002, p. 32), “o corpo virou ‘o mais belo objeto de consumo’”. É nesse corpo que se vive o estilo de vida propagado pelos meios de comunicação e nele se envergam os símbolos de *status* produzidos pela sociedade e pela mídia. Novaes (2011), diz que o corpo tem valor de troca, pois adquire *status* a partir da simbologia que carrega. O corpo é então capital e traduz na figura desse físico belo e em forma os valores da cultura da sociedade de consumo.

“O corpo é, portanto, um valor nas camadas médias cariocas estudadas, um corpo distintivo que parece sintetizar três ideias articuladas: a de insígnia (ou emblema) do policial que cada um tem dentro de si para controlar, aprisionar e domesticar seu corpo para atingir a ‘boa forma’, a de grife (ou marca), símbolo de um pertencimento que distingue como superior aquele que o possui e a de prêmio (ou medalha) justamente merecido pelos que conseguiram alcançar, por intermédio de muito esforço e sacrifício, as formas físicas mais ‘civilizadas’”. (Goldenberg e Ramos, 2002, p. 39)

Goldenberg (2010) apresenta a ideia de corpo como capital apoiada pelo pensamento de Bourdieu sobre corpo distintivo. O corpo carregado de símbolos é capaz de fornecer ao indivíduo uma forma de destaque entre os demais, uma distinção social. Esse corpo é construído através de “investimento financeiro, trabalho e sacrifício” (2010, p.09). Exatamente como observamos nos projetos de construção de corpos de *musa*. Segundo a autora:

“[...] na cultura brasileira, determinado modelo de corpo é uma riqueza, talvez uma das mais desejadas pelos indivíduos das camadas médias urbanas e também das camadas mais pobres, que percebem seu corpo como um importante veículo de ascensão social. Nesse sentido, além de um capital físico, o corpo é, também, um capital simbólico, um capital econômico e um capital social.” (Goldenberg, 2010, p.09)

Para Goldenberg (2010) os indivíduos estão em busca de corpos que expressem ideais estéticos propagados pela mídia. Segundo a autora, a repetição de determinados modelos se dá através da imitação prestigiosa, se referindo ao trabalho de Mauss (2003), as técnicas corporais. Esse conceito consiste na ideia de que as pessoas buscam copiar os comportamentos e hábitos de personalidades da mídia, ou pessoas de prestígio. No caso das mulheres essa notoriedade estaria relacionada a modelos, atrizes, cantoras e apresentadoras de televisão que dependem de seus corpos e os utilizam como base para seus trabalhos uma vez que precisam ostentar corpos que se adequem aos ideais estéticos valorizados pelos meios de comunicação e pela sociedade. Seus corpos seriam então seu principal capital, lugar de onde viriam sua fonte de riqueza e *status*.

Esse conceito de imitação prestigiosa que a autora apresenta, baseada em Mauss (2002) pode dar um indício de como os corpos das *musas* são definidos. Entretanto, é preciso salientar que no caso das observadas nesse trabalho, esses corpos podem sim ter modelos, mas também apresentam características próprias. Elas buscam inspiração em corpos de atletas, apresentadoras e modelos, mas constroem corpos novos, a partir da reunião de uma série de referenciais que não são apenas silhuetas, mas também práticas. Assim seus corpos não são réplicas dos corpos notórios, eles possuem destaques, que são edificados e ganham valor a partir da agência das próprias *musas*.

Esses corpos trabalhados e manipulados são resultado de investimento de tempo e dinheiro. É difícil de imaginar que um corpo definido e *sarado* seja apenas resultado de genética e litros de água ingerida, como algumas celebridades parecem querer nos fazer pensar. Para se atingir uma modelagem de físico que atenda as definições de um corpo *sarado* é necessário empenho. Para tanto é necessário frequentar uma academia com frequência (no

caso das *musas*, sete dias por semana), ter um *personal trainer*, ir a um nutricionista e comer alimentos ricos em nutrientes (muitas vezes orgânicos), só para começar. Há um investimento intenso a ser convertido em capital, que segundo Goldenberg (2010, p. 51), irá exercer um papel de influência no “mercado de trabalho, no mercado de casamento e no mercado sexual”.

Novaes (2011) argumenta que o corpo investido como capital precisa receber essa dedicação de forma a adquirir valor e condições de competitividade. Revistas femininas, de saúde e condicionamento físico, e outros meios de comunicação e informação divulgam as orientações para se conquistar esse corpo pleno de significados. “A consciência corporal é de tal ordem que parece o impensável não investir tempo e dinheiro em tal projeto” (Novaes, 2011, p.485).

O capital, na definição de Bourdieu (2011), significa “um poder sobre um campo”. Ele pode ser em forma de propriedade material, ou como no caso do capital cultural, no estado incorporado. Simbolizam uma forma de ganho e valor em determinadas áreas. Um corpo de valor na nossa sociedade seria aquele que ao se adequar a modelos considerados belos, saudáveis e atraentes conquistariam um prestígio perante aos demais. Segundo Goldenberg (2010), esse corpo atingiria um capital físico, mas também simbólico, econômico e social.

“A posição de um determinado agente no espaço social pode assim ser definida pela posição que ele ocupa nos diferentes campos, quer dizer, na distribuição dos poderes que actuam em cada um deles, seja, sobretudo, o capital econômico – nas suas diferentes espécies – o capital cultural e o capital social e também o simbólico, geralmente chamado de prestígio, reputação, fama, etc. que é a forma percebida e reconhecida como legítima das diferentes espécies de capital.” (Bourdieu, 2011, p. 135)

Por meio desse corpo, o indivíduo pode conquistar uma reputação que permita a ascensão social, abrindo oportunidades na área profissional com ganhos financeiros, uso do corpo e do nome para representar produtos por meio da publicidade, além de reconhecimento pela sociedade, ou dos grupos do qual faz parte, como uma personalidade de relevância.

Em se tratando das *musas* essa argumentação é apropriada, uma vez que ser considerada *musa* pode elevar esse perfil a ter ganhos através da reputação construída, conforme foi abordado no capítulo anterior. Essa usuária será considerada referência pelas *seguidoras*, ganhando assim atenção dos meios de comunicação e dos anunciantes que irão contratá-la para uma série de ações de negócios. Assim, o que Novaes (2011) apresenta ao falar sobre a relação das mulheres com a construção dos corpos na academia, pode ser também utilizada para as *musas do instafit*: “Para estas mulheres a anatomia não é mais o destino, mas um capital, logo, um projeto em longo prazo” (Malysse, apud Novaes, 2011,

p.485). Asseguram assim, que seus projetos de construção corpórea, visam também à conquista desses capitais.

Para Goldenberg e Ramos (2002), “este corpo, ‘trabalhado’, ‘malhado’, ‘sarado’, ‘definido’, constitui hoje, um sinal indicativo de certa virtude humana. Sob a moral da boa forma, trabalhar o corpo é um ato de significação, tal qual o ato de se vestir”. Dessa forma, cada parte desse corpo adquire significação podendo também ser convertido em capital. Dentre essas partes destacadas, algumas assumem importante papel na representação desse físico *sarado*, tendo uma delas se tornado a representação dessa conquista.

A barriga chamou a atenção da mídia para as *musas*, quando a discussão sobre a barriga negativa apareceu a partir de uma foto da modelo sul africana Candice Swanepoel, que faz parte do seleto grupo das modelos da marca de lingerie Victoria’s Secret⁵⁸. A tal barriga negativa se referia a uma foto postada no Instagram da modelo na qual os ossos do quadril aparecem mais proeminentes do que a barriga, dando a ideia que existe um vão entre os quadris e a barriga está para dentro, como se não houvesse barriga, por isso o termo negativa. Essa foto gerou muita polêmica, inclusive críticas envolvendo doenças como anorexia e bulimia. Entretanto, ao mesmo tempo fomentou o interesse de alguns *seguidores* para conseguir uma forma anatômica semelhante. As *musas* então foram acusadas de valorizar e disseminar a ideia de que essa não barriga seria considerada um modelo de beleza a se conquistar. Isso fez com que muitos perfis se tornassem conhecidos, pois passaram a ser mais comentados pelos meios de comunicação. Mas foi necessário que algumas se manifestassem contra esse tipo de corpo, defendendo que seus físicos eram saudáveis e não doentes.

⁵⁸A marca americana de lingerie Victoria’s Secret é reconhecida internacionalmente por usar modelos de corpos magros, secos e torneados, considerados por alguns como perfeitos. Para ser uma ‘angel’, denominação dada para as escolhidas para o cargo, é preciso se encaixar em um perfil de corpo muito controlado, uma vez que as mesmas desfilarão com o corpo quase todo à mostra, acompanhadas apenas de acessórios como asas (que representam a ideia de anjos/angels). Os desfiles são exibidos pela televisão e internet, e é quase um show, pois misturam o desfile das modelos com atrações da música pop. Ser chamada para assumir essa posição alça a modelo para uma carreira de sucesso, pois a visibilidade é grande e o valor no mercado aumenta. Uma das ‘angels’ mais conhecidas foi a modelo Gisele Bündchen. Outras modelos brasileiras fazem parte do *casting* atual, como Alessandra Ambrosio e Adriana Lima.

O treino das ‘angels’ já foi divulgado por alguns meios de comunicação, e as próprias o revelam nos seus perfis do Instagram. Segundo o treinador Michael Olajide, responsável pelas séries de exercícios executados pelas modelos, elas realizam uma espécie de aperfeiçoamento do boxe. Nomeado de *aero*, o exercício consiste em socos em ritmo muito acelerado, fazendo com que o aluno dê o maior número de golpes possíveis por minuto, acelerando assim o metabolismo durante o dia todo e definindo o abdômen. Como não podem ter músculos salientes, não executam exercícios com pesos. O corpo deve ser magro e definido, para isso, além do *aero*, focam nos exercícios com bola, corda e elásticos, chamados de treino funcional, com o objetivo de atingir os músculos profundos.

<http://www.tips4life.com.br/2013/01/ser-angel-nao-e-facil/> Acessado em 30/06/2015.



Figura nº 23: Barriga Negativa⁵⁹

A forma da barriga se tornou então um tema constante nessa rede para representar esse corpo *sarado*. Ela passou a ser símbolo desse corpo de *musa*. Penso ser necessário então discutir de que forma essa parte da anatomia foi vista antes de ganhar esse novo contorno, ou não contorno, essa depressão. Se hoje a barriga *sarada* é um dos modelos a se copiar e adquirir, que outras formas essa mesma parte possui ou já possuiu que lhe acrescentou valor ou depreciação?

Essa distinta parte da anatomia, a barriga, é destacada como representação desse corpo magro e *sarado*. Mas não é a primeira vez que a barriga é alvo de discussões e desentendimentos, além de ser usada como representação de beleza e saúde. A barriga da grávida, por exemplo, é considerada símbolo de vida, amor e maternidade para muitos, e também pode ser encarada como valor, como capital. A mulher que é mãe em detrimento da mulher que não gerou filhos tem uma posição de *status* dentro da sociedade. É muitas vezes representada como uma mulher feliz, completa e realizada. Enquanto a mulher que não teve a experiência da maternidade é vista por alguns como incompleta, por não ter realizado o seu papel social de mãe, em alguns casos como doente, por ter alguma incapacidade de procriar, sendo utilizada até a palavra 'seca' para designá-la. Ser capaz de gerar uma criança está muitas vezes relacionada a condição de mulher saudável, fazendo assim com que a barriga

⁵⁹ Disponível em: <http://garotabeleza.com.br/a-polemica-barriga-negativa-da-angel-candice-swanepoel/>

seja a ostentação desse símbolo de saúde.

Entretanto, em outras perspectivas, a barriga da mulher grávida é vista como deformação do corpo feminino. É sustentada até por algumas pessoas a ideia de que a gravidez ‘destrói’ o corpo da mulher, devido às alterações que podem ocorrer tanto no período da gestação quanto durante o parto e o pós-parto. Diante dessa visão a barriga seria o símbolo de uma desvalorização, se contrapondo a situação anterior na qual ela é envergada com orgulho e símbolo de *status*.

Novaes (2011) cita em seu trabalho desenvolvido em algumas comunidades que em determinados discursos, diz-se que a mulher ‘ganha barriga’ e não que fica grávida. Destacando mais uma vez essa parte da anatomia e atribuindo a ela um papel carregado de símbolos e subjetividades.

Silva (2012), falando a partir da discussão sobre a beleza e eugenia do trabalho de Robert Khel, apresenta que para este, as mulheres casadas, as mais próximas da velhice e as que já haviam passado pelo parto do primeiro filho, eram representantes de um ‘triste quadro da deformidade ventral’. Argumentando assim que essa aparência de um ventre com maior concentração de gordura ou sem firmeza era considerada um defeito anatômico. Segundo a visão de Khel as mulheres sedentárias seriam possuidoras de “ “seios pendentes”, “carnes moles”, “excesso de gordura”, “ventre abaulado”, “braços gordos e roliços”, “quadril exuberantes de tecido adiposo”, entre outros termos pejorativos” (Khel apud Silva). Entretanto, esses termos, em outras épocas não eram negativos, visto que muitas *musas* de pintores clássicos correspondiam a essas descrições.

Sant’Anna (2014) discute que a partir dos anos 60 e 70, com a moda das calças *saint tropez*, e a descida dos cós das calças, soltando as cinturas e prendendo os quadris, aliado ao uso do biquíni, fizeram com que a barriga magra, firme e bronzeada passasse a representar um padrão de beleza.

“Passou a ser feio ostentar alguma saliência ou flacidez logo abaixo do umbigo. Ou seja, anos antes da invenção da ‘barriga negativa’, foi preciso criar uma rigorosa aversão à gordura acumulada no ventre. Hoje o vocabulário dessa exigência é criativo, incluindo a barriga zero, chapada, seca, trincada, e talvez, a mais trabalhosa de todas, a barriga tanquinho. Houve um progressivo aumento das expressões designando as barrigas julgadas belas porque praticamente inexistentes enquanto barrigas, no sentido antigo desse termo.” (Sant’Anna, 2014, p.128)

Com essa nova forma, não bastava a barriga ser magra, com a cintura fina, ela deveria ser também firme. Para Sant’Anna, essa mudança colocou em ordem uma “feminilidade relacionada ao período da adolescência”, aonde a magreza e firmeza dos corpos podem ser mais facilmente encontradas. Porém nem todos os adolescentes têm os corpos assim, o que

autora pretende dizer é que o ideal de juventude é apresentado como o modelo a ser conquistado. Seguindo o pensamento da autora, no qual os ‘brotinhos’ se tornaram as ‘gatinhas’ nas décadas seguintes, através das representações escolhidas para nomear as belas, é interessante notar que hoje em dia, elas ganharam o reforço das ‘novinhas’, um novo termo para designar as mulheres jovens e bonitas. Estaríamos então mais uma vez lidando com um discurso de beleza e saúde que propõe uma relação com uma juventude cada vez mais precoce?

Sant’Anna (2014) apresenta em seu trabalho sobre a história da beleza, outro momento no qual a barriga é destaque da anatomia feminina, mas desta vez simbolizando a feiura e a falta de valor. A mulher *bucho*, da década de 50, era uma das classificações usadas para as mulheres feias. Segundo a autora (2014, p.100), “tendia a ser mais barriguda do que propriamente gorda”. Tinha um corpo considerado ‘mal feito’, sua anatomia mais desagradava ao olhar do que provocava atração. Era um ‘contraponto à beleza’, e sua imagem era usada para provocar piadas e provocações. “Sempre vistas como estraga prazeres, pobres-diabos, tão feias que mal parecem mulheres.” (Sant’Anna, 2014, p.99)

A mulher barriguda é vista pelos que valorizam o corpo *sarado* como desleixada, preguiçosa, sem motivação, com pouco amor próprio e baixa autoestima. Nos discursos médicos, a gordura na área do abdômen e da cintura é indicadora de obesidade e possível responsável por doenças como as cardiovasculares, por exemplo. Para as mulheres o mais indicado é que a circunferência abdominal não ultrapasse os 88 cm, e para os homens a medida limite é a de 102 cm⁶⁰. A barriga é então uma área a se preocupar na conquista da boa forma, da beleza e da saúde

Nos treinos das *musas*, o abdômen é uma das áreas que merecem grande atenção. E a barriga é um tema frequente de discussão nos perfis do Instafit. Em abril de 2014 uma polêmica começou a partir da publicação de uma foto com algumas das clientes (*musas*) de um profissional chamado de *Health Coach* (traduzido por mim como treinador de saúde). Esse treinador é casado com uma atleta de fisiculturismo (que compete na categoria *toned e figure*) e é conhecido nesse meio como consultor de algumas mulheres consideradas *musas do instafit*. Seu atendimento é *on-line* e o treinamento é realizado através de dieta e desenvolvimento de séries de musculação e exercícios físicos.

“Coach... postou a foto de algumas alunas ... Um desses perfis deu um regram na imagem e algumas *seguidoras* comentaram que a barriga muito definida era feia e masculina. Depois um perfil postou a imagem com uma ilustração de uma *pin-up*

⁶⁰<http://revistavivasaude.uol.com.br/clinica-geral/saiba-qual-e-a-circunferencia-abdominal-ideal/971/#> Acessado em 01/07/2015

musculosa com o texto “Diz que barriga definida é horrível. Bonito mesmo é usar cinta por baixo da blusa, né fofa?” (trechos do caderno de campo)



Figura nº24: Barriga Definida é Horrível
Postado por Luana Vaz
Acessado em 19/04/2014

A forma da barriga é uma discussão que acontece com frequência. Os perfis e as *seguidoras* discutem qual seria a melhor forma da barriga, a mais bonita ou com mais aparência de saudável. Se, como disse antes, os corpos são plurais, as barrigas das musas também são, e estão em constante desenvolvimento. É comum a postagem das imagens dos abdomens trabalhados e referências de em que momento achavam que estavam com essa área na melhor forma.



Figura nº25: “Qual vocês preferem? 1 (definida) 2 (chapada)?”

Postado por Daniela Alves

Acessado em 17/05/2005

Durante o período de campo e escrita da dissertação identifiquei seis classificações de barrigas usadas pelas *musas*:

1. Barriga *definida* – o abdômen é magro e tem a musculatura saltada. É possível ver a definição dos músculos. Não é tão marcada como a barriga tanquinho mas é bem próxima.
2. Barriga *sarada* – termo usado para designar uma barriga magra e trabalhada. Pode ser usada para a definida ou a barriga tanquinho.
3. Barriga *chapada* – O abdômen é liso, chapado. Não há musculatura saliente. É considerada mais feminina pela falta de músculos aparentes. A cintura é bem fina e marcada.
4. Barriga *tanquinho* (ou *Six-pack*) – o termo tanquinho era antes usado para designar abdômens masculinos com a musculatura aparente. Os músculos formam gomos, que lembram os antigos tanques de lavar roupa, por isso o nome tanquinho. O termo em inglês *six pack* faz referência aos pacotes de embalagem com seis latas, relacionando-os com as ondulações dos músculos do abdômen. Existem até cosméticos com esse nome prometendo a conquista desse abdômen trincado (outra nomenclatura para a barriga tanquinho).
5. Barriga *negativa* – existe um vão entre os quadris, como se a barriga estivesse encolhida, em formato côncavo, para dentro. O termo pretende destacar que não há barriga.

6. Barriga de *grávida sarada*⁶¹ – apareceram bem na fase da escrita da dissertação. Pertencem em geral a modelos, atletas ou musas *fitness* que se exercitam com intensidade. É a barriga de gravidez que exhibe sinais de musculatura saltada e definida.



Figura nº26: Barriga de grávida *sarada*

O investimento das musas em conquistar alguma dessas barrigas citadas acima pode ser acompanhado em seus perfis. A barriga tanquinho é considerada a mais difícil, pois os gomos que podem aparecer em um dia, no outro podem desaparecer. Envolve não apenas o treino, mas também uma alimentação muito rígida, com pouco carbo-hidrato, a quantidade da alimentação é toda pesada e regrada (deve-se comer de 3 em 3 horas), e retira-se gordura, sal, doces, refrigerantes e frituras. Deve-se beber muita água. Os exercícios abdominais ainda são considerados os mais indicados, mas também o pilates⁶² é encarado como uma prática que ajuda na conquista desse abdômen trincado, uma vez que seus exercícios devem ser executados concentrando a força na área do abdômen.

⁶¹ Disponível em :<http://zh.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/noticia/2015/04/gravida-de-nove-meses-com-barriga-sarada-pode-4741310.html> Acessado em 01/07/2014.

⁶² Prática criada pelo alemão Joseph Pilates que consiste em exercícios de resistência que diferente da musculação não usa pesos e sim molas. Proporciona alongamento e fortificação do corpo através de exercícios de baixo impacto e poucas repetições. A atenção com a respiração e a compressão do abdômen é indicada pelo professor para que os exercícios sejam executados com perfeição. Promete também o fortalecimento da musculatura estabilizadora da coluna. <http://fisioterapiamanual.com.br/blog/areas-da-fisioterapia/pilates-3/> Acessado em 05/07/2015.

“Tem dias que me bate uma saudade da barriga trincada, mas ai me lembro de toda a dieta restritiva, da minha imunidade baixa e das vontades. Que logo esqueço (emoji atormentado) A primeira foto é de hoje, estou feliz com a barriga chapada, comendo bastante, com a saúde boa (não pego mais gripe e nem infecção urinária) e ainda fazendo um dayoff na semana (hoje emoji mãos para o alto celebrando). As vezes o abs resolve dar as caras, mas não é sempre, o importante é a saúde em primeiro lugar! Pense bem antes de fazer dietas da moda sem acompanhamento de um profissional, pois quem sofrerá é o seu corpo e voce (emoji mandando beijo). (Daniela Alves. Acessado em 05/07/2015)

Alguns artifícios podem ser utilizados para dar a impressão que o abdômen tem mais músculos do que realmente possui. As próprias *musas* denunciam e expõem formas de falsificar esse corpo *sarado* na rede. Por ser uma silhueta valiosa, as tentativas de falsificação devem ser reveladas e expostas para que a conquista real não seja desvalorizada.

“Coloquei essa foto apenas porque já passei por situações de desmotivação que muitas vezes quase me fizeram desistir.
Essas fotos tem APENAS 4 horas de diferença!
Em uma coloquei uma luz embaixo onde destaca bastante a musculatura (não q eu seja sarada... pelo amor de Deus!) na outra, é uma luz ‘normal’ que vem de cima.
E olhem a diferença... A primeira parece terbebeem mais músculos que na segunda, que estou magrinha (e assim q sou).
Fiz isso apenas pq muita gente se desmotiva vendo fotos de mega saradas dizendo que TUDO aquilo é dieta, treino, mas que existe equilíbrio, q come sorvete e pizza nos finais de semana e blablabla...
Pensem que foto é foto, a realidade mtas vezes é bem diferente do que se vê e muitas vezes é beeeem diferente do que se vê e muitas vezes duvidem de histórias de quem fica falando em saúde o tempo inteiro e que é mega ultra master sarado, puro músculo, pele no musculo só na dieta e no treino pq tá ficando chato e duvidoso.
Por isso sejam regradas, treinem muito, façam dieta mas idealizem o corpo de quem faz o mesmo e não de quem fala uma coisa e faz outra.
Nunca desanimem e tenham como meta de motivação algo real.” (Cristina Torquatto. Acessado em 05/07/2015)



Figura nº28: Simulação de falsificação
 Postado por Cristina Torquatto
 Acessado em 05/07/2015

Essa barriga que ganha valor e significado atinge a categoria de capital, ao conferir poder e reputação a pessoa que a possui. Aquelas que conquistam a tão sonhada barriga *sarada* a ostentam na rede social através de fotos que dão destaque a área, no uso de *tops* que deixam a barriga a mostra, imagens em posturas sentadas nas quais a barriga *sarada* mostra o quanto ela é malhada ao não criar dobrinhas, além da exposição dos treinos para se atingir essa silhueta. Para as que não conseguem conquistá-la, mas que desejam ostentá-la na rede há o artifício de enganar com uma imagem através do uso da luz, uso de filtros ou manipulação em programas de edição de imagem. Há ainda a oferta de aplicativos nos quais é possível inserir a imagem de uma barriga *sarada* sobrepondo a foto de uma barriga considerada normal. O aplicativo *tanquinho mágico* promete a transformação, mas essa só existe dentro do Instagram.

A barriga assume uma posição que já pertenceu aos glúteos, que era a maior preocupação feminina ao entrar numa academia. O interesse em reduzir a gordura da barriga não é novo, mas a construção de um abdômen mais definido e com musculatura saltada parece ter ganhado novos ares com a chegada das *musas*. Até então um abdômen *tanquinho* era benefício masculino, e poderia ser considerado másculo demais para a silhueta das mulheres. Não que algumas mulheres já não o possuíssem, mas deviam ficar relegado as atletas. Mulheres muito fortes eram criticadas e até mesmo ridicularizadas, comparadas as personagens como o Incrível Hulk (referencia aceita pelos homens, mas não pelas mulheres).

Esse capital adquirido através da conquista da barriga *sarada* proporciona a *musa* um poder e um valor que irão destacá-la do grupo, proporcionando uma rede de possibilidades que poderá conferir-lhe ganhos financeiros, status e relações sociais (levando-se em consideração as relações construídas na rede entre perfis, entre *musas* e *seguidoras*, e também fora do Instagram, graças ao reputação adquirida). É importante ressaltar que nem todas as *musas* transformam sua influência em dinheiro através da parceria com anunciantes, o que não as exclui de constituir ganhos por intermédio dessa nova silhueta. Esses ganhos podem vir através de novos negócios próprios, adoção de novas profissões (muitas passam a estudar nutrição ou educação física), ganho de presentes por parte de empresas que querem que as musas usem seus produtos mesmo sem ter a obrigatoriedade de publicar. Assim, utilizando a argumentação de Goldenberg (2010), essa barriga, símbolo da conquista desse corpo *sarado* e saudável, esculpida como uma obra de arte e ostentada como um prêmio, é capital simbólico, econômico e social.

CAPÍTULO 4 - EU SOU O QUE EU COMO

“É sabido que a satisfação das necessidades nutricionais é condição indispensável à sobrevivência dos seres humanos. Mas, ao mesmo tempo, os significados da alimentação não podem ser apreendidos apenas a partir de indicadores nutricionais. Como dito por Fischler (1979: 1), o homem é um onívoro que se alimenta de carne, de vegetais e de imaginário.” (Menasche, 2004, p. 113).

A alimentação é parte essencial dos estilos de vida disseminados pelas *musas*. Tanto quanto *treinar*, fazer dieta é uma prática que caracteriza a forma como elas constroem seus corpos e suas identidades. Comer de forma saudável ou de maneira que permita moldar um corpo forte e cheio de vitalidade integra o projeto de *musa*. Ao longo da pesquisa as questões que envolvem as dietas das observadas foram ganhando espaço, a ponto de acreditar ser importante ter um capítulo exclusivo para discutir esse assunto. E a pesquisa de campo *off-line* que inicialmente seria realizada nas academias, tomou novo rumo com a participação nos cursos de culinária oferecidos por alguns perfis.

Nesse capítulo pretendo discutir as questões que fazem da alimentação uma ferramenta não só para a construção de um corpo forte e saudável, assim como o *treino* que vimos no capítulo anterior, mas que também contribui para desenvolver a identidade e a reputação da *musa*. Através da forma como se alimentam, alguns perfis optam por quase não mostrar o corpo, mas transformam seus espaços em manuais de receitas culinárias. E fazem disso suas ocupações, passando a estudar nutrição ou a oferecer cursos de culinária *fit*.

Para tanto irei dividir o capítulo em quatro partes. Na primeira abordarei a comida limpa que as *musas* pregam como caminho para a saúde do corpo. Discutirei também o movimento contra a alimentação industrializada e a busca por uma comida natural e saudável. Na segunda parte, apresentarei as dietas e as práticas alimentares voltadas para a construção dos corpos, os vilões e mocinhos dessa nova culinária. Na terceira parte faço uma discussão sobre a forma como os suplementos são valorizados na dieta das *musas*, e contribuem para fornecer poderes que tornam esse corpo imune aos riscos das doenças ou a falta de saúde. Na quarta parte falarei da minha experiência com os cursos de culinária, como são realizados, de que forma evoluíram no período de pesquisa e como contribuem para a construção de identidades saudáveis.

4.1 Comendo limpo

“A antropologia sempre se interessou pelo ato de comer, pois o comportamento relativo à comida demonstra manifestações culturais e sociais e causam estranhamento entre os diferentes povos. É um aspecto que permite uma observação abrangente e uma possível compreensão da alteridade.” (Roim, 2014, p. 128)

A alimentação das observadas é parte fundamental na construção desse corpo *sarado*, as próprias afirmam que não seria possível conquistar os objetivos desejados sem cuidar da comida. É uma combinação entre o treino e a dieta que, segundo elas, atua na manipulação da anatomia em prol da conquista de um corpo belo, *sarado* e saudável.

Em abril de 2014 ao ler uma matéria que falava sobre alimentação⁶³, fotografei uma parte que dizia: - Passado: Eu Sou O Que Visto Futuro: Eu Sou O Que Como. Postei a imagem e usei duas *hashtags*, com cada uma das frases. Após a postagem fui verificar quantas vezes cada uma havia sido compartilhada ou utilizada e vi que #eusouoquevisto só tinha uma única postagem, a minha⁶⁴. E a segunda #eusouoquecomo tinha 762 publicações. Isso chamou a minha atenção para o quanto a alimentação faz parte da construção de identidade dos indivíduos. A partir daquilo que se come é possível se representar nos campos cultural, político, coletivo e individual.

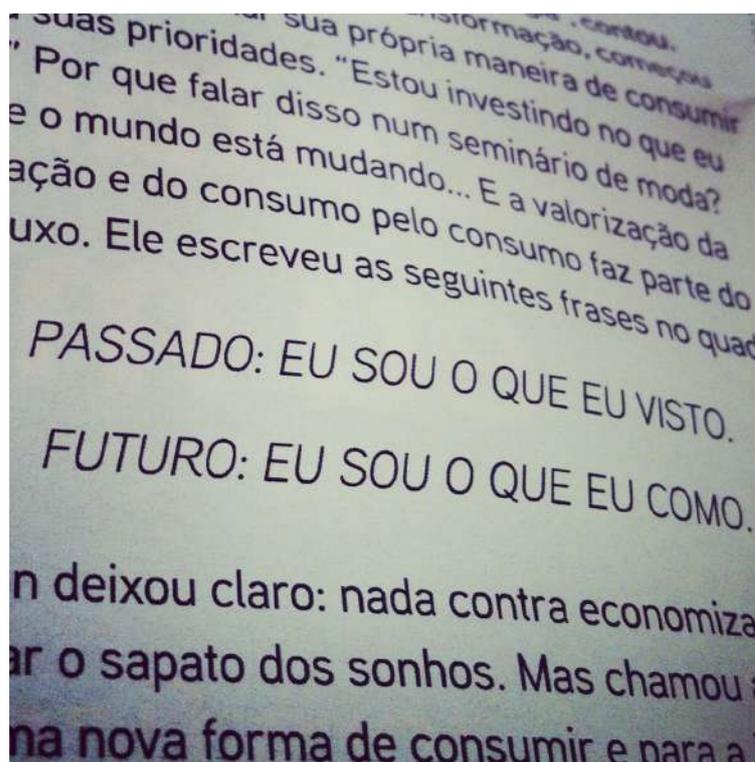


Figura nº28: Eu sou o que eu como
Postado por mim em 13/04/2014

“Barbosa assinala uma transição do ato de comer como a passagem de uma atividade corriqueira, prazerosa, privada e familiar para uma prática altamente consciente, regulada e política. Neste contexto indica as origens múltiplas da complexidade atual

⁶³Fonte original perdida

⁶⁴Fiz isso em 19 de abril de 2014 e aproveitei para verificar no momento da escrita desse trabalho quantos compartilhamentos ou usos cada um teve. A #eusouoquevisto continua com uma única publicação, a minha mais uma vez, e #eusouoquecomo tem 3.975 publicações. (Acessado em 22/07/2015)

do campo da alimentação: o conhecimento científico sobre a nutrição humana e a medicina; o movimento ecológico, que pauta as implicações ambientais decorrentes do tipo de alimentação que as sociedades ocidentais contemporâneas adotam; os movimentos sociais em defesa de populações que vivem de métodos tradicionais de produção e se encontram ameaçados pelas transformações ocorridas no campo; os movimentos em defesa dos animais; o processo de globalização; e o desenvolvimento das ciências sociais que vêm abordando os fenômenos de forma mais processual e relacional, por meio da análise de redes.” (Barbosa apud Portilho, Castañeda e Castro, 2011, p.100).

Então, para iniciar essa discussão é preciso saber que o Instagram oferece um espaço para a discussão sobre a alimentação ao ser usado pelos usuários para postar suas refeições. Essa prática inicialmente parecia ter como intenção mostrar uma refeição especial, a ida a um restaurante, ou uma alimentação exótica durante uma viagem. Essas imagens passaram a ser publicadas com frequência, dando a esse rede o apelido de ‘o maior cardápio virtual’. Esses registros se tornaram também diários de dietas, como aqueles pedidos por programas de emagrecimento para serem feitos com o intuito de saber o que a pessoa come durante o dia e assim permitir analisar e organizar um plano de reeducação alimentar.

Dessa forma, os atores sociais agiram sobre essa rede com um novo uso que não havia sido previsto por seus criadores. A prática de fotografar a comida não é recente, mas também não acontecia com a frequência dos dias atuais. Os pratos hoje recebem cuidados na hora da fotografia com a intenção de valorizar aquilo que se posta. A decoração, com o cuidado na disposição dos alimentos para que sejam mais atraentes nas fotos, faz com que todas as refeições pareçam ser feitas em restaurantes ou por especialistas e chefs⁶⁵.

O termo *gourmetização* provém da palavra *gourmet*, que foi difundida pelo gastrônomo francês Jean Anthelme Brillat-Savarin no livro “A fisiologia do Gosto” de 1825 para designar aquele que tem um paladar mais apurado. Há também a definição de que a palavra pretende classificar um tipo de comida como pertencente a alta gastronomia. O ingrediente é mais caro ou mais raro, fazendo com que se torne distinto da comida trivial ou de valor mais baixo. A questão da origem do alimento também pode influenciar a sua denominação como *gourmet*.

Têm acesso a alta gastronomia aqueles que podem pagar por ela, portanto não é uma culinária para todos e sim para poucos. Para Menasche (2004, p.114), “perpassada por valores simbólicos, as escolhas dos alimentos podem indicar *status* de um indivíduo em uma

⁶⁵O termo chef é usado para designar *chefs de cuisine* ou chefe de cozinha, que é aquele que cuida da cozinha de um restaurante, hotel. Geralmente é quem prepara os menus, escolhendo o cardápio que será oferecido, também coordena a equipe e a qualidade das refeições.

sociedade, assim como a cozinha de um grupo social, agindo na conformação da relação de pertencimento de seus membros, expressa sua identidade”.

Com a intenção de tornar o alimento mais nobre, a alta gastronomia se preocupa também com a apresentação da comida no prato, investindo na estética como forma de valorização e distinção. As refeições geralmente são servidas em pequena quantidade mas com uma decoração primorosa. O conceito defendido pelos *chefs* é que a comida deve instigar, ser criativa, despertar os sentidos. A apresentação deve então ser cuidadosa, para elevar aquela refeição a categoria de obra de arte, e torná-la distinta das demais.

Mas a definição *gourmet* começou a ser aplicada também para denominar alimentos *premium*, mais caros, de forma que esses pudessem se relacionar as simbologias da alta gastronomia apenas pela adoção do termo. E atualmente até a culinária mais comum vem usando o título de *gourmet*. Como exemplo o brigadeiro *gourmet*, ou o hambúrguer *gourmet* que passaram a usar ingredientes mais refinados, raros ou inesperados de forma que ultrapassam os limites da trivialidade e ganham *status* de iguarias. Esse uso da categoria *gourmet* e a mudança da culinária recebeu o termo de *gourmetização*. O apuro estético, o uso de novos ingredientes e a ritualização da experiência gastronômica fez do comer uma das atividades mais valorizadas, dignas de serem retratadas e compartilhadas.

“A história da gastronomia explica-se, pelas manifestações culturais e sociais como espelho de uma época. Nesse sentido, o que se come é tão importante quanto quando, onde, como e com quem se come. Enfim, este é o lugar da alimentação na História, que espelha a vida e cria rituais que legitimam o compartilhar com a necessidade de transmissão de valor.” (Freire, 2011, p.455)

Comer também está relacionado a uma experiência cultural, quando alguém viaja para uma outra cidade ou país, provar a culinária local faz parte da busca por conhecer aquela cultura, as tradições e como os nativos vivem. O que pode ser uma especiaria em um lugar em outro pode ser algo trivial, ou até mesmo representar um tabu de alimentação.

Sahlins (2003) fala sobre essas questões de alimentação em seu trabalho sobre a preferência de comida e o tabu nos animais domésticos americanos. Segundo o autor, a sociedade americana, alimenta-se da carne de alguns animais enquanto a outros dá um lugar de membro da família, como acontece com o cachorro. Na comparação ao tratamento dado a cavalos, cachorros, porcos e bois, Sahlins discute de que forma a carne desses animais é classificada como comestível ou não. Uma sociedade que tem a carne como alimento central da refeição, e relaciona a ela o masculino, a força e a virilidade. Entretanto, o cavalo e o cachorro são tratados como animais domésticos, enquanto o porco e o boi animais comestíveis. “A razão principal postulada no sistema americano da carne é a relação das

espécies com a sociedade humana” (p.174). Ao cão é consagrado um espaço de destaque, é até representado como “o melhor amigo do homem”. Já o cavalo é um animal usado para fins de trabalho. Assim os dois animais participam dessa sociedade na condição de sujeitos. Enquanto os bois e porcos são objetos, criados para a alimentação ou para venda, não estabelecendo uma relação com os homens. Assim, comer um animal com o qual se tem uma relação entre sujeitos, de amizade é considerado um tabu, algo inaceitável ou proibido. Mas se na cultura americana o cão é sagrado, em alguns lugares da China ele é alimento.

Nas fotos de viagens, é comum observarmos pessoas em restaurantes ou imagens de pratos sendo compartilhados. Faz parte de mostrar o que se viveu na viagem e como se relacionou com a cultura local. “Comer certos pratos é ligar-se ao local ou a quem o preparou” (Freire, 2011, p.456). Assim, as imagens de refeições são publicadas frequentemente no Instagram, com a intenção de se relacionar com uma cultura, pessoa ou experiência, mas também com o desejo de se criar uma identidade individual de destaque. Através dessas imagens mostram escolhas, posicionamentos, distinções e simbolismos.

A postagem dos alimentos é uma prática frequente entre as *musas* e muito esperada pelos *seguidores*. Com a publicização de suas refeições, elas pretendem mostrar como se alimentam e também comprovar que seguem uma dieta que intitulam como saudável. Para postar essas imagens, valorizam a apresentação estética e a escolha dos alimentos. É comum postarem fotos das compras no carrinho de supermercado. A comida para elas é tão importante que alguns perfis postam mais a alimentação do que os exercícios físicos.



Figura nº29: Compras de comida limpa
Postado por Daniela Alves
Acessado em 09/03/2014

Através dessas imagens as observadas propagam um discurso de alimentação *limpa* e natural, caminhando em oposição aos produtos industrializados encontrados com frequência no modo de se alimentar dos brasileiros. A defesa da comida *limpa* transforma o ato de comer em um ato político. Deve-se começar a pensar o que se come, de onde vem, e se os benefícios propagados nas embalagens pela indústria alimentícia são verdadeiros ou não. As discussões são acaloradas e envolvem acusações de falta ou inconsistência de comprovação científica. A ciência é constantemente usada como confronto dessas postagens e também como comprovação das mesmas.

Assim para compreender melhor a relação das *musas* com a alimentação é preciso discutir o que elas querem significar ao defender a comida *limpa*, em oposição à comida industrializada. O que significa comida *limpa* e comida de verdade propagada pelas *musas* através de imagens e textos? E o que os produtos industrializados representam nesse campo? Essas questões serão discutidas de modo a compreender como esses conceitos estão relacionados às identidades que desejam construir nessa rede.

As pesquisas científicas são utilizadas como forma de legitimar o que é bom ou ruim para o corpo em termos de alimentação. Quando um produto é lançado as empresas utilizam essas informações de pesquisas e dados científicos para comprovar a veracidade dos benefícios que o produto promete. As propagandas e as embalagens são os veículos mais utilizados para carregar essas mensagens. Nas caixas de cereais é possível ler que são bons para o colesterol, sucos oferecem antioxidantes, a embalagem do peixe comunica que ele tem ômega 3. As empresas alimentícias fazem associações do uso do produto com a saúde e, em alguns momentos podem até fazer com que alguns produtos pareçam saudáveis.

Esses dados científicos são utilizados para se criar uma ideia de que os alimentos previnem e curam doenças. Mas as postagens das *musas* falam que a comida cura mas também pode intoxicar o corpo. Frases como “toda vez que você come está alimentando doenças ou se prevenindo delas” deixam essa noção clara, pois permite pensar que o ato de se alimentar está relacionado a alimentos bons e alimentos ruins.

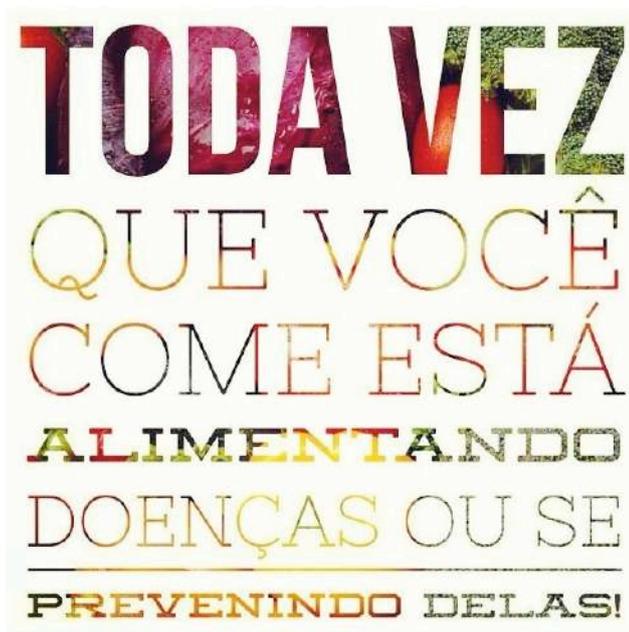


Figura nº30: Alimento previne doenças
 Postado por Aline Rodrigues
 Acessado em 28/01/2014

A alimentação é pensada a partir dos discursos nutricionais. Os nutrientes são vistos como os responsáveis por alimentar o corpo. A discussão sobre a comida é feita a partir desses nutrientes e de como cada um deles pode produzir benefícios ou malefícios para quem os ingere. O entendimento do corpo e de como a comida pode contribuir para o seu melhor funcionamento está presente nos textos e nas postagens.

“O campo da alimentação passa a ser entendido como “ciência nutricional”, uma vez que a nutrição se tornou um dos mais significativos campos da medicina preventiva e um agente estruturante das escolhas alimentares contemporâneas. A nutrição contraria, ao mesmo tempo, os interesses agrícolas, da indústria alimentar, da comida nacional e das políticas nutricionais. Desta forma, as conexões entre o alimento e o corpo podem evidenciar conflitos entre diferentes interesses: políticos, de negócios e da ciência.”(Portilho, Castañeda e Castro, 2011, p.104).

Para as *musas*, essa noção é fundamental para a compreensão do que pode ser consumido e o que não pode ser adotado em suas dietas. Como estão sempre amparadas por nutricionistas, esse discurso médico e nutricional faz parte dos debates e enfrentamentos. A leitura dos rótulos com a discriminação dos ingredientes e da tabela nutricional é estimulada pelas observadas, que dizem ser importante saber exatamente o que se ingere.

“A vida é boa...Com alimentos saudáveis fica melhor ainda! Muitos nutrientes reunidos num potinho só! Tem iogurte integral natural (rico em cálcio, proteínas, vitaminas lipossolúveis e bom pra flora intestinal) + Aveia (triptofano, fibras solúveis:beta-glucanas) + farinha de coco (fibras e gorduras boas) + Chia e Linhaça (fibras e ômega 3) + morangos e mirtilos (vitaminas, antioxidantes, fibras) + tiquinho de mel (minerais e antioxidantes)! Nada disso precisaria ser dito, basta comer de

forma criativa e variada, alimentos pouco processados e pronto! #comidaverdade Ah, e ao contrário do que se pensa, as proteínas animais não atrapalham a absorção de cálcio pelo organismo, na verdade a proteína AUMENTA a absorção e aumenta também a excreção de cálcio pela urina, com isso criou-se esse mito de que a proteína contribui para osteoporose, pois achou-se que as pessoas estavam fazendo xixi de cálcio e mandando ele embora! Mas não é bem assim que funciona... Ou ainda existe a ideia de que a proteína "acidificaria" o organismo e assim ocorreria uma "desmineralização dos ossos" para equilibrar o PH sanguíneo...Gente, tudo mito! Pior que antes de estudar e ler muito eu já cheguei a acreditar em algumas coisas, mas percebi que as pessoas falam muita besteira na mídia (instagram inclusive) e infelizmente nos consultórios também.. Mas os estudos mostram que não existe dieta que altere o PH sanguíneo, que proteína aumenta absorção de minerais(ao invés de reduzir), que dieta "acidificante" não causa câncer e que dieta alcalinizante não existe! Vejam, eu pessoalmente não tenho nada contra ou a favor de nada disso, apenas não posso ir contra as evidências. Se alguém quiser, me peça os estudos por email que eu mando. Já falei demais, vamos comer! #Nutrição#realfood#iogurte” (Tina Uzzi. Acessado em 21/07/2015)

Aqueles, que segundo, as pesquisas científicas forem benéficos são os considerados saudáveis e os que tiverem indícios de malefícios são os não considerados bons para a saúde. O sódio e o açúcar são os mais destacados no papel de vilões, mas não estão sozinhos e são acompanhados do glúten, da lactose e da gordura trans. O glúten e a lactose estão inclusive relacionados a doenças alérgicas, muito comentadas atualmente. Os celíacos são aqueles que são alérgicos ao glúten e os intolerantes a lactose são aqueles que possuem dificuldade em digerir o leite, que é diferente dos que possuem alergia ao leite. Mas a retirada do glúten e da lactose nas dietas atuais são realizadas até pelos que não sofrem dessas alergias e problemas. Os dois são vistos como ameaças ao corpo.

Em contrapartida há também os alimentos bons para a saúde como as verduras, os legumes, aqueles que são considerados naturais, pois chegam ao prato dos indivíduos sem grandes alterações ou manipulações. É claro que dentro desse campo do natural há ainda a disputa com os orgânicos, considerados mais naturais e saudáveis do que aqueles que não são denominados como tal. Há então uma hierarquização entre os alimentos considerados naturais e saudáveis, sendo aqueles mais próximos da produção sem adição de agrotóxicos os considerados os mais indicados. Melhor do que os orgânicos seriam aqueles plantados nas próprias casas, em quintais ou hortas. Pois a sua produção seria mais conhecida, mais próxima de quem consome os alimentos. Mesmo alguns que moram em apartamentos, começam a criar pequenas hortas, para assegurar uma pequena produção para a família.

Existem também os que são bons para a construção do corpo como a batata doce que é a mais utilizada no pré-treino, virando até alimento para o café da manhã e substituindo o pão e a manteiga, alimentos mais tradicionais para essa refeição no Brasil. O índice glicêmico é o responsável por fazer da batata doce item indispensável na dieta das *musas*. Pois faz com que

libere energia ao corpo de modo equilibrado, sem risco dos picos de insulina que levariam o organismo a estocar gordura. Em seguida vem o aspargo, que por conter glutamina, uma proteína muito utilizada na construção de novas fibras musculares, se tornou um dos alimentos mais valorizados. Entretanto a batata doce ganha em destaque pois aparece em opções para quase todas as refeições sendo que alguns a usam também como sobremesa.

“Pausa pra batata doce com canela (três emojis de batata doce). Hoje ela foi minha sobremesa. #comidaverdade#foco” (Tina Uzzi. Acessado em 18/07/2015).

Os alimentos são então desmembrados em seus nutrientes e são divididos entre os que fazem bem a saúde e os que não fazem, e os que contribuem para a construção de um corpo *sarado* e os que detonam esse corpo. Com o objetivo de comprovar essa afirmação, uma das *musas* que também é *personal trainer* propôs um desafio *on-line*, de se alimentar apenas com alimentos que são vendidos como saudáveis ou indicados até mesmo por nutricionistas para dietas saudáveis, mas que na verdade não contribuiriam para um estado sadio e nem para manter um corpo sarado.

Segundo uma das observadas em entrevista a um *blog*⁶⁶, a sua alimentação, anterior ao projeto em questão, consistia em poucos industrializados, frutas, alimentos como arroz negro, quinoa, grão de bico e pouca carne vermelha. A proposta era ter variedade na alimentação para poder evitar nutrientes vindos de um só alimento, então evitava comer a mesma coisa todo dia. Já no projeto saúde #sqn⁶⁷ ela comia pães integrais, soja, biscoitos *light*, chás de caixinha, gelatina *light* e iogurtes. Alimentos considerados por ela próximos da alimentação convencional. O resultado foi mostrado diariamente no Instagram. E para ela, a maior diferença foi o abdômen dilatado, aumento de gordura abdominal, celulites nas pernas e sensação de cansaço e desânimo. Tudo isso acompanhado de uma vontade constante de comer doces, o que foi comparado a um vício. Mostrava assim que os alimentos não saudáveis podem levar a uma desconstrução do corpo saudável, belo e malhado.

“Fia, dizem que preto emagrece né. Meu peso aumentou 1kg, não notei ainda muita diferença no meu corpo, mas a barriga está começando a mudar (emoji caindo chorando) a dor de cabeça continua desde de domingo (emoji) e a vontade de comer doce só aumenta (emoji) Isso é assustadoramente bizarro: o vício do açúcar!!” (Paula Lima, acessado em 25/03/2014)

⁶⁶ Disponível em: <http://www.dietadelicia.com.br/2014/06/entrevista-com-maira-tavares-sobre-seu.html>
Acessado em 22/07/2015

⁶⁷ Sqn é a abreviação das palavras “Só que não”, muito usada na internet para contradizer aquilo que acabou de falar.



Figura nº31: Projeto Saúde #SQN
Foto Blog dieta delícia
Acessado em 22/07/2015

É importante escolher bem o que se ingere e como combinar os alimentos. Conhecer os nutrientes e de que forma eles agem no organismo. As opiniões dos nutricionistas são constantemente usadas para validar as escolhas, entretanto ser um nutricionista não faz com que todos aceitem ou concordem com a opinião dele. Por exemplo, logo no início do campo, um grande impasse aconteceu em um dos perfis por causa de uma postagem sobre o cereal Nesfit e a Nutella. De acordo com a tabela nutricional a Nutella tinha menos sódio do que o Nesfit, cereal que promete um corpo magro em 14 dias. Uma das observadas então fez um comentário que seria melhor comer a Nutella. O mesmo perfil, disse que não estava dizendo que a Nutella era saudável, mas que em comparação com o cereal ela seria uma opção melhor e mais gostosa. A provocação tinha intenção também de discutir as postagens de algumas musas que estavam fazendo *publiposts* do Nesfit como um alimento saudável e bom para dietas de emagrecimento. E também aos nutricionistas que indicavam o cereal como opção de alimentação nas dietas. O embate foi longo e gerou discussão em outros perfis. Uma nutricionista que nos comentários falou ser a favor da indicação do cereal foi acusada de ser uma profissional com pouco conhecimento ou mesmo irresponsável. Cito essa passagem para dizer que nem sempre a fonte científica ou a formação acadêmica é aceita, e que também não há unanimidade entre as pesquisadas entre o que é bom e o que é ruim para o corpo.

Com intenção de ampliarem seus conhecimentos nutricionais algumas *musas* iniciaram cursos de graduação em nutrição. O valor conferido a instrução científica é alto e

para que possam ter credibilidade com os *seguidores* elas buscam na formação apoio para seus discursos e postagens. Comentam também que a intenção é aprender mais para si mesmas e para poderem ajudar aos outros em busca de uma vida mais saudável. É comum também postagens com dados científicos e explicações sobre os produtos ou alimentos. Abaixo o texto de uma dessas postagens que compara sucos light em pó a limpa-vidros, alvejantes, detergentes e desinfetantes devido as suas propriedades.

“Olhando as informações nutricionais a primeira coisa que se pensa é: ganhei na loteria \o/Quase nada de calorias, zero carboidrato... Mas sossega pq isso tá looonge de ser perfeito. O principal ingrediente do suquinho é a maltodextrina que é um CARBO COMPLEXO, proveniente da hidrólise do amido, cuja absorção é mais rápida pelo nosso organismo.

Então, se é um carboidrato, como que aparece 0gde carboidrato na tabela nutricional?A nossa legislação permite uma margem para esses ingredientes aparecerem como zero.

Contem 3 tipos de corantes sendo que 1 deles é o corante caramelo (existem vários tipos e alguns deles são comprovadamente cancerígenos).

Outro ingrediente em quantidade é o aspartame (Enfermidades ativadas: tumores cerebrais, esclerose múltipla, epilepsia, síndrome de fadiga crônica, doença de Parkinson, Alzheimer, retardo mental, linfoma, defeitos de nascimento, fibromialgia, e diabete. Alguns livros classificam aspartame como “veneno químico”)Contem ainda Ciclamato de Sódio que os malefícios são imensos sendo o principal danos neurológicos.

Lembro ainda que essa substância é PROIBIDA (pelo Federal Drugs Administration) nos Estados Unidos. Mas no Brasil tudo pode #Sem ComentáriosApesar desses corantes, adoçantes e espessantes estarem liberados por lei, alguém saberia me dizer as consequências do consumo a longo prazo?

Mais parece o rótulo da composição de um produto de limpeza #falo mesmo Pois bem, muita química para nenhuma vantagem!Tá com sede? Bebe água #ConsulteSeuNutricionista #healthlifestyle #eatclean”

(Cristina Torquato, acessado em 19/01/2014)

Na postagem acima é possível notar que o posicionamento do Estado em relação à legislação para os alimentos é cobrado e esperado. Nem sempre as leis aplicadas no Brasil são aceitas, como mostrarei no subcapítulo sobre suplementos. A comparação com os Estados Unidos é comum, pois no país há um vasto mercado de alimentos e suplementos chamados de saudáveis, apesar de serem também reconhecidos pela comida *fast food*. O ato de se alimentar é um ato político e envolve não só o Estado como também seus cidadãos.

A importância de saber o que se come, como aquilo é produzido, cresce no interesse das pessoas que estão em busca de uma alimentação saudável.

“Como no caso paradigmático para a politização da alimentação, tem sido apontado escândalo da doença “encefalopatia bovina espongiforme” (*Bovine Spongiform Encephalopathy – BSE*), popularmente designada como doença da vaca louca”, ocorrido na Inglaterra em 1996 devido à reciclagem, sem controle, de carne, ossos, sangue e vísceras usados na fabricação de ração animal. Tal escândalo provocou reações em cadeia em todo o mundo e fez emergir uma forte consciência do risco, abalando a confiança pública nas instituições políticas e científicas e desencadeando

um amplo debate sobre as consequências da produção de “comida barata” na esfera pública inglesa. Com a eclosão de outros escândalos alimentares – como a febre aftosa, a salmonela e a “gripe suína” – e o advento dos organismos geneticamente modificados, a partir da década de 90, a alimentação deixou de ser uma questão debatida apenas nos círculos restritos que definiam as políticas de segurança alimentar e nutricional para ganhar a grande mídia, o debate público e a esfera das decisões cotidianas de uma nova “agenda da mesa da cozinha”, em especial no contexto europeu. Com isso, a alimentação começa a ser politizada tanto em suas formas de produção, distribuição e comercialização quanto em suas formas e locais de aquisição e preparo dos alimentos.”(Portilho, Castañeda e Castro, 2011, p.100)

Com a preocupação por saúde, todos os assuntos que permeiam o tema passam a ser de interesse dos adeptos. Esses querem saber cada vez mais da procedência dos alimentos, como os mesmos são produzidos, quais ingredientes fazem parte, o que cada um deles significa e como agem no corpo. Essa procura por conhecer mais sobre os alimentos confere aos consumidores desses produtos um espaço para reivindicar um posicionamento por parte do governo e também dos produtores.

A alimentação se torna um campo de disputas específicas, segundo Portilho, Castañeda e Castro (2011), ao criar relações de poder nele e por meio dele. Os riscos envolvidos na compra e ingestão de alimentos fazem com que os temas como meio-ambiente, tecnologia, legislação, métodos de produção se tornem temas de discussão e lutas.

“Na perspectiva da alimentação como governamentalidade, a comida surge como mediadora das relações entre o Estado, às corporações e os indivíduos e, ainda, entre a nação e seu corpo humano, envolvendo, assim, a socialização dos membros da família como bons pais, boas crianças e bons cidadãos, bem como a construção de sujeitos éticos e de probidade moral. Em relação à crescente percepção dos riscos na alimentação, destacam-se estudos sobre reflexividade institucional, incerteza e confiança. Se o que é considerado perigoso na comida escapa aos sentidos, a confiança em relação à comida passa a ser abstrata, envolvendo “políticas discursivas” e formas de construir e organizar o debate público, publicizando ou silenciando sobre os riscos. Finalmente, a dimensão da comida como natureza envolve uma imagem idealizada desta última, oposta à cultura e tecnologia, que captura nossa imaginação do que é bom, saudável, verdadeiro e autêntico.” (Portilho, Castañeda e Castro, 2011, p.103)

O tratamento do alimento como combustível para o corpo é uma referência constante e não é limitado aos tempos atuais. Para Bercito (2011), já na década de 30 e 40, período que a autora discute em seu trabalho sobre os trabalhadores na indústria de São Paulo, a alimentação era vista como a fonte externa necessária para o funcionamento do corpo-máquina. A comida do trabalhador é que faria com que ele tivesse vitalidade para o trabalho, e a quantidade e qualidade deveria ser proporcional ao empenho realizado.

“O bom desempenho do trabalhador, nos termos da economia corporal, seria a alimentação. A ‘ração’ – termo usado para as refeições do operário no trabalho – deveria ser estipulada de acordo com a quantidade de esforço despendido, para ‘compensá-lo do desgaste específico que o seu trabalho pudesse determinar’. Nisso,

confirmava-se o entendimento do corpo como máquina e da alimentação como combustível.” (Bercito, 2011, p.398)

O corpo-máquina do trabalhador precisa alimentar-se para ter condições de executar suas funções. As refeições são ‘rações’ que irão ‘injetar’ energia para ser usada como força de trabalho. Assim a ideia de comida como combustível para o corpo é usada e replicada. A comida considerada saudável seria o melhor combustível para esse corpo.

Os discursos sobre alimentação envolvem não só o corpo mas também a mente e a alma. O valor não está apenas nos nutrientes mas no processo de produção, em quem produz, na energia que o alimento oferece, e no embate entre o natural e o industrializado. Esse discurso é claro nas postagens das musas que defendem o comer *limpo*, sem os aditivos da comida industrializada.

“Não vamos inventar minha gente! +Mais Feira –Menos Supermercado e boa noite #healthylifestyle #simplelife” (Cristina Torquatto e Acessado em 20/07/2015)

“Como saber se o produto é orgânico, mesmo? Para vender na feirinha, o produtor sem certificação deve apresentar um documento chamado Declaração de Cadastro, que demonstra que ele está cadastrado junto ao MAPA e que faz parte de um grupo que se responsabiliza por ele. Neste caso, só o produtor, alguém de sua família ou de seu grupo pode estar na barraca, vendendo o produto. Essa Declaração deve ser mostrada sempre que o consumidor e a fiscalização pedirem. Já os produtos vendidos em mercados, supermercados, lojas, devem estampar o selo federal do SisOrg em seus rótulos, sejam produtos nacionais ou estrangeiros. Se o produto for vendido a granel deve estar identificado corretamente, por meio de cartaz, etiqueta ou outro meio. Os restaurantes, lanchonetes e hotéis que servem pratos orgânicos ou pratos com ingredientes orgânicos devem manter a disposição dos consumidores listas dos ingredientes orgânicos e dos fornecedores destes ingredientes. Fonte: agricultura.gov.com.br” (Marcia Porto. Acessado em 21/07/2015)

Em seu trabalho sobre alimentos transgênicos, Menasche (2004) apresenta o princípio da incorporação de Fischler (1993), no qual se supõe que ao incorporar as propriedades de um alimento, acabamos por nos tornar aquilo que comemos. O alimento pode contaminar aquele que o ingere, ele transforma e atua na essência do indivíduo e na sua própria identidade. Assim, a preocupação com a escolha do alimento cria uma ansiedade, que para Fischler está baseada no paradoxo do onívoro, no qual o ser humano busca alimentos variados para suprir a sua necessidade de nutrientes, mas ao mesmo tempo teme experimentar alimentos novos pelos perigos que esses possam oferecer. Por essa dualidade, as pesquisas científicas são tão valorizadas, visto que fornecem informações que podem atenuar essa tensão.

Essa inquietação aumenta diante dos aditivos químicos, conservantes, agrotóxicos incorporados aos alimentos modernos. Esses componentes criam nos consumidores uma preocupação por não saberem exatamente o que são e como podem reagir ao serem incorporados. Os medos de uma incorporação inapropriada fazem com que muitas pessoas

questionem de onde vem o alimento, como ele foi produzido e se foi adicionado a ele algum elemento que tenha o poder de mudar suas propriedades, e assim seus benefícios.

Menasche (2004) também apresenta do conceito de consumidor puro de Cazes-Valette (1997). Esse consumidor puro⁶⁸ seria aquele que teria menor proximidade com o processo de produção, tendo assim mais desconfiança de como aquele alimento chega a sua mesa. Com a intensificação da produção industrial dos produtos agropecuários e da indústria agroalimentar, novos elementos passaram a ser adicionados aos alimentos com o objetivo de dar-lhes maior produção e durabilidade. Muitas vezes esses produtos podem ser confundidos com os produtos mais naturais, deixando ao consumidor a dúvida do que está sendo consumido.

“Desta forma, a partir da multiplicação de opções alimentares e alterações ocorridas no modo alimentar, da constituição do consumidor puro, bem como do processo do substitucionismo, ou melhor, da atualização que acarretam ao dilema do onívoro, podemos apreender a ansiedade urbana contemporânea diante da alimentação.”
(Menasche, 2004, p. 116)

Segundo Menasche, entre os informantes de sua pesquisa sobre alimentos transgênicos, muitos consideram os alimentos comprados no supermercado como sujos, uma vez não se sabe a procedência, como foram cuidados e armazenados. Lavam os produtos e também as embalagens para limpá-los e torná-los consumíveis. Dessa forma se livrariam das impurezas físicas e simbólicas. A sujeira dos alimentos, ou a alteração dos mesmos poderia torná-los suscetíveis a causar doenças naqueles que o ingerem, prejudicando o bom funcionamento do corpo. Assim, segundo a autora, “pode-se precisar que essa ansiedade é substanciada a partir da associação entre o desconhecido e sujeira – ou impureza, desordem -, por sua vez percebida como não-saudável, fonte de doenças”(Menasche, 2004, p.120).

A comida industrializada é relacionada a esses elementos desconhecidos, ela é então considerada suja, e pode atrapalhar quem deseja uma vida mais saudável. As *musas* costumam fazer postagens nas quais condenam a ingestão de produtos industrializados uma prática ruim que causa danos ao corpo e a saúde.

⁶⁸ Krone e Menasche (2010, p.02) definem o conceito de consumidor puro: “No passado, os alimentos eram, em boa medida, produzidos e elaborados em pequenas unidades de produção agrícola, enquanto que, na atualidade, grande parte dessa responsabilidade e conhecimento passaram a estar a cargo da indústria, que transformou o consumidor moderno em um ser alienado desses processos, aquilo que alguns autores têm denominado de “consumidor puro”.

“Gente, alimentação cheia de industrializados ruins é totalmente inadequado para quem quer emagrecer e mais ainda para quem quer cuidar da saúde!! #saudesqn#alimentacaosaudavel#escolhassaudaveis#results#progress#shape#fitness#corpo#emagrecer#eatfood#eatclean#dieta#saude#healthy” (Paula Lima. Acessado em 22/07/2015)

Entretanto, não quer dizer que todas as comidas industrializadas estão na mesma categoria. Algumas são aceitas contanto que não tenham tantos elementos químicos. Mais uma vez é importante ler rótulos e a tabela nutricional. Produtos vendidos em lojas de artigos naturais são aceitos, por considerarem que não são industrializadas como as demais. A ideia de um pequeno negócio, uma empresa menor ou alternativa também é bem vista, como também os serviços caseiros de comida. Muitas *musas* os divulgam e falam a favor desse comércio mais preocupado com uma vida saudável. Mas é claro que a comida considerada natural é a mais valorizada e considerada *limpa* e pura, pois não contém nada artificial.

“O natural, fresco, caseiro, próximo, tradicional seria, dessa forma, afirmado em oposição ao artificial, processado, distante, industrializado, moderno” (Menasche, 2004, p. 121). A comida *limpa* é aquela que se enquadra nas noções de natural, fresco e que tem um processo de produção conhecido ou mais próximo do estado de origem do alimento. Em oposição aos industrializados, a comida *limpa* é saudável. E a agricultura orgânica é considerada um exemplo dessa comida sem conteúdos artificiais, sendo compreendida por muitos, como mais próxima do natural.

“Na agricultura orgânica não é permitido o uso de substâncias que coloquem em risco a saúde humana e o meio ambiente. Não são utilizados fertilizantes sintéticos solúveis, agrotóxicos e transgênicos. O Brasil, em função de possuir diferentes tipos de solo e clima, uma biodiversidade incrível aliada a uma grande diversidade cultural, é sem dúvida um dos países com maior potencial para o crescimento da produção orgânica.

Para ser considerado orgânico, o produto tem que ser produzido em um ambiente de produção orgânica, onde se utiliza como base do processo produtivo os princípios agroecológicos que contemplam o uso responsável do solo, da água, do ar e dos demais recursos naturais, respeitando as relações sociais e culturais.”(texto do site do Ministério da Agricultura do Brasil)⁶⁹

Assim, os alimentos orgânicos são considerados mais puros e limpos. Sendo também valorizados pelas *musas* em suas postagens sobre alimentação. Os produtos orgânicos são postados com textos a favor desse tipo de alimento, e também os endereços de feiras orgânicas onde são possíveis encontrá-los. Essa alimentação é mais próxima do que é

⁶⁹ Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/organicos/o-que-e-agricultura-organica>
Acessado em 23 de julho de 2015

considerado natural, pois está conectada a noção daquilo que vem da natureza em adição de elementos desconhecidos.

“Lanche da tarde! Todo mundo sabe que sempre dou preferência a produtos orgânicos, por serem muito mais saudáveis, não possuírem agrotóxicos e nem aditivos químicos! E na seção “BEM ESTAR”, todas as hortaliças, frutas e vegetais são orgânicas!!! #bday#bemestar” (Beta Luna. Acessado em 22/07/2015)

O ato de se alimentar está cercado de ansiedade e medos segundo Menasche (2004), e esses temores fazem com que a ideia de uma alimentação associada a uma idealização do campo seja privilegiada em detrimento aos produtos industrializados. A relação com o alimento envolve assim uma relação cercada de símbolos e subjetividades.

A diferença entre o gosto dos alimentos puros e industrializados não é muito discutida abertamente entre as observadas, mas consideram que a diminuição de sal e açúcar permite sentir mais o gosto da comida. Também acreditam que a comida *limpa* tem o sabor real, sem ser mascarado pelos realçadores de sabor ou pela química incorporada. Algumas *musas* continuam e mantêm o consumo de alguns alimentos produzidos industrialmente e até os doces ou *fast food*, mas não com frequência. Quando se entregam a esse tipo de alimentação com produtos considerados mais artificiais ou com muito açúcar dão o nome de “O dia do Lixo”, que seria um dia em que é permitido burlar a dieta e se entregar aos prazeres da comida açucarada, do *fast food* ou de alguns industrializados como biscoitos recheados e sorvetes, chamados de “porcarias”. Outro termo muito usado para quando saem da dieta é o verbo *jacar*. A expressão, criada nesse meio, vem de “enfiar o pé na jaca” que é usada para expressar situações de exagero, especialmente em relação a bebida ou a comida. *Jacar* denomina esses momentos de entrega a comida proibida, ou vetada na maioria dos dias.



Figura nº32: #jacatime #jacagourmet
Postado por Beta Luna
Acessado em 01/03/2014

Assim, a associação do “dia do lixo” com os produtos industrializados mostra que esses são vistos pelas musas como nocivos e não saudáveis. E por serem considerados lixo é possível pensar que se encaixam na representação do sujo enquanto a comida mais natural e orgânica é a comida *limpa*. O dia do lixo é reservado para os finais de semana, dias reconhecidos como dias de lazer e relaxamento. Nesses dias é permitido sair da dieta e comer aquilo que não é saudável. O dia de *jacar*, representa o dia de perder o controle que se mantém durante a semana.

Aqui o sentido dos excessos remontam a ideia de controle, *jacar* é se permitir sair da regulação exigida durante a semana. Barbosa (2006), apresenta o conceito de Douglas (1966) sobre a limpeza, e coloca esta no cerne da reprodução simbólica da ordem. Também aborda Elias (1979) e Vigarello (1985), que relacionam os hábitos de higiene e limpeza a formas privadas de autocontrole e a diferentes percepções do corpo. Assim, além de relacionada aos conceitos de saúde e não artificialidade pode-se pensar que a comida *limpa* carrega em si relações também com o autocontrole e a busca por ordem, enquanto as “porcarias” representariam o oposto, o excesso e o descontrole.

Comer *limpo* não é necessariamente uma dieta e sim escolher alimentos menos industrializados, sem açúcar e aditivos químicos, optar pelos integrais, e pelos alimentos considerados naturais como legumes e verduras. Comida de verdade é outra forma de se referir a essa alimentação *limpa*. Pois como a comida industrializada é artificial é compreendida pelas observadas que não é um alimento de verdade, vindo da natureza, e sim algo produzido com atributos sintéticos.

A comida *limpa* envolve alimentos não artificiais mas também a preocupação com uma criação mais cuidadosa com os animais, o meio ambiente, os pequenos produtores e com o processo produtivo dos alimentos. Alimentar-se dessa forma é fazer uma escolha consciente, é se preocupar não apenas com que os nutrientes fazem com o corpo, mas como as próprias escolhas podem influenciar a forma como as pessoas vivem. Comer *limpo* também compreende o autocontrole e a vigilância do regime alimentar através das dietas seguidas e postadas nos perfis de *musa* do Instagram.

4.2 É na cozinha que se define um abdômen: Dietas e práticas

No capítulo anterior abordei a forma como a relação do corpo com os músculos e exercícios físicos são fundamentais para trabalhar e esculpir a anatomia. Mas as *musas* são unânimes ao falar que sem a alimentação esse corpo não consegue atingir o objetivo desejado.

A mudança na dieta influencia diretamente nos resultados dos projetos. Por isso, muitos perfis postam suas refeições, alguns até valorizam mais essas postagens do que as de seus treinos.

Os corpos *sarados* e saudáveis são então conquistados através de uma combinação do treino e da dieta. Comer é uma das principais preocupações das observadas. O que comer, quando comer, de que forma os alimentos devem ser combinados e preparados são temas de discussão em seus perfis. Elas escrevem que para construir esse novo corpo é preciso comer, e comer muito. Estão em oposição à ideia de que para emagrecer se deve reduzir a quantidade de comida ingerida. É importante ressaltar que elas fazem exercícios físicos diariamente e com muita intensidade, o que faz com que esses alimentos ingeridos não se transformem em gordura acumulada. Há que se considerar também que os alimentos escolhidos são pensados para gerar os resultados desejados no projeto, através dos nutrientes incorporados e no que cada alimento pode proporcionar ao corpo. Mas ainda assim, para as *seguidoras*, parece haver ali uma receita mágica, na qual é possível comer muito e emagrecer e ainda ter um corpo *sarado*.

Durante o processo de campo li muitas vezes na rede social a frase: “Quanto mais eu como mais eu emagreço”. E cheguei a ouvir pessoalmente a mesma frase, dita por pessoas conhecidas que resolveram se dedicar a um projeto *fitness* parecido com os das *musas*. Comer muito e não engordar, pelo contrário, emagrecer parece ser um sonho para aqueles que vivem em uma sociedade na qual o corpo magro é considerado belo e saudável. Ter ao mesmo tempo o prazer de comer, pois a alimentação é reconhecida como uma atividade prazerosa, mas não ganhar peso.

Alimentar-se não é apenas uma necessidade biológica, ela também está relacionada a momentos de prazer e apreciação. Comer com calma, saborear os alimentos, experimentar novos sabores são atividades valorizadas e estimuladas. Roim (2014) argumenta sobre o investimento conferido ao gosto na contemporaneidade através da degustação. Os cursos e encontros para degustar pretendem superar o paladar, exercitando a busca pelo “gosto verdadeiro” dos alimentos. Uma nova pedagogia do gosto, é preciso aprender a apreciar bebidas como café e o vinho, além de ser capaz de notar as diferenças dos seus ingredientes ou de suas origens. Culinárias exóticas e iguarias também são estimadas e devem ser conhecidas e saboreadas. Até a cozinha caseira e mais tradicional ganha atenção e mérito nesse cenário.

Com o incentivo de estimular sensações, despertar sabores e educar o gosto, o campo gastronômico confere ao prazer um posto de relevância. Não basta saciar a fome, a comida deve dar satisfação sensorial. As pessoas, então, se relacionam com os alimentos de forma a

criar relações de prazer, mas também de culpa. Atividades como comer demais, ingerir alimentos pesados ou considerados pouco nutritivos e sair da dieta podem gerar frustração e ansiedade.

A preocupação com o que comer parece ser constante nas postagens dos perfis. A palavra fome apareceu escrita nos textos e exposta nas imagens muitas vezes. Frases como: “Duas coisas eu tenho de sobra: vontade de ficar magra e fome”, “Perguntar se eu tô com fome é tipo perguntar se eu quero dinheiro”, “Metade de mim é fome, a outra metade é ARREPENDIMENTO de ter comido”, “Uns tem beleza, outros tem dinheiro, e eu tenho fome”, “Vou tatuar o símbolo do infinito na barriga, porque minha fome não tem fim”, “Dos criadores de ‘acabei de comer’: vem aí “ainda estou com fome”. Todas essas frases podem dar a impressão que essas mulheres estão famintas e que estariam tendo uma alimentação pobre, ou que pensam em comida a maior parte do tempo. Mas analisando essas falas, o que as observadas parecem querer mostrar é que apesar de magras e *saradas*, elas valorizam comer bem e frisar que comem muito. Desejam também se afastar da imagem doentia das anoréxicas⁷⁰ e bulímicas⁷¹ que são distúrbios alimentares que acometem mulheres e homens.



Figura nº33: Fome
Postado por Brenda Dazt
Acessado em 16/05/2014

⁷⁰Anorexia é um distúrbio alimentar aonde a pessoa afetada para de comer pois se vê como alguém acima do peso. Com o objetivo de perder peso o doente faz muitas dietas, pratica exercícios físicos com intensidade, jejua e usa diuréticos. Apesar de magro ainda acredita precisar emagrecer.

⁷¹Bulimia é um distúrbio alimentar no qual o doente muitas vezes ingere alimentos em demasia e provoca vômitos ou usa laxantes com o objetivo de não ganhar peso. Como a anorexia acontece com mais frequência com mulheres do que homem, apesar do número de homens que sofrem com esse distúrbio ter aumentado nos últimos anos. Os dois envolvem problemas com a auto imagem.

Alguns *seguidores* criticam as *musas* sobre as práticas alimentares, como se elas estivessem propagando algum tipo de dieta restritiva e que pudesse levar a um distúrbio alimentar. Também são criticadas por falar sobre dietas e alimentos apesar de não terem formação acadêmica na área de nutrição. Para resolver essa situação algumas compartilham informações de seus nutricionistas, ou chamam esses profissionais para fazerem *posts* em seus perfis de *musa*.

Segundo Freire (2011), a história da alimentação da humanidade revela uma história de fome. Usa como exemplo a peste negra na Europa Ocidental durante a Idade Média, quando os campos foram devastados fazendo com que a fome imperasse. A escassez de comida, então, faz com que a mesma seja valorizada e quem a obtiver com fartura é considerado privilegiado. Assim, como já citei anteriormente, o corpo gordo já foi interpretado como símbolo de fartura e riqueza. A barriga do burguês significava símbolo de *status* e prosperidade, segundo a autora.

Mas em 1975, a Organização Mundial da Saúde (OMS) considerou a obesidade como uma doença crônica responsável por gerar doenças como diabetes, hipertensão, doenças do coração, elevação do colesterol, maior produção de insulina e invalidez. “Segundo a OMS, atualmente o mundo conta com mais obesos que desnutridos.” (Freire, 2011, p.458). Em prol de reduzir os altos índices de obesidade a Comissão de Saúde da Prefeitura de Nova Iorque proibiu a venda de refrigerantes de mais de 500 ml em estádios, restaurantes e lanchonetes. Já a Dinamarca, segundo Freire, tenta erradicar os altos índices através da proibição de gorduras prejudiciais a saúde.

Para a psicanálise, os problemas com a alimentação podem estar relacionados ao medo de morrer de fome (Winnicot apud Freire, 2011). E ainda com questões de afeto, como prossegue a autora, “pois acreditando que o alimento é uma forma de afeto, é possível entender que alguns desenvolvam uma relação doentia com a alimentação, exatamente pela impossibilidade de bem decodificar as mensagens, eventualmente duplas, que tenham recebido em sua primeira infância”(Freire, 2011, p. 470). A obesidade e a anorexia seriam então, desse ponto de vista, formas distintas e paradoxais de se lidar com as relações construídas entre os indivíduos e a sociedade, tendo a comida como ponto central na forma como os mesmos constroem suas identidades e representações corpóreas.

Outra forma de se analisar esses transtornos é pela noção de excesso, a palavra ‘problema’ seria então sinônimo de excesso. Para Freire, “na bulimia, e na obesidade come-se

demais, na anorexia o não comer é demais e, na vigorexia⁷², faz-se exercícios demais” (2011, p. 473). O exagero é desse modo, relacionado aos desvios e problemas, e em decorrências do mesmo, causador de doenças, distúrbios e enfermidades. Esses excessos devem ser então evitados de forma a não colocar em risco a saúde do corpo.

4.2.1 Adoção de novos hábitos alimentares

A alimentação não é uma preocupação apenas de subsistência, ela carrega em si uma série de simbolismos de grande representatividade para a sociedade. A forma como nos alimentamos destaca traços culturais, sociais, políticos e ideológicos. Se o único estímulo fosse a sobrevivência, aspectos como sabor, estética, sociabilidade e rituais não seriam tão importantes. A comida é cercada de sentidos e significados.

Segundo Pacheco (2008), “além de nutriente, o alimento é prazer sensorial, é ritual, é linguagem simbólico-religiosa, veicula significados”. Em seu trabalho sobre hábitos alimentares enquanto comportamento culturalmente produzido, a autora discute os hábitos como “ações individuais, construídas e reproduzidas socialmente, portanto historicamente produzidas, ecologicamente possíveis, socialmente desejadas e aprovadas e biologicamente necessárias” (Murrieta, 2001, apud Pacheco, 2008). Pensar no ato de comer como algo simples é dispensar uma cadeia de símbolos que o permeiam.

Para compreender como as *musas* lidam com esse ato é preciso primeiro saber que essa alimentação *limpa* envolve uma pedagogia alimentar. A maioria fala que antes de se envolver com o projeto comia muitos industrializados, *fast food*, doces, refrigerantes e outros alimentos compreendidos por elas como “porcarias”. O processo de mudança de hábito envolve uma reeducação alimentar, como os nutricionistas e os próprios perfis pesquisados se referem a mudança de rotina. Assim empreendem todo um processo de provar novos pratos, alimentos e se adequar a esses novos hábitos.

Pacheco cita Abbagnano (1999), para argumentar sobre hábito e diferenciá-lo de costume. Assim, para a autora hábito é uma “disposição constante ou relativamente constante

⁷²A vigorexia, segundo Freire, é a “desordem na qual as pessoas realizam práticas esportivas de forma contínua e excessiva, com uma valorização quase fanática com corpo, exigindo constantemente que se ultrapasse os limites. Obrigam-se de forma exagerada a fazer ginástica e toda sorte de exercícios físicos com o objetivo de desenvolver a musculatura. Controlam excessivamente o que comem no intuito de defini-la, priorizando a massa muscular em detrimento da saúde. Não se importam com eventuais consequências ou contraindicações, mesmo se contrárias a ordens médicas. A vigorexia costuma ser acompanhada de grande distorção da imagem corporal, que também é uma expressão desse mal-estar maior, presente em todas as formas de transtornos alimentares.” (2011, p.467 e 468)

para ser ou agir de certo modo”, entretanto o mesmo não deve ser considerado uma ação mecânica, e sim uma “atitude significativa, contextualizada e fruto de uma disposição adquirida” (2008, p.220).

A autora segue buscando construir uma concepção de hábito alimentar enquanto um comportamento culturalmente produzido. E o faz ao apresentar a teoria de hábito sociogênico de Norbert Elias e a concepção de *habitus* de Pierre Bourdieu. Em Elias, busca a reflexão de como a humanidade reflete sua estrutura social no ato de comer. Os manuais de boas maneiras, são usados como material de análise a partir de exemplos de como se formaram os hábitos diários.

A autora argumenta que a análise atenta do processo de mudança dos hábitos e padrões de comportamentos estão relacionadas as mudanças na estrutura social e na personalidade dos indivíduos. Uma das características do homem civilizado seria o autocontrole, responsável por proibi-lo de tocar no que deseja. E ainda, “as manifestações socialmente indesejáveis de instintos e prazer são ameaçadas e punidas com medidas que geram e reforçam desagrado e ansiedade (Elias apud Pacheco, 1994, Grifo da autora)”. A partir de ‘fatos corriqueiros e cotidianos’ é possível detectar mudanças nos costumes, transformações na sociedade e no próprio homem.

Já em Bourdieu, Pacheco (2008) busca compreender o conceito de *habitus*. A noção de *habitus* proposta por Bourdieu coloca “em evidência as capacidades criadoras, ativas, inventivas, do habitus e do agente, que a palavra hábito não contempla” (Bourdieu apud Pacheco, Grifo da autora). Envolvem então um agente em ação, e disposições corporais que fazem com que o sujeito aja sem refletir antes sobre o que fazer.

“Os hábitos seriam então a confluência dos *habitus* e a situação objetivamente vivida pelo indivíduo. Há, portanto na formação de hábitos alimentares um princípio unificador que, ao mesmo tempo, opera o nível objetivo de possibilidades e torna as escolhas alimentares práticas que exteriorizam sistemas de disposições incorporadas, atitudes de escolha que não são pensadas antes de executadas e ainda assim ocorrem como atitudes de escolha que não são pensadas antes de executadas e ainda assim ocorrem como atitudes ajustadas dentro da classe social. É como se tivéssemos um aprendizado que opera ao nível corporal, não atrelado a um processo de reflexão e que está na base das ações práticas dos indivíduos.” (Pacheco, 2008, p.236)

A relação com a família é primordial para o desenvolvimento dos hábitos alimentares de uma pessoa. É inicialmente no contato familiar que a criança experimentará os alimentos e desenvolverá uma relação com os mesmos. As refeições em família, os almoços dominicais, são parte integrante na construção da relação que se mantém com comida. Para Pacheco (2008), existe uma autêntica pedagogia do gosto, fazendo com que a criança seja apresentada

a alimentos condizentes com a sua idade, mesmo que os mesmos variem entre culturas e classes sociais. A comida relacionada à infância, caseira ou ligada aos familiares é aquela que traz conforto, nostalgia e aconchego. Entretanto, conforme o crescimento e o contato com outros grupos sociais e situações, fazem com que cada um siga desenvolvendo gostos e hábitos próprios, não mais partilhados exclusivamente com a família.

Alguns novos hábitos podem criar tensões em relação as interações e a sociabilidade que a alimentação proporciona. Para Pacheco:

“O trabalho na área de educação alimentar, cujo objetivo é geralmente a modificação e/ou introdução de hábitos é considerado por profissionais da área de nutrição como maior desafio da prática cotidiana. Hábitos arraigados, geralmente carregados de significados psicológicos e sociais são profundamente difíceis de serem mudados. O paladar é um elemento importante na escolha dos alimentos e preparações e, de modo geral, convencer o indivíduo a consumir ou deixar de consumir determinados alimentos é uma tarefa árdua e que nem sempre produz os resultados esperados.” (2008, p.222)

Queiroz (2012) ao discutir a alimentação orgânica, argumenta que para os ambientalistas, a construção de novos hábitos não é algo fácil, mas é possível de acontecer. O importante é oferecer informação, pois assim os indivíduos dotados de conhecimento se tornam aptos a mudar, criar novos hábitos e adotar novos comportamentos. Já Freire (2011) expõe que mudanças na forma de se alimentar nem sempre são benéficas, e fornece como exemplo a entrada do *fast-food* no Brasil.

“Seria um novo padrão alimentar a se delinear, mas com sérios prejuízos na dieta tradicional do povo brasileiro. O arroz, o feijão e a farinha de mandioca, que foram desde o século XVIII, a base do cardápio da maioria da população, perdem cada vez mais espaço para os produtos industrializados, com maior valor agregado e bem menor valor nutritivo.” (Freire, 2011, p.457)

A mudança nos hábitos alimentares envolve investimento em informação e conhecimento, de modo que os indivíduos tenham estímulo para a mudança de como escolhem, cozinham e ingerem sua comida. Para que os grupos sejam impactados e adotem esses novos hábitos é necessário que haja difusão desses modos transformados, como também aceitação dentre os demais.

As revistas sobre saúde, alimentação e corpo são responsáveis pela propagação de informação sobre alimentos, dietas e receitas. Uma visita a uma banca de jornal pode impressionar ao se contabilizar a variedade de opções sobre o assunto. Na televisão, programas de culinária não são novidade, mas é preciso salientar que nos últimos anos a quantidade aumentou consideravelmente. Existem programas para todo tipo de interesse. No canal GNT a programação apresenta opções como Cozinha Prática com Rita Lobo, Tempero de Família, Bela Cozinha, Que Maravilha, Chato Pra Comer, Diário do Olivier, Socorro,

Meu filho come mal e Receitas da Carolina. Essas são algumas das atrações que falam a respeito, sendo que cito apenas as produções brasileiras. Além dos programas de receitas e bem-estar, o mesmo canal apresenta atualmente quatro reality-shows que abordam o tema alimentação: Cozinheiros em Ação, Food Truck, a Batalha, Taste Brasil e Que Seja Doce. Assim é possível perceber que o tema vem recebendo grande atenção e interesse.

Se os meios como revistas, jornais e televisão são grandes influenciadores nessa mudança e difusão, hoje eles ganharam um outro parceiro nesse papel. O Instagram se tornou um espaço de influência e disseminação. Através da pedagogia alimentar por trás das postagens das *musas*, alimentos ganham novos usos, dietas conquistam adeptos, acessórios se tornam itens indispensáveis. Com as publicações as *musas* tem construído suas identidades relacionadas aos modos como *treinam* e comem, exercendo também uma pedagogia alimentar que contribui para a mudança dos modos de grupos em busca de uma alimentação saudável e de corpos magros e *sarados*.

4.2.2 Viva em dieta, Viva melhor

Com a busca de construir um novo corpo, as *musas* realizam uma reeducação alimentar para que possam adotar novos hábitos, muitas vezes sugeridos por nutricionistas. Os livros sobre dietas, nutrição e hábitos saudáveis são utilizados como meios de adquirir conhecimento. Alguns livros, no início do campo, eram bem valorizados e propagados nas postagens. Um deles é o que eu uso como título desse subcapítulo: a publicação “Viva em dieta, viva melhor”, do nutricionista Rodolfo Peres. O nutricionista, com especialização em nutrição esportiva, foi inicialmente um dos mais citados entre os perfis pesquisados, assim como seu livro. A sua proposta é a de adotar a dieta não por tempos definidos e curtos, como se costuma pensar, mas sim indefinidamente, viver sempre em dieta.

Outros nutricionistas também conquistaram visibilidade graças as postagens das *musas*, assim como as dietas apresentadas e propagadas através de imagens e textos. A ideia proposta por essas postagens é também sobre a dieta não ser um regime alimentar com prazo de validade, mas sim um modo de se viver. Essas dietas são responsáveis por essa alimentação mais *limpa* e saudável e também pela conquista da silhueta desejada. Entretanto não há uma única dieta, elas são diversas e distintas. Cada *musa* segue um regime alimentar próprio, mesmo que existam algumas similaridades entre as postagens dos perfis. E esses regimes exigem delas posturas e posicionamentos que serão relacionados as identidades e reputações construídas pelas mesmas nessa rede social.

As dietas buscam colocar o apetite sob uma regulação, define-se o que comer e quando comer. Alguns alimentos são vetados como nocivos à saúde ou engordativos. Para se conquistar o corpo magro, é preciso controlar o apetite, de forma que o mesmo não ameace o projeto do corpo desejado.

“A magreza, sobretudo a feminina, tornou-se uma virtude. O apetite foi vetado às mulheres. Antigamente não lhes era permitido o apetite sexual, haja vista os eventuais desfechos histéricos do início do século passado. Hoje, simplesmente não podem ter mais apetite, sob uma ameaça de saírem das normas ditadas pela lipofobia.”(Freire, 2011, p. 471)

A constância de quando se come também é controlada. Há a crença de que se alimentar de três em três horas, crie um estímulo do metabolismo, fazendo com que o corpo queime calorias mais rápido e evite o ganho de gordura corporal. A frequência da alimentação já foi assunto de conversas informais com amigos, e lembro de uma ocasião quando uma amiga comentou estar fazendo uma dieta na qual precisava se alimentar de três em três horas. A proposta era comer pequenas porções, mas respeitando esses intervalos. Na conversa, ela comentou que mal comia e já começava a pensar no que comeria no próximo horário permitido. A dieta parecia gerar uma ansiedade, de forma que passava os intervalos pensando em comida.

Ao metabolismo⁷³ também é conferido o poder de construção e degeneração dos músculos. As reações de assimilação, de síntese quando o organismo usa os nutrientes em energia dá-se o nome de anabolismo. É essa reação que ajuda na regeneração e manutenção dos músculo. Mas para essa reação acontecer é preciso que o corpo se alimente dos alimentos certos em busca de energia, então a alimentação deve ser equilibrada. Proteínas, que ao fornecer aminoácidos ajudarão na hipertrofia muscular e os carboidratos que serão convertidos em glicose e energia. O sono também é fundamental para esse processo. O sono anabólico é o momento aonde o corpo se recupera e cria essa reação. Em contrapartida o catabolismo é a reação de desassimilação, é a degeneração do tecido muscular, e pode ser causada pela alimentação errada, sono irregular e excessos de treinos⁷⁴. Dessa forma, a preocupação do que se come antes e depois do treino é fundamental para criar as reações desejadas de construção do músculo. As refeições pré e pós treino são citadas e postadas com frequência, de forma que os alimentos certos possam ser ingeridos. Podem substituir as

⁷³Conjunto de transformações químicas e biológicas que produzem a energia necessária ao funcionamento de um organismo. Fonte: Dicionário online Caldas Aulete

⁷⁴Disponível em: <http://vidafit.com.br/blog/anabolismo-e-catabolismo-entenda-a-diferenca/> Acessado em 23/07/2015

refeições mais tradicionais como o café da manhã, o almoço ou o jantar, dependendo da hora que a pessoa se exercita.

Sant'Anna (2014) em seu estudo histórico sobre a beleza, cita que as dietas passaram por mudanças. De acordo com a autora, dietas eram sugeridas muitas vezes em ocasiões pontuais, como por exemplo, às vésperas de uma festa. E o peso era controlado pelas costureiras e alfaiates através das medidas das roupas. Isso até os anos 70 quando as balanças começaram a aparecer nas drogarias. “Os regimes pouco se referiam aos malefícios do açúcar, mais tarde divulgados, limitando-se simplesmente a prescrever a redução da quantidade de alimentos ingeridos” (Sant'Anna, 2014, p.96). O controle do peso e a preocupação com o emagrecimento foi ficando mais acentuado com a publicidade para vender produtos com essa finalidade.

“Beber chá e muita água virou uma fórmula de sucesso nas reportagens sobre o assunto. Vários conselhos de beleza incorporaram as tabelas de calorias. Suíta, do laboratório Squibb, foi criado para substituir o açúcar, numa época de suspeita crescente em relação a esse produto. Símbolo de status, o adoçante logo apareceu com marcas diversas, afirmando a suposição de que, afinal, a dieta pode deixar de significar, unicamente restrição e sofrimento. Podia-se emagrecer comendo doces.” (Sant'Anna, 2014, p.131)

Não comer doces é comum para as pessoas que estão em dieta, entretanto muitas observadas demonstram que gostam muito de comer doces. Assim vão em busca de substituições para o açúcar. Adoçantes, açúcar de coco, açúcar demerara são algumas das opções. O açúcar é um alimento comum na alimentação brasileira, e os nossos doces são considerados como muito doces para alguns paladares estrangeiros como por exemplo o inglês⁷⁵.

Tanto o açúcar quanto o sal são acusados de serem usados em demasia na culinária brasileira. Para as *musas*, esses ingredientes devem ser eliminados ou substituídos. Entretanto os dois são considerados como temperos da vida, segundo Freire (2011), tendo ocupado lugares significativos na História do mundo. O sal era considerado riqueza, foi “responsável pela criação de rotas comerciais, que desenvolveram impérios e promoveram revoluções, e tornou-se instrumento comum de comércio e câmbio”(Kurlansky apud Freire, 2011, p.455), e o açúcar pela sua importância na construção da identidade nacional brasileira (Freyre apud Freire, 2011).

⁷⁵Cito o episódio do chef Jamie Oliver, famoso por seu programa de TV no canal GNT, ao provar alguns doces brasileiros como o brigadeiro e o quindim, em uma entrevista para outro programa do mesmo canal “Saia Justa”. Na ocasião chef considerou esses doces “uma porcaria”. Entretanto a polêmica foi tão grande, com muitas pessoas se sentindo ofendidas, que fez com que a jornalista Bárbara Gancia, que fez a matéria, falasse a favor do chef e atestando que a matéria havia sido editada e que ele falou isso após comer uma bandeja de doces, mas que teria sim gostado do brigadeiro.

O sal recebeu substitutos assim como outros alimentos. As opções oferecem menos sódio, um dos reconhecidos como vilões da alimentação. O sal rosa do himalaia, sal marinho ou flor de sal se tornaram produtos muito procurados. O primeiro, em especial por oferecer uma espécie de exotismo por sua cor e origem, foi um dos ingredientes mais postados. O seu custo vai de R\$26,00 a R\$55,00. E inicialmente só era encontrado em lojas de produtos naturais, mas já é possível encontra-lo em grandes mercados.

O açúcar é considerado um alimento viciante, que leva a compulsão a comer doces, uma ameaça ao corpo magro e saudável. Outros alimentos também compreendidos como “sujos” e “artificiais” levam a intoxicação do corpo. Para se livrar desses perigos é preciso desintoxicar.

“Já em relação aos cuidados com a forma física, a antiga necessidade de limpar o organismo tornava-se sinônimo de desintoxicação. Segundo inúmeras reportagens, mesmo sem utilizar drogas, o organismo se intoxicava. Em meio a um cortejo de temores diferentes, destacavam-se aqueles da alimentação com gordura e açúcar. A partir de 1990, as formas de *addiction* foram buscadas na compulsões que envolvem desde sexo e drogas até cirurgias plásticas e comida. Mas antes disso, nos anos 1970, o consumo do açúcar se tornou um dos grandes vilões da alimentação saudável.” (Sant’Anna, 2014, p.148)

A dieta *detox* demanda a ingestão de sucos verdes, feitos a base de hortaliças e frutas, e grãos como a linhaça podem ser adicionados. O suco verde é o elemento mais conhecido dessa dieta *detox*, e aparece com frequência nas postagens das musas. A imagem do suco verde com a praia ao fundo é uma das imagens mais conhecidas de Beta Luna. Inicialmente o suco deveria ser feito em casa, com o uso de uma centrifuga ou liquidificador. Mas hoje é possível encontrar uma série de produtos comercializados em supermercados, lojas de comidas naturais e até no hortifrúti. Os alimentos orgânicos, a ingestão de grãos e muito líquido também fazem parte da dieta detox. Esse tipo de dieta, por ser muito restritiva, só deve ser realizada por pouco tempo. Em alguns casos, há até a sugestão de se beber apenas líquidos durante um dia com o objetivo de desintoxicação.

Outras dietas são reconhecidas no Instagram, como a paleolítica, conhecida também como a dieta dos homens da caverna, na qual a premissa é se alimentar de carnes (não restringindo o consumo de carne vermelha, como outras dietas), legumes, verduras, tubérculos e frutas. Os alimentos como feijão, soja, ervilha e cereais como milho, aveia e trigo são excluídos, assim como carboidratos de produtos processados e açúcar. Até mesmo o bacon é permitido nesse tipo de dieta, conhecida também como LCHF (low-carb, high fat). Outras dietas também são disseminadas nas postagens como as de baixa ingestão de carboidratos, privilegiando a proteína, a Low-carb. Nesta importa a quantidade de carboidratos que se ingere geralmente 20g de carboidratos por dia. Há outra, que importa a

combinação do carboidrato com a proteína, nessa uma refeição não pode ser feita sem que tenha a presença dos dois.

Assim, é possível ver que as dietas são distintas, cada *musa* tem a sua própria dieta, geralmente acompanhada por um nutricionista ou seguindo alguma linha divulgada através de livros ou pesquisas. O importante é seguir uma dieta que deve fazer representar o estilo de vida, ser constante e não por períodos restritos. As alterações são feitas com objetivos focados na construção do corpo.

“Hoje foi o 1o dia da minha "Dieta Nova"! Objetivo: sixpack! Pra quê? Pra nada, só pq eu gosto mesmo, acho bonito! O objetivo principal é SAÚDE, mas de vez em quando é bom se sentir "definida", e barriga de tanquinho é muitooo difícil! Tô falando isso aqui pra eu mesma passar vergonha caso não siga a dieta, pois vou viajar no fim de semana e as tentações serão grandes! Mas sempre existirão e tudo é motivo pra adiar. Então vamos começar hoje! Assumindo o compromisso!! Se vc tem muitos quilos pra perder ou se tem poucos, comece hoje! Quem vem comigo? #fitness#musculação#workout#secar#sixpack#dietaVAMOS FAZER UMA HASHTAG?”(Tina Uzzi.Acessado em 10/07/2015)

O *cutting* e o *bulking* são práticas realizadas por algumas *musas* com o objetivo de definição do físico. Nesse processo que combina treino e dieta, a alimentação é controlada para ganhar definição muscular e eliminar gordura no *cutting* ou ganhar peso e mais músculos no *bulking*. A fase do *cutting* tem uma dieta muito restritiva. Algumas praticantes postaram problemas gerados por esse tipo de dieta, como dores de cabeça, enjoos, e mal-estar. Algumas desistiram depois de algumas tentativas.

“Eu ia dormir, mas precisava fazer esse post antes, pois muitas pessoas estão me deixando comentário aqui e nas outras redes sociais que participo falando para eu treinar mais glúteo e pernas. Estou em cutting, que é um processo da musculação e alimentação para eliminar gordura e melhorar a definição muscular. O @.... montou meu treino e minha alimentação para que eu possa chegar no meu objetivo. Para eu conseguir o tão sonhado abs definido, preciso eliminar gordura e com isso ADEUS peitos e glúteos. Estou super magrinha, na foto não parece tanto como pessoalmente e estou treinando muito membros inferiores para ganhar massa magra com qualidade. Então eu estou hoje #desbundada e #despeitada por esse motivo. Mas em breve pretendo entrar em bulking para ganhar peso e mais músculos, mas isso quando meu coach achar que é o momento.” (Daniela Alves. Acessado em 02/04/2014)

A primeira vez que vi uma postagem sobre o assunto, imediatamente despertou o meu interesse e fui buscar mais informações através das *hashtags*. Mas como estava atrás do *cutting* recebi um aviso do próprio Instagram como assessoria de conteúdo, dizendo que o assunto que as imagens poderiam conter “graphic content”⁷⁶ e sugerindo um site para suporte para pessoas que querem cometer suicídio ou se machucar. Entendi que o Instagram estava

⁷⁶ É um alerta de que as imagens a serem acessadas podem ter um conteúdo considerado impróprio ou agressivo.

então relacionando a *hashtag* a pessoas que se cortam, auto flagelo, como transtornos e distúrbios, e não relacionada a prática de alimentação.

Para seguir essa rotina de viver de dieta, é preciso preparar o alimento e levá-lo durante o dia para não correr o risco de ser obrigado a sair do regime por falta de alimentação adequada. A marmitta e a bolsa térmica são acessórios que ganharam destaque com a promoção da vida saudável nos perfis. As marmittas são muitas vezes preparadas no domingo para durarem por toda semana. As *musas* carregam suas refeições durante o dia, e até mesmo em festas e viagens.



Figura nº34: Marmitta
Postado por Cristina Torquatto
Acessado em 03/04/2014

Quando fiz um dos cursos de culinária, a professora disse que esse estilo de vida acaba limitando viagens e festas, pois como a alimentação é regulada é difícil carregar tudo que se precisa. Ela então optava por evitar as viagens. Comentou também sobre a dificuldade dos relacionamentos com amigos e familiares, pois muitas vezes esses não compreendem uma dieta restritiva e acaba gerando desentendimentos e provocações. Uma colega de trabalho contou também a história de uma amiga que segue um estilo de vida parecido com o das *musas*, e também posta no Instagram. Disse que quando saía entre amigas, as mesmas provocavam a outra com chocolates, bebidas e outros alimentos que essa não poderia comer. Por isso, muitas vezes, essa optava por não sair com as amigas, pois achava que sofria preconceito pelas suas escolhas alimentares.

Os alimentos ganham novos usos nessas dietas, e também novos alimentos são incluídos aos hábitos. Durante o período de campo, percebi que muitos alimentos ganharam

destaque como a batata doce, por exemplo, que é muito usada como pré-treino. Em uma viagem a trabalho em São Paulo, fui surpreendida por uma bandeja de batata-doce no buffet de café da manhã de um hotel. Isso me mostrou o quanto essas práticas estavam influenciando novos comportamentos e hábitos.



Figura nº35: Batata doce no café da manhã no hotel em São Paulo
Foto do Instagram da pesquisadora

Tapioca é um outro alimento que começou a ser comercializado nos supermercados do Rio de Janeiro, uma mistura semi-pronta que faz com que seja preciso apenas colocar na frigideira. Essa foi outra mudança percebida durante o campo. Pois no nordeste a tapioca é mais usada no café a manhã, mas não era no Rio de Janeiro. Mas como passou a ser indicada como substituta ao pão, por não conter glúten começou a ser encontrada com mais facilidade. Apesar das indicações como substituta, a tapioca é calórica, e não é recomendada por muitos nutricionistas para aqueles que querem perder peso.

Outro alimento que apareceu durante esse período foi a manteiga ghee, que é uma versão da manteiga sem lactose, é uma manteiga clarificada muito usada na culinária indiana. Muitas receitas para fazer essa manteiga apareceram na internet e também na televisão. Mas encontrei à venda em um supermercado não especializado em comidas naturais. Com o interesse por novos alimentos, opções sem glúten e lactose, começaram a aparecer nas prateleiras dos supermercados.

“A produção, assim, como a aquisição de bens, está relacionada às interações sociais, aos códigos estabelecidos pelos grupos sociais. Os produtos não são simplesmente alocados nas prateleiras para que os consumidores ávidos por novos produtos os adquiriam. Se o produto em questão não estiver em consonância com as demandas sociais, ele não terá o sucesso esperado por seu fabricante.” (Queiroz, 2012, p. 81)

Com o objetivo de atender a essa nova demanda os mercados e as empresas de alimentos buscam criar opções para colocar nas prateleiras. Esses alimentos ganham destaque nos estabelecimentos e são comunicados como opções saudáveis. Algumas empresas da internet oferecem também caixas com produtos chamados de saudáveis que são entregues mensalmente a medida que os consumidores paguem uma mensalidade. A caixa é enviada para as casas dos compradores e dão a eles uma seleção de produtos. Algumas *musas* recebem como presentes e divulgam esses serviços.

“O ato de selecionar e adquirir mercadorias, portanto, não pode ser compreendido como um ato individual e individualizante. Ao contrário, o consumo se relaciona a duas formas de alteridade: uma relação entre quem compra e para quem se compra, em geral a família, e uma relação cosmológica que transcende qualquer utilidade imediata, pois assume a forma não de sujeito ou objeto, mas dos valores aos quais as pessoas desejariam se dedicar. A seleção de mercadorias está, portanto, relacionada às relações sociais e aos valores mais importantes para a pessoa responsável por esta tarefa. Assim, a ideia de responsabilidade pode ser ampliada para outros grupos sociais e para uma ideia abstrata de “mundo”, “natureza” e “planeta”. (Portilho, Castañeda e Castro, 2011, p.103)

Apesar dos alimentos novos, há também novos usos para alimentos já conhecidos. O abacate passa a ser usado para comidas salgadas, o que não era muito comum na culinária brasileira até a chegada do uso na comida mexicana. Os avocados são usados para misturas e em saladas. É um alimento valorizado especialmente para as dietas com preferência por gorduras consideradas boas.

“Avocados são a maionese da natureza! (três emoji piscando e um com sorrindo com língua de fora) Avocado é um tipo de abacate menor, menos aguado e mais saboroso (minha opinião). Tbm dá pra passar o abacate grande no sanduíche da mesma forma, tem que estar bem maduro e cremoso, salpique sal, pimenta e gotinhas de limão e delície-se. No Brasil não se tem o costume de usar o abacate salgado, mas no resto do mundo, sim. Experimente! Com um ovinho frito em cima, humm ☺ #avocado#EatClean#emagrecimento#fats#dieta#healthy#Nutrição#hass#fitfood” (Tina Uzzi. Acessado em 21/07/2015)

Os ovos, que já ocuparam o posto de vilões, são muito utilizados nas dietas das musas. Não apenas as claras, que são consideradas boas para a ingestão de proteínas e construção dos músculos para quem faz musculação. Entretanto os ovos caipiras são considerados melhores e mais saudáveis dos que os brancos. Em um dos cursos de culinária que participei a professora comentou que usa os brancos para as receitas e os caipiras para comer diretamente. Os mesmo

são feitos sem óleo, um uma frigideira com tampa, usando apenas o calor e vapor da panela. Ainda tem os que preferem o óleo de coco para o cozimento dos ovos.

Bom dia! Minha querida @...quis saber quais as 10 coisas que não podem faltar na minha cozinha (só dez?), hoje consegui parar pra responder! Não deu pra tirar foto deles pq no momento estou desfalcada e preciso fazer compras! Meus itens indispensáveis são: 1 Ovos de galinha Caipira(como no mínimo 2 por dia) 2 Frango(peito ou sobrecoxa) 3 Vegetais (não dá pra escolher um só, eu vario muito entre: vagem, beringela, abobrinha, tomate, brócolis etc) 4 Batata Doce (Não pela moda 'maromba', mas eu amoo batata doce!) 5 Abacate(mega nutritivo e saciante) 6 Cottage (sem meu queijo não dá pra ficar) 7 Oleaginosas(como muitooo todo dia, tanto inteiras quanto em pasta) 8Manteiga de leite de vaca(pra cozinhar alguns itens, só ela) 9Coco ou manteiga de Coco (outra gordura que não falta no meu dia) chocolate 70% (cheio de antioxidantes e ainda é delicioso rs)!Bem, faltou minha paçoca, minha geleia, o azeite, a carne vermelha, alho, cebola, as frutas como banana, mamão, mas a brincadeira era dizer só 10! ♥□♥□♥□♥□ (Postado por Tina Uzzi. Acessado em 10/07/2015)

Além desses, biscoitos de arroz, pasta de amendoim, claras de ovos pasteurizadas, farinhas de arroz, farinhas de amêndoas, queijos e iogurtes sem lactose, temperos sem sal, açúcar de coco entre outros alimentos, são alguns novos produtos que detectei durante meu período de campo. A cada postagem a busca por esses produtos parece aumentar e as *musas* se tornam interessantes como divulgadoras desses produtos. É possível perceber que o alcance de suas postagens as transformam em garotas propaganda até mesmo de supermercados.

Esses novos hábitos e essas dietas garantem as *musas* não apenas seus corpos desejados mas também oportunidades de conquistarem ganhos financeiros a partir das reputações estabelecidas. As imagens de seus carrinhos cheios de alimentos estimula as *seguidoras* a consumirem os mesmos produtos em busca de corpos semelhantes. Tudo que elas consomem e usam chama a atenção das *seguidoras*, e em contrapartida das empresas que desejam agregar as suas marcas e os seus produtos a esses perfis.

4.3 Mamãe passou Whey Protein em mim

A importância conferida à alimentação na construção corpórea das *musas* não cessa com a adoção de comida limpa e de verdade como as mesmas defendem em seus perfis. Os suplementos alimentares ganham destaque nessas dietas. Eles são utilizados para complementar os regimes de atletas e de pessoas que treinam com intensidade.

Segundo Sant'Anna (2014), a procura por solucionar o desgaste físico de seus jogadores durante a temporada de verão, fez com que o técnico de futebol americano Ray Graves pedisse uma solução para um grupo de médicos pesquisadores da Universidade da Flórida. Foi criado então, em 1965, a bebida isotônica Gatorade, que só chegaria no Brasil em 1988,

no auge do crescimento das academias de ginástica e adesão das pessoas a modalidades esportivas. A proposta era repor os sais perdidos pelo corpo durante as atividades esportivas.

“A ênfase no consumo de suplementos alimentícios de diversos tipos também ingressou rapidamente no cotidiano das academias de ginástica e em diversos meios juvenis. A ingestão de uma quantidade crescente de líquidos era assiduamente recomendada pela imprensa, e as imagens de jovens em plena prática esportiva, acompanhada de garrafas de água e sucos especiais, indicava o desenvolvimento de um grande mercado de bebidas sem álcool.” (Sant’Anna, 2014, p. 161)

A alimentação de atletas ou de pessoas que se exercitam com frequência costuma ser diferenciada em função do gasto energético (Menon e Santos, 2012). Para recompensar o desgaste gerado pelos exercícios, existe a ideia de que seria necessária a reposição de alguns nutrientes. Os atletas buscam nos suplementos esses repositores, que possam suprir o corpo de forma a agir na construção de corpos musculosos e sarados.

Os suplementos fazem parte dos regimes alimentares dos bodybuilders, segundo o estudo de Sabino, Luz e Carvalho (2010). De acordo com os autores, os alimentos brancos (claras de ovos, frango, batata, peixe, macarrão sem molho e sem sal, batata e banana) são considerados, nos sistemas classificatórios desses atletas, ricos em proteína e carboidratos. Assim, são usados com o objetivo de fazer aumentar a massa muscular. Para os mesmos a proteína fornecida pelos alimentos combinadas com o carboidrato e ao amido contribuiriam para essa construção dos músculos.

Assim, suplementos em pó e em pílula foram desenvolvidos pela indústria dos suplementos com a intenção de suprir esses atletas da quantidade necessária desses nutrientes. Ao iniciar um projeto de construção corpórea é comum que pessoas, mesmo sem indicação médica, adotem esses suplementos com o objetivo de acelerar a transformação do corpo. O suplemento é visto por muitos como um produto milagroso, algo que vai te fazer emagrecer e conquistar a silhueta desejada.

A indicação geralmente é através de médicos, nutricionistas e professores de academia. Mas o uso do suplemento muitas vezes é realizado por conta própria, e com propósitos diferentes dos oferecidos pelos produtos. No programa exibido pelo canal GNT, “Loucuras de Verão” em janeiro de 2014, o apresentador acompanha uma mulher em busca de um corpo magro e malhado. Ela tomava suplementos porque acreditava que os mesmos a fariam chegar ao corpo idealizado. Entretanto, o professor e nutricionista, que também era apresentador do programa, condena esse uso indiscriminado. Segundo o mesmo, tais suplementos seriam para atletas que se exercitam mais de 4/6 horas por dia, e não para praticantes de academia que fazem no máximo uma hora de exercícios por dia. O conceito de

moda foi usado para abordar o uso desses suplementos, sugerindo que em determinada época alguns desses produtos são propagados como a melhor solução da vez, fazendo com que muitas pessoas passem a consumi-lo, por ser o suplemento do momento.

Os suplementos se dividem em energéticos, proteicos, compensadores, repositores e aminoácidos. Alguns dos suplementos mais utilizados durante o período de campo foram a proteína do leite chamada de Whey Protein, o Carnivor que é a proteína da carne, a Creatina, a BCAA, a Carnitina e a Glutamina. Mas os dois primeiros tiveram maior destaque. Geralmente esses produtos são usados misturados a água ou ao leite. O Whey Protein é um dos mais populares e chega a ser usado nas próprias receitas criadas pelas musas, especialmente nos doces como *muffins*, bolos, barrinhas, panquecas e até sorvetes. O produto é vendido em sabores como baunilha, chocolate e morango.

Mas os suplementos são muito criticados pela suspeita de provocarem problemas nos rins e no fígado. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) costuma intervir e proibir o uso de alguns desses produtos. O que já havia acontecido com a Creatina em 2010 (Sabino, Luz e Carvalho, 2010), aconteceu com o Carnivor em 2014. Essa proibição gerou uma reação no Instagram por parte tanto dos que utilizavam o produto quanto pelos que não usam mas que quiseram mostrar seu apoio aos demais.

“Entrando no clima do tema mais discutido aqui... E sem filosofar, minha opinião é sempre direta!! A ANVISA proibiu alguns suplementos comumente utilizados. Ok!! Nem vou entrar nesse mérito já que não sou da área da nutrição, mas e o cigarro? O red bull? A coca cola? O álcool? O mcdonalds? A soja?...Não possuem uma ou outra substância que faz mal, são simplesmente devastadores. DEVASTADORES para a saúde.

Sabe o que penso: os dois lados são estranhos. “Eles” que agora aproveitam para criticar quem usa suplementos, mas consomem todos os outros venenos comercializados e na maioria das vezes o próprio corpo entrega o lixo que comem.

E “Nós” que nos sentimos ofendidos e muitas das vezes nos escondemos atrás de uma falsa imagem de saúde. Não sejamos hipócritas, cada um sabe de si! Mas vejo um monte de “falsos” saudáveis se entupindo e não digo usando, digo se entupindo de hormônios anabolizantes. Que durante a semana são saudáveis e no final de semana usam drogas em festas raves.

Enfim, observo os dois lados e continuo achando tudo estranho. Infelizmente a Anvisa vai reproduzir o que faz há tempos por muitos anos. Se eu utilizasse carnivor (suplemento proibido) por exemplo, certamente continuaria usando!!” (Paula Lima Acessado em 18/02/2014)



Figura nº36: Suplementos
 Postado por Paula Lima
 Acessado em 18/02/2014

Os suplementos são tratados pelos perfis de forma diversa. Alguns valorizam e defendem seu uso, outros se posicionam contra e há ainda os que não são contrários mas dizem preferir não utilizar. Mas mesmo os que não utilizam não se referem aos suplementos como drogas ou porcarias, como acontecem com os anabolizantes, as Drogas de Apolo (Sabino, 2002). Os suplementos são compreendidos de forma diferente, são complementares a alimentação, constituindo assim uma representação distinta dos alimentos artificiais e das drogas que afetam a saúde.

Bom dia com a realidade e não com a expectativa!!Arrasou!!@... with @repostapp. ·
 · · Curiosidade do dia: Por que a maioria dos usuários de hormônios (esteroides anabolizantes) teima em postar suas fotos em redes sociais com legendas afirmando serem 'naturais', que seus músculos meticulosamente construídos são fruto apenas de sua dieta, treino e dedicação? Por que não podem tomar suas bombas na paz do Senhor, como era antigamente? Por que estes a que me refiro (sem generalizar, há quem esteja quieto no seu canto) sentem essa necessidade de se sentirem superiores aos demais (no caso, aos seguidores)? Afinal, se admitissem o uso, estariam deixando claro que usam um artifício para auxiliar a 'boa forma' e assim perde a graça? Legal mesmo é mentir e fingir que você tem uma genética abençoada e uma disciplina fora do comum? Eu não tenho nada contra o uso de hormônios para fins estéticos, eu particularmente nunca usei em nenhuma dosagem, mas não acho que deveria ser proibido, um bom exemplo é a cirurgia plástica, um procedimento altamente invasivo e agressivo com fins puramente estéticos. Cabe ao médico alertar sobre os possíveis riscos e ao paciente avaliar seus desejos e necessidades, ninguém tem nada com isso. #SomosLivres Minha única preocupação é com a #hipocrisia e a ilusão que isso causa na cabeça das pessoas que sonham com o corpinho "sarado", então venho aqui dar um recado: FIQUEM TRANQUILAS, VOCÊS SÃO NORMAIS, ninguém é saradíssimo o ano inteiro e nem fica musculoso de uma hora pra outra naturalmente, tenham em mente que os que usam recursos 'anormais' terão resultados 'anormais', ok?! Se alimentem bem e treinem por #SAÚDE, a parte estética é uma consequência e virá, mas de forma compatível e proporcional pra um ser humano comum. NÃO SE

DESMOTIVEM e não desistam! No início, seguir pessoas ultra-saradas no instagram pode ser uma motivação, mas com o tempo, ao ver que nunca atingirão aquele resultado, as pessoas estão seguindo o caminho inverso e desistindo. Não façam isso! Meu pedido a quem usa esses recursos é: fique à vontade, mas favor parar de iludir quem não usa. Grata. #SeAme#DoJeitoQueÉ#SaúdeEmPrimeiroLugar (Cristina Torquatto Acessado em 05/07/2015)

Os perfis aqui discutidos deixam claro seus posicionamentos em relação a diferença entre anabolizantes e suplementos. Usar artifícios como as drogas anabolizantes e passar uma imagem de saudável vai contra o conceito de saudável defendido por elas. Os anabolizantes são drogas e como tal são prejudiciais. Já os suplementos não são vistos da mesma forma.

Sabino, Luz e Carvalho (2010), discutem se esses suplementos não ameaçariam a alimentação tradicional, pois com a absorção de pílulas e pós, e mesmo com seus sabores artificiais, estes seriam considerados alimentos. Assim colocando em risco a comida e “seus sentidos ligados à sociabilidade e à reciprocidade solidária, dando lugar apologia ao cientificismo alimentar, instrumento de construção do corpo coisa e capital aprimorado esteticamente. Uma refeição em que se compartilham sabores e ‘amores’, motivada pela gastronomia, reduz-se a uma etapa na conquista pelo prestígio de um corpo musculoso, numa escala hierárquica de valores legitimados pelos fisiculturistas”(Sabino, Luz e Carvalho, 2010, p. 354).

Além dos suplementos, os denominados super alimentos também chamam a atenção ao observar a alimentação desses grupos interessados em transformar o corpo. A chia, a quinoa, o goji berry, o amaranto, o açaí, o óleo de coco, a maca peruana entre outros são apresentados como alimentos potencializadores capazes de melhorar a memória, ajudar no emagrecimento, na diminuição do risco de doenças cardiovasculares e até no combate e prevenção ao câncer. Esses alimentos também carregam uma relação com o exotismo e o senso de origem da mesma forma que o sal rosa do himalaia. As histórias de suas produções e até o uso por indígenas ou povos antigos, como a relação da Chia com a civilização Maia, são impressas nas embalagens e parecem acrescentar aos seus benefícios as mitologias associadas a esses povos. Esses alimentos, então, transferem aos corpos seus “super-poderes”.

Esses corpos com super-poderes, planejados e construídos através de exercícios físicos, ou melhor de treinos como os usuários gostam de falar, e de dietas, esses corpos carregam influência de componentes que não são considerados unicamente humanos. Com o uso de suplementos, tratamentos estéticos (como massagens, ou aparelhos), cosméticos (para diminuir medidas do quadril e do abdômen), o que é natural e o que não é se misturam, como se peças criadas fossem adaptadas a um ser constituindo um ciborgue (Haraway,1991).

É uma ruptura de fronteiras rígidas e a criação de um ser que mistura o orgânico com o não orgânico. As diferenças entre homens e mulheres são também colocadas à prova, o corpo feminino ganha características até então relacionadas ao masculino. A barriga tanquinho, o corpo *riscado*, até a manifestação do quanto se come e do “tamanho da fome”.

A alimentação é responsável, então, por propor um novo ser, híbrido, dotado de poderes que o protegem dos riscos contra a falta de saúde e da desordem. A construção de novos hábitos reflete na estrutura social da sociedade, e nos próprios indivíduos.

4.4 Cursos de culinária fit

Durante o campo *on-line*, acompanhando o dia a dia das postagens da *musas*, comecei a notar que havia um aumento não só das imagens sobre alimentação como também dicas de receitas. A alimentação limpa demanda um esforço na preparação dos alimentos, uma vez que eles não vem prontos, precisam passar por preparo, limpeza, cozimento e combinações entre si. A comida industrializada também envolve essas etapas, ainda mais a limpeza, mas tem opções de vir quase pronta como os congelados, macarrão instantâneos ou biscoitos, por exemplo.

A comida saudável carrega um estigma de ser insossa ou sem gosto, pois não tem os realçadores de sabor que constituem os industrializados. Alguns dizem que é “só mato” (mesmo não sendo apenas hortaliças), que alface não tem gosto ou ainda que a falta de açúcar e sal em maiores quantidades deixa a comida “sem graça”. Assim para montar uma dieta baseada apenas em alimentos ditos limpos é preciso conhecer como combinar os ingredientes, de que forma o sal pode ser substituído e criar pratos que consigam manter a pessoa envolvida com a dieta e com o estilo de vida saudável, sem que esta desista por desinteresse ou falta de adaptação.

Assim as *musas* se empenham para fazer sua própria comida ou ter alguém que possa fazer isso por elas de forma a respeitar as regras do que consideram uma comida *limpa* e saudável. É preciso aprender sobre os alimentos e de que forma podem ser feitas substituições para agradar ao paladar mesmo optando por alimentos novos, pouco utilizados e até mesmo desconhecidos.

As postagens são um meio de fazer, testar e ensinar as seguidoras de como adotar essa nova alimentação mas de uma forma prazerosa e que não seja um sacrifício, como é interpretado por pessoas mais resistentes. Os vídeos de quinze segundos do Instagram permitiram que as receitas pudessem ser postadas e não apenas as fotos dos pratos, essa

mudança provocou uma nova forma de utilizar a rede. Mas o envolvimento com as novas práticas, e os pedidos constantes das seguidoras para aprender novas receitas fez com que algumas das pesquisadas percebessem uma oportunidade de ensinar outros a cozinhar para uma alimentação que chamam de *fit*.

Os cursos de culinária passaram a chamar a minha atenção no início de 2014. Em princípio alguns perfis de *chefs*, ou pessoas envolvidas com gastronomia começaram a divulgar cursos de culinária *light* ou *fit*, focado naqueles que queriam emagrecer ou ter uma vida saudável. Mas alguns perfis de *musa* já haviam começado a propor receitas criadas por elas mesmas, como por exemplo, o salgado maromba. A receita foi criada pelo perfil de Mille Bruni, e se espalhou pelos outros perfis com grande velocidade. A massa é feita de legume, frango e água, o salgado não leva farinha de trigo (que é um alimento considerado ruim pelas pesquisadas). Rico em proteína e feito no forno, eliminando a fritura, o salgado se tornou sensação pois ajudava a variar o cardápio de quem está sempre de dieta.

Essa foi uma das receitas mais famosas saídas desses grupos no Instagram, mas outras vieram como o brigadeiro de biomassa de banana, os pães sem glúten, os *muffins* protéicos (feitos com *whey protein*) e uma série de pratos que permitia transformar algumas receitas proibidas, em comida *limpa*. A transformação acontece com a associação de ingredientes considerados mais naturais em substituição aos industrializados. Assim a dieta não fica tão difícil, pois se tem a impressão de comer os mesmos alimentos de antes só que mais saudáveis.



Figura nº37: Coxinha Fit
Postado por Fabiana Duna
Acessado em 28/01/2015

Com esse espaço em expansão na rede social para não só publicar as receitas mas também para ensinar e criar novos pratos, algumas musas iniciaram a oferta de aulas de culinária para as seguidoras. É importante falar que elas mostravam que não eram chefs ou cozinheiras profissionais, eram pessoas como as seguidoras que começaram com pouco conhecimento mas que foram se empenhando de forma a conseguir criar sua própria refeição. Dessa forma, não seria difícil para as seguidoras iniciar uma nova rotina também.

Acabei me inscrevendo em três cursos durante o período de campo. Dois com a mesma professora e um terceiro com outra *musa* para que pudesse ter experiências distintas. Dividirei os três cursos em três etapas que considero que foram semelhantes em termos de estrutura mas não de realização. A primeira etapa são os ingredientes que eu defino com a chegada ao local aonde o curso acontece, o momento onde as participantes chegam, as conversas que estabelecem, e as minhas primeiras impressões. A segunda etapa chamarei de preparo, que é o momento da aula em si, de que forma as interações ocorrem nesse espaço. E a última etapa é a degustação que envolve provar e fotografar os alimentos, a foto do grupo, a troca de contatos e a despedida final.

4.4.1 Os ingredientes

Apesar de definir a chegada ao ambiente como a primeira etapa, antes dela ainda teve a inscrição no evento e pagamento para participação. Então farei uma pequena introdução para a compreensão de como acontece esse processo.

Fiquei sabendo das aulas pela postagem no perfil das próprias professoras. Cristina Torquatto é um dos perfis que mais acompanhei, e a mesma foi receptiva das vezes que entrei em contato para a pesquisa. A outra é a Deia Duarte, um perfil que é mais focado nos cursos do que na sua rotina. Entrei em contato pelo e-mail que leva o nome do curso, então não tem como saber se estamos falando diretamente com elas. Os cursos de Cristina Torquatto tinham uma quantidade menor de vagas, e acabavam muito rápido. Assim que eram postados, rapidamente as vagas eram preenchidas. Paguei por cada curso uma média de duzentos a trezentos reais que eram convertidos em mais ou menos quatro horas de aulas.

A chegada ao local é o momento para que as participantes se conheçam e possam interagir umas com as outras. Em um curso isso acontecia em uma sala de espera e em outro mesas dispostas com quatro lugares que podiam ser escolhidos aleatoriamente criavam espaços para as interações. É claro que nesse momento há desconforto pois as pessoas não se conhecem, mas a conversa sobre como “entrou” nessa vida saudável unem as participantes. Cada uma conta sua história, algumas contam como emagreceram mudando a sua alimentação

e outras falam sobre consultas em médicos e nutricionistas. Comentam sobre nomes de profissionais que são conhecidos no Instagram, e de como as consultas são caras ou difíceis de conseguir.

“Cheguei à casa laranja no Jardim Botânico junto com uma senhora que devia ter uns 60 anos. Entramos na casa e tinha mais uma menina, Fernanda (paulista que mora no Rio, mas quer voltar para São Paulo para trabalhar no negócio de um tio. Parece ser um estabelecimento como o Mundo Verde). Enquanto aguardamos as outras alunas, Cristina arruma a cozinha. Esperamos na sala. Da outra vez ela conversou mais antes da aula, dessa vez parece estar mais envolvida com os preparativos. Na sala uma aluna fala que sabia pouco sobre aquele universo fit, mas que estava tentando entrar no ritmo. Conta para as outras alunas que já estava de ida para São Paulo e com consultas marcadas com um fisiologista (“sabe, médico de atleta, disse ela). E com aquele médico nutricionista “famoso”... Uma diz um nome..., mas ela responde que não, é outro também conhecido no Instagram. Comentam sobre os valores das consultas, algo entre 800 reais a 1000 reais.” (trecho do caderno de campo da pesquisadora)

Esse é um momento de troca de informações e experiências. Barbosa fala sobre sociabilidade e interação relacionada a comida. Segundo a autora (2009, p. 40), “em quase todos os atos de ingestão alimentar na sociedade contemporânea existe algum tipo de relação social e interação social, mas não necessariamente sociabilidade – troca de experiências, interesse pelo outro e prazer do encontro – nem mesmo comensalidade.”. No caso em questão, a ingestão do alimento faz parte da última etapa de eventos, entretanto estar em um local reunido com pessoas do mesmo interesse, e provavelmente empenhadas em projetos parecidos com os seus parecem estimular as pessoas a se socializarem. Também por ser um espaço de aprendizagem as pessoas podem estar mais predispostas a interagir em busca de informações e conhecimentos.

Produto orgânico é um tema recorrente. Durante um desses encontros uma participante falou sobre uma loja nova na Tijuca que entrega em casa. Pela localização logo me lembrei sobre qual loja falavam, mas como esta fica próxima de um médico que vou com certa frequência sei que a loja não é nova, existe há pelo menos dois anos. Os produtos orgânicos são reconhecidos como mais saudáveis por não levarem agrotóxicos, e são muito valorizados nesse meio, especialmente por lembrarem produtos mais naturais, referentes à vida no campo. Segundo Portilho (2009), esses alimentos “são resultado de um sistema de produção agrícola que se baseia em práticas como rotação de culturas e manejo de solo e dos demais recursos naturais (água, plantas, animais, insetos, etc.). Nesse tipo de cultivo, a propriedade agrícola é considerada em suas dimensões produtiva, ecológica, social e econômica” (2009, p.61).

Portilho também argumenta que segundo pesquisas quantitativas (Barbosa 2007 apud Portilho 2009), essa alimentação que aporta uma ideologia alimentar, como a dos que optam por alimentos orgânicos, ainda é relegada a uma parte pequena da população, sendo

considerado um consumo de nicho. Como tal, tem pequenos produtores e empresas apostando nesse segmento. Os alimentos são mais caros do que os que se encontram nos supermercados, tradicionais. Esse, aliás, é um dos assuntos que surgiram nesses momentos de chegada dos cursos. Uma participante comentou: “Esse estilo de vida é muito caro!”. O que traz de volta as questões de classe relacionadas a essa vida saudável das musas, que para serem seguidas e adotadas demanda um investimento financeiro que não é para todos. Durante um mês tentei acompanhar os alimentos indicados, assim como consumir produtos orgânicos. Em termos de gastos tive um aumento considerável, chegando a gastar em um mês apenas com alimentação 700 reais, um valor muito superior ao que costumo gastar.

As participantes do curso comentam sobre os orgânicos vendidos nos supermercados e dizem não acreditar que sejam realmente orgânicos, especialmente por serem grandes.

“Até parece! Orgânico desse tamanho não pode ser. Você vê aquele morangão, xuxu, enorme e ri né?! Porque morango orgânico é minúsculo. Supermercado que faz isso. Você aquele xuxu enorme, abobrinha com etiqueta de orgânico. Até parece!” (comentários de alunas no curso de culinária)

Mas algumas comentam também que se forem deixar de comer por causa dos agrotóxicos não vão comer mais nada, pois tudo leva química. O ideal é diminuir os industrializados, mas as verduras e os legumes comem, até porque o valor dos orgânicos é muito alto.

Apenas uma vez reparei artigos de vestuário mais caros, como uma bolsa Chanel e uma bolsa Balenciaga da temporada. São artigos considerados de luxo, entretanto encontram-se muitas falsificações e para verificar a origem é preciso ser um grande conhecedor. De qualquer forma aqueles que as usam pretendem se relacionar com artigos marcadores de *status*.

“A senhora que chegou junto comigo comenta que ficou sabendo do *instafit* pela filha que mostrou no celular. Assim, segundo ela, ficou sabendo desse ‘mundo’, mas me pareceu que não reconheceu a Cristina Torquatto, como uma dessas pessoas ‘que posta fotos’”(Trechos do caderno de campo da pesquisadora)

Em relação a idade, há uma maioria de mulheres entre 25 a 45 anos, sendo que a faixa dos trinta me parece em maior quantidade. Não posso afirmar pois não perguntei a idade de todas, falo apenas pela minha percepção. Nem todas são *saradas* e malhadas, a ideia é que estão se iniciando nesse “mundo” *fit*. Os interesses são variados. Umas querem emagrecer, outras estão atrás do corpo *sarado*, há as que estão em busca de abrir um novo negócio e o curso parece ser uma boa oportunidade para iniciar uma empresa de comida *fit*, e ainda tem aquelas que estão em busca de comida saudáveis, já são adeptas e querem aumentar seus conhecimentos nas áreas.

Outro tema são endereços de lojas virtuais ou físicas para o consumo desses alimentos. Como também aonde achar determinados produtos e se eles são muito perecíveis ou não. Um dos problemas destacados por quem consome alimentos menos industrializados é que a validade deles é bem menor. Também comentam sobre a dificuldade de se encontrar alguns itens indicados nos perfis.

“A farinha de coco é difícil de achar, segundo uma participante, porque estraga com muita rapidez.” (trechos do caderno de campo da pesquisadora)

O tema limpeza e sujeira é abordado quando falam sobre alguns estabelecimentos conhecidos por venderem grãos. Dizem que apesar de terem “tudo”, não são muito higiênicas e que as lojas dão “nojo”. Apesar dessas condições elas compram mesmo assim, pois essas lojas são mais baratas e costumam ter os ingredientes que buscam, como amêndoas, castanhas, quinoa, sementes de linhaça que usam para fazer suas próprias farinhas ou até mesmo leite sem lactose (leite de amêndoas, leite de arroz, leite de castanhas, por exemplo). Aqui a noção de sujeira é diferente da que apresentam em relação ao produto industrializado, enquanto a sujeira desse é o aditivo químico, a sujeiras dessas casas estão relacionadas à limpeza do ambiente, presença de insetos, e falta de organização.

Algumas falam de lojas novas que se reformaram para atender esse público crescente de interessados nesse estilo de vida. Mostram assim, que os ambientes precisam também passar por intervenção de modo a corresponderem às expectativas dos consumidores.

As receitas postadas são discutidas entre as participantes. Comentam que tentam fazer em casa mas que não dão certo, ou não ficam boas. Saber cozinhar é considerado por alguns como uma ciência, misturar elementos que devem interagir uns com os outros e gerar um resultado saboroso. Muitas parecem estar começando a cozinhar com a intenção de fazer essa alimentação limpa propagada pelos perfis de musa.

“Os nomes dos nutricionistas voltam a ser comentados. Uma pergunta para a outra se a nutricionista é a (mais um nome reconhecido no Instagram). E conta que engordou comendo as comidas postadas nos perfis instafit. Achava que por ser fit poderia comer mais. E outra comenta “é fit , mas não é não é sem caloria. Às vezes tem até mais calorias com menos gorduras.” (Trecho do caderno de campo da pesquisadora)

Uma aluna contou sua história de emagrecimento, perdeu 17 kg. E como sempre foi “gordinha” segundo ela, procurou aprender a cozinhar para controlar o peso. Mais tarde ela me mostrou a foto que comprova o a perda de peso. E como o treino fez diferença: -“A bunda é a grande diferença”. Essas fotos com os corpos de lado ou de costas tem como objetivo mostrar a diferença que o treino faz nos glúteos. É comum também os perfis postarem, em especial as que passaram por um grande emagrecimento. De acordo com essa aluna, a entrada

nessa nova vida tem trazido oportunidades. Ela foi chamada para dar aulas de doces fit junto com uma chef que estudou no Cordon Bleu⁷⁷, e tinha dado aula naquele mesmo lugar aquela semana. Letícia comentou que um lugar como aquele (com a cozinha equipada) para dar aulas costuma cobrar 1.800,00 reais pelo aluguel da diária, mas que aquele espaço cobrava menos. Ainda mencionou que é jornalista e que essa “história de alimentação” teria trazido boas oportunidades para ela, apesar de nunca ter estudado para isso. Vi no seu perfil que deu uma entrevista para o jornal O Dia, e no texto diz que chega a ganhar de R\$300,00 a R\$800,00 por mês como renda extra fazendo encomendas de doces fit.

“Essa semana dei uma entrevista para o canal GNT. Coisas legais tem acontecido. Eu não vou largar o que faço porque amo muito, mas pretendo fazer alguma coisa com isso, só não sei o que...” (Letícia, participante de curso de culinária fit)

Os cursos onde ficávamos na sala antes de ir para a cozinha foram os que rederam mais material, pois o grupo era menor e todas participavam das conversas. No outro curso o grupo já chegava e ficava dividido em mesas com quatro lugares. As conversas aconteciam entre a pessoas que estavam na mesma mesa ou nas que estavam mais próximas. Mas os temas eram semelhantes. Cada uma queria saber como a outra tinha se enveredado para aquele estilo de vida, trocavam dicas e experiências.

4.4.2 O preparo

Após o momento de chegada que as alunas podiam conversar, chegava a hora de começar a aula. Em um dos cursos íamos para uma cozinha, que não era muito grande, e as alunas sentavam todas atrás da bancada enquanto a professora do outro lado mostrava como fazer as receitas. No outro, que acontecia em um salão de festas de um prédio, uma mesa ficava a frente com as panelas e o fogão móvel. E dispostas a frente dessa mesa, outras mesas menores com os participantes. Era uma organização bem diferente do outro curso, onde ficávamos mais próximas da professora.

O início dos cursos era com as professoras contando suas trajetórias nesse estilo de vida, quais eram as suas profissões, e como começaram a cozinhar e se interessar por nutrição. Ambas explicavam que não eram nutricionistas formadas e nem chefs, mas que pensavam em estudar nutrição. Também tinham discursos parecidos ao dizer que iniciaram mudando a própria alimentação, e depois passaram a influenciar os maridos e a família. Apostilas foram distribuídas nos três cursos.

⁷⁷Instituição de educação internacional reconhecida por formar renomados *chefs* de cozinha.

Um dos cursos parecia ter recebido mais investimento e preparação, com uma roupa rosa de chef para a professora, apostilas encadernadas, louça para cada um dos convidados, como se fosse um almoço ou jantar especial. Mas o outro curso que acontecia na cozinha era mais participativo. Parecia uma reunião de pessoas conhecidas e próximas pois todos conversavam e ajudavam a executar as receitas. O ambiente da cozinha, área reconhecida na sociedade brasileira como espaço de encontro da família, lugar de conversa proporcionava um ambiente mais descontraído.

“ A cozinha e seus aspectos ricos também merecem ser destacados, pois segundo Carlos Roberto Antunes dos Santos, espelha a sociedade, revelando uma imagem desta, em que transparecem as relações de gênero, de geração e a distribuição de atividades. A cozinha traduz uma forma de se relacionar com o mundo, apresentando grande riqueza nas relações sociais e fazendo com que a mesa se constitua, efetivamente em um ritual de comensalidade. Não sem motivo há unanimidade em torno da crença de que a cozinha é sempre o melhor lugar da casa, onde os membros da família escolhem se reunir.” (Santos apud Freire, 2011, p.456)

As receitas eram de salgados e doces, às vezes mais doces do que salgados. No curso de Deia Duarte ela fazia as receitas, mas quase não conseguíamos ver pela distância das mesas. E as quiches, bolos e *muffins* estavam prontas para que não se perdesse tempo com o cozimento ou assando as receitas. Os ajudantes passavam entre as mesas e os alunos olhavam. Depois da apresentação de cada receita havia o momento degustação.

Já no curso de Cristina Torquatto, era possível acompanhar todas as etapas das receitas e também ajudar a misturar os ingredientes. A turma era dividida em pequenos grupos mas todos ficavam próximos. Quem quisesse podia “botar a mão na massa” ou apenas observar. Pensei naquela ideia antiga de que uma receita não pode “ter a mão de várias pessoas”, pois a “mão” do cozinheiro é que dá o ponto certo e muitos mexendo na mesma massa podem estragá-lo. Ao contrário desse pensamento as receitas deram certo, sendo que o resultado de um grupo era diferente do outro. Uma massa ficava melhor do que a outra, segundo a professora não pela “mão” de quem mexeu mas pela quantidade certa de ingredientes.

A professora comentou que a cozinha é tentativa, e que mesmo que o resultado não seja parecido com o que se viu nas fotos do Instagram, deve-se continuar tentando, porque ela também não acerta todas as receitas. O cozimento dos alimentos parece sempre envolver uma ideia de tentativa, erros e acertos. Também há os que acreditam que os sentimentos e emoções influenciam a comida. O filme mexicano “Como água para chocolate” falava a esse respeito. Cada emoção que a personagem sentia passava para os alimentos que cozinhava, e as mesmas eram incorporadas por aqueles que comiam suas comidas.

As alunas comentam sobre os pães feitos pelas *musas* que aparecem nas fotos, que se parecem mais com panquecas ou bolos. A professora apresenta um ingrediente C.M.C.

(Carboximetil Celulose)⁷⁸ e que esse seria o segredo para ser como pão. Ele é vendido na mesma loja que vende os grãos. O momento da aula é também de comparação com o que se vê no *on-line*. É a hora de tentar reproduzir os alimentos através das imagens retratadas e comprovar se são possíveis ou elaboradas apenas para aparecer na rede.

“Depois de fazer um pão, uma *musa* comenta: Bom se colocar uma salsicha aí no meio.... Eu fico confusa, se ela está brincando ou falando de verdade, pois sei que começou uma nova dieta. A paleolítica. Não entendo bem ainda o que pode e não pode comer nessa dieta.” (Trechos do caderno de campo da pesquisadora)

O interesse por doce que eu havia percebido já nas postagens e no cursos é confirmado por uma das professoras. Ela disse que como gosta muito de doces, começou a buscar substituições, mas que agora estava procurando aprender mais opções salgadas. Não se usa açúcar em nenhuma, ele é substituído por adoçantes como açúcar de coco, adoçante culinário ou chocolates com 70% de cacau.

Aprendi receitas de bolos sem farinha e com abóbora na massa, pão sem glúten, torta de frango com massa de grão de bico, torta de chocolate com coco ralado, e uma série de receitas onde os ingredientes aos quais estamos mais acostumados, em especial a farinha de trigo e o açúcar eram substituídos por outros considerados mais naturais.

Inicialmente notei que as receitas salgadas vinham antes das doces, como se estivéssemos obedecendo a uma hierarquização entre os pratos que geralmente seguimos nas refeições. Primeiro os salgados e depois os doces de sobremesa. Especialmente no curso aonde degustávamos sempre após a apresentação da receita, pois este era organizado para parecer um jantar ou uma festa, com mesas decoradas, talheres e louça.

A cada prato pronto ou provado uma série de celulares registram e postam em seus perfis o que acabaram de fazer ou ver. Como postei algumas dessas imagens no meu perfil que também é o meu particular alguns amigos fizeram comentários que eu estava me tornando uma excelente cozinheira, ou ainda que queriam se convidar para comer na minha casa. Mesmo não tendo participado da confecção de todos os pratos e não tendo os feito sozinha, isso demonstra que a rede permite criar uma imagem distante da realidade.

⁷⁸Segundo o site do produto, “seu nome químico é Carboximetil Celulose – composto hidrocolóide obtido através do processamento químico da celulose (composto orgânico natural que compõem as paredes das células vegetais). E age como espessante e estabilizante.”
<http://www.arcolor.com.br/index.php/br/produtos/c%20m%20c%20arcolor-detail>
 Acessado em 23/07/2015

4.4.3 A degustação

No final dos cursos é chegado o momento da degustação, de provar e experimentar tudo o que foi feito. As alunas também fazem um tipo de confraternização, conversam e trocam endereços do Instagram. Uma aluna pergunta para as outras: “Qual é a sua arroba (@)?” Querendo dizer, qual o seu nome no Instagram. Isso porque nem todas usam os próprios nomes, mas sim uma combinação deles, apelidos, mistura de nomes com palavras fit ou ainda os nomes de seus projetos. E elas são reconhecidas por esses nomes. Muitas abrem contas privadas que só aceitam amigos e familiares. Nessas usam seus nomes completos.

Adicionei alguns perfis nessas ocasiões, como alguns também me adicionaram. Não criei nenhuma amizade nos encontros, mas até hoje alguns perfis ainda me acompanham e curtem minhas fotos, mesmo as que não são sobre a pesquisa.

Além de experimentar os pratos, é o momento da foto em grupo. É nessa hora que todos se reúnem para registrar a participação, e essa foto vai para o Instagram da professora. Os perfis são adicionados nas postagens para que depois todos possam compartilhar. As vezes a iniciativa é de uma aluna e não da professora, mas todos os cursos que fiz terminaram com uma foto em grupo no final.

E antes de todos irem embora tem a hora do sorteio. Alguns cursos recebem apoio de empresas ou lojas de produtos naturais. Nos que participei os sorteios eram de bolsas com produtos naturais e outro de uma bolsa térmica, essencial para o estilo de vida das musas que carregam suas marmitas o dia inteiro. Algumas empresas patrocinadoras aproveitam para convidar os participantes a conhecer seus produtos que estão pendurados no salão. A relação com o consumo é constante nesses cursos, pois somos apresentadas a novos produtos e marcas. Não só alimentícios como também roupas e acessórios, itens que complementam o estilo de vida da musa.

Brindes também são entregues e os mesmos tem relação com a cozinha ou com as postagens das musas. Ganhei uma espátula de cozinha chamada de ‘pão duro’ e um tubinho para carregar castanhas na bolsa. Sendo um brinde relacionado com a atividade de cozinhar, enquanto o segundo era voltado para a prática de carregar as marmitas ou alimentos durante o dia para não ceder a alimentação considerada errada por falta de opção. Na saída, nas três ocasiões dividi o taxi com algumas participantes. Duas moravam na zona sul e uma na Tijuca. Esse momento era também mais uma oportunidade para sociabilidade, dicas de perfis e troca de informações.

Esses encontros *off-line* foram oportunidades não apenas para ter contato com as *musas* e suas *seguidoras*, mas também de compreender melhor suas práticas em relação à

alimentação. O ato de comer não é apenas uma ação biológica, propõe uma série de simbolismos que permite identificar construções de identidades, classificações e hierarquizações. Se “eu sou o que eu como” como diz o título desse capítulo, a forma como me alimento, a comida que escolho e como consumo são essenciais para compreender quem somos e como nos construímos.



Figura nº38: Primeiro curso de culinária fit
Em 06/04/2014



Figura nº39: Segundo curso de culinária fit
Em 24/05/2014



Figura nº40: Terceiro curso de culinária fit
Em 15/06/2014



Figura nº41: Pão sem Glúten
15/06/2014

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As redes sociais da internet são espaços de relacionamento e de construção de identidades. O uso das mesmas para intermediar a construção corpórea dessas mulheres, mostrou que essas criaram novos usos e práticas propondo uma atividade não imaginada anteriormente pelos gestores desse ambiente. Com o intuito de atender e acompanhar, essa rede deve se modificar e se atualizar para se adaptar a vontade dos usuários. Isso demonstra que há uma agência dos indivíduos que exercem sua própria criação e customização das ferramentas oferecidas.

O Instagram busca um controle da forma como os usuários usam a rede social. Fotos de corpos nus não são permitidas, comentários considerados agressivos, ou mesmo *hashtags* polêmicas (que levem a entendimentos de postura abusiva). Os perfis que não respeitarem os termos de uso e a política dessa rede tem suas contas bloqueadas ou até mesmo suspensas. Celebidades já passaram por essa situação ao postar fotos com os seios nus, ou com alguma conotação de cunho sexual. Isso mostra que a rede social, tenta exercer uma seleção do que pode e não pode ser postado.

Conforme falei no capítulo sobre alimentação, notei essa intenção de domínio sobre o conteúdo da rede ao buscar a *hashtag cutting*, que seria uma técnica de alimentação e treino utilizada para a manipulação da anatomia. Entretanto o Instagram compreendeu a busca como uma referência a práticas de depreciamento e tentativa de colocar a própria vida em risco. Isso demonstra, por parte da rede, um desconhecimento mais amplo dos usos exercidos pelos participantes, e uma tentativa de normatização desses.

As últimas controvérsias se referem a liberação da postagem de um corpo nú, mostrando as nádegas, de um cantor canadense enquanto fotos de mamilos e seios feminino são vetados. Tais fatos indicam que pode haver por parte dessa rede uma questão de tabu relacionado à exposição do corpo feminino. A *hashtag curvy* (curvilínea) já foi bloqueada anteriormente e voltou a ser liberada com um movimento dos próprios usuários. A palavra, segundo a rede, reunia imagens de nudez, e a proibição nada tinha a ver com o termo, mas sim com os conteúdos que eram postados com o uso da mesma. Já para alguns usuários, a palavra tem relação com empoderamento feminino e valorização do corpo, mesmo fora dos padrões vigentes. Para que a palavra voltasse a fazer parte das *hashtags* permitidas, lembrando que as mesmas são usadas como forma de organização de informação para os usuários, reunindo postagens do mesmo tema em uma única página, tentativas de burlar o controle e pressionar a volta do termo foram praticadas pelos participantes dessa rede. Variações da

palavra como *curvee*, ou *bringbackcurvy* foram criadas de forma a exercer uma pressão para a liberação do uso por parte dos gestores. Assim, na busca por homogeneizar a rede de subjetividades produzidas pelos usuários, o Instagram cria um campo de disputa entre os mesmos e a plataforma.

A última *hashtag* a sofrer essa repressão foi o termo *goddess*⁷⁹ (Deusa), sendo que a versão masculina do termo, *God* (Deus) continua disponível na rede. Segundo alguns usuários a palavra também traz a tona questões de valorização das mulheres e celebra o corpo feminino. Entretanto, segundo algumas informações verificadas nos comentários, o termo também estaria sendo usado para imagens associadas a nudez e a anorexia. Mais uma vez a rede busca unificar os significados presentes nas imagens, não levando em consideração que as mesmas tem representações distintas para os grupos, podendo levar a uma crise de relacionamento na tentativa de torná-los únicos e totalizadores.

As limitações e ações de controle por parte da rede provocam no usuário uma reação de resposta e disputa com a própria plataforma, ao incitar a criação de novas *hashtags* e imagens que burlem ou enfrentem as proibições. A saída da rede pode causar a ruptura da relação com a plataforma e com os seguidores. Já a procura por outros meios que permitam uma expressão mais livre ou com mais possibilidades, pode estender a rede através de outras plataformas. Pude perceber essa extensão, ao longo do campo, com os *blogs*, nos quais as observadas expandem as informações que publicam, uma vez que o ambiente proporciona mais espaço para aprofundamento das postagens.

Desde março de 2015, noto uma tentativa de ampliar a plataforma através de outra rede social. Trata-se do Snapchat, uma rede social que também funciona via aplicativo, e que permite a postagem de vídeos mais longos que o Instagram, e a auto destruição dos mesmos pouco tempo depois de visualizados. As mensagens tem prazo de validade, o que fez com que inicialmente essa rede fosse muito usada para a exposição do corpo nu, exatamente o que o Instagram busca evitar. Grande parte das observadas continuam mantendo suas contas atualizadas e ativas no Instagram, mas convidam as seguidoras a acompanhá-las via Snapchat, no qual postam vídeos com maior duração do que os permitidos pelo Instagram. O endereço de suas páginas nessa rede é encontrado na mensagem de apresentação do perfil Instagram. Confirmando que não foi feita uma troca de plataformas, mas uma extensão da mesma como antes havia acontecido com os *blogs*.

⁷⁹ Disponível em: <http://www.refinery29.com/2015/07/91400/why-is-the-hashtag-goddess-banned-on-instagram#.c4lcr4:W0dr>
Acessado em 30/07/2015

É interessante pensar que o Instagram tenha tanto zelo com a publicação de corpos nus e ao mesmo tempo tenha se tornado um espaço importante de exposição e mediação da construção de corpos. Nessa dissertação, analiso os perfis das chamadas *musas do instafit*, e através dessa apresento questões sobre a construção corpórea que parecem transcender a forma como os gestores dessa rede a organizam e a controlam. Os corpos dessas mulheres são trabalhados a ponto de criar representações que discutem os limites entre o que se compreende como feminino e masculino. Os corpos talhados na academia e em práticas esportivas ao ar livre como a corrida dessas mulheres, não propõem novos corpos, mas sim novas compreensões e práticas para o processo de conquista dos mesmos.

O corpo da *musa* é também visto como uma forma de dar a essas mulheres mais valor e poder, uma vez que buscam no corpo malhado e *sarado*, representações de força e vitalidade. O próprio termo *musa* encontra proximidade de referência do agora polêmico *Goddess*, ambos provindos da mitologia grega, embora as deusas pertençam a uma categoria acima das *musas*, enquanto são essas que estão relacionadas como fontes de inspiração. Os braços fortes e os músculos do bíceps incorporam a representação dessa conquista.

É apoiado pelo discursos de busca por saúde, que compreende conceitos distintos como a prevenção das doenças, qualidade de vida, bem-estar e busca por vitalidade que esse corpo se constrói. O treino e a dieta combinados definem e esculpem esses corpos. Os *bodybuilders* são apresentados como inspirações na modelagem dessa anatomia, tendo as categorias *bikini* e *wellness* mais aproximação com os corpos apresentados pelas *musas*. Essas categorias enfrentam as disputas em relação a gênero através dos limites entre corpos e treinos femininos e masculinos. Dentro do *bodybuilder* são consideradas mais adequadas a um modelo forte mas com características mais femininas.

O corpo forte é ressaltado pelos músculos, e a noção de *sarado* é complementada pela ausência de gordura corporal. A gordura desaparece e os músculos se sobressaem em busca de uma visibilidade da saúde e do poder conquistados. Como disse Malysse (2002, p. 134), “o corpo torna-se visual por sua própria visibilidade: deixa de ser pensado como uma forma viva e torna-se a grande obsessão da supervisibilidade contemporânea”.

Esse corpo torna-se uma escultura com detalhes ajustados, torneados e entalhados a base de muita disciplina e controle. E amparados por uma plataforma que permite uma exposição ampliada, esses corpos ganham valor e capital. A barriga é a representação desse capital, podendo ser apresentada de múltiplas formas: *definida, tanquinho, sarada, chapada, negativa e grávida sarada*.

Assim os projetos de musa são mediados por essa rede social, e se constituem em técnicas e práticas que visam a construção desse corpo *sarado*. São também amparados pelos estilos de vida definidos como saudáveis. Esse conceito de *sarado* está ligado a saúde mas também a beleza, e a um corpo erotizado. A partir dos projetos de aquisição de novos hábitos e construção dos corpos, elas constroem suas identidades e reputações dentro dessa plataforma. Nos perfis elas produzem representações e subjetividades. A importância do perfil se apresenta na forma como são reconhecidas por suas *seguidoras* e pelos meios de comunicação. E também por diferenciarem os perfis de *musa* dos seus perfis pessoais, que são privados, diferentes das páginas nas quais postam seus projetos. Essa valorização se mostrou intensa durante o período de campo, quando pude perceber que algumas optaram por trocar os nomes dos perfis, que antes eram nomeados pelos projetos, para os seus nomes próprios.

Impulsionadas pela reputação nesse ambiente, a troca dos nomes dos perfis para os nomes pessoais busca garantir para si o que foi conquistado. Essa reputação irá garantir a visibilidade, *status* e um capital que poderá ser revertido em financeiro. E deve haver investimento na manutenção da reputação, pois assim irá permitir que o perfil permaneça ativo entre os mais populares. É necessário zelar pela identidade construída e pelos *seguidores* conquistados. Um questionamento, uma acusação deve receber a ação devida para manter a reputação intacta ou minimamente afetada.

Essas reputações repercutem e se tornam fontes de inspiração e imitação. O caso da *musinha fitness*⁸⁰ que apareceu na mídia em fevereiro de 2015, mostrou uma menina de nove anos que começou um perfil *instafit* no Instagram, postando imagens que reproduziam as das *musas*. Com textos de postagens como “cuidando do muquinho” e o “eu e o seu abdômen dos sonhos”, a criança chamou a atenção na rede social por reproduzir o comportamento praticado pelas observadas. Entretanto teve seu perfil bloqueado pela rede social por ser menor de treze anos, a faixa permitida para se ter um perfil próprio na rede. Antes publicava o *look* do dia, prática realizada pelas *blogueiras de moda* que postam a combinação (o *look*) da roupa que estão usando naquele dia. Mas passou então a postar fotos do corpo e do treino que realizava na academia. Optando em trocar o *look*, pelo “*corpo do dia*”.

Malysse (2002) comenta que esses corpos *sarados* se tornam quase que a roupa, assumindo o lugar de vestimenta ou estimulando o uso de uma vestimenta tão ajustada que são as formas dos corpos que se sobressaem. Esse “*corpo do dia*” se modifica a cada novo

⁸⁰Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/noticia/2015/02/instagram-de-musinha-fitness-de-nove-anos-causa-discussao-na-internet-4693054.html>
Acessado em 03/02/2015

treino e dieta alteradas. Ele é transformado continuamente e não cessa de ser reconstruído. E encontra nos discursos científicos o apoio para essa manipulação, pois a importância conferida a pesquisas científicas e a formação acadêmica dos profissionais envolvidos são valorizados e servem como forma de legitimar os projetos.

Toda a rede de subjetividades que é criada através das imagens e discursos dentro do aplicativo permite a valorização de desejos e idealizações. A rede permite construir representações de como se gostaria de ser. As imagens e os textos propagam essa subjetividade, de idealizar um momento perfeito, uma comida gostosa, um amor idílico, tudo parece mais bonito, feliz, saudável. Assim, os estilos de vida propagados pelas *musas* despertam também questões referentes a consumo. Uma vez que agregam elementos que passam a ser imitados e desejados pelas observadas e pelos *seguidores*. Roupas, acessórios, alimentos, suplementos, equipamentos, treinos, academias e mais o que puder se tornar item a ser consumido.

Esses elementos se tornam também marcadores desse estilo de vida e colocam aqueles que o usam relacionados aos que os propagam. Adotar alguns desses pode dar a sensação de se estar relacionado com os conceitos atrelados às *musas* como saúde, beleza, força e *status*.

Assim, empresas buscam se associar a essas mulheres de maneira que as mesmas divulguem seus produtos e marcas. Os valores pagos por essas postagens dependem da reputação de cada *musa* e do tamanho de sua popularidade, assim como a participação em eventos. Em 2014, através de conversas de trabalho soube que uma das musas cobrou R\$8.000,00 para participar de um evento por 40 minutos, mas outra já teve os valores divulgados pela imprensa, e a participação desta em um evento sairia por R\$14.000,00, enquanto a publicação de um *publipost* no Instagram custaria R\$3.600,00.⁸¹ Pelas reputações conquistadas elas são disputadas nesse mercado de divulgação de produtos, se tornando tão interessantes para essas práticas como celebridades.

Assim, é possível compreender que as *musas do instafit* representadas por seus perfis e práticas apresentam uma tentativa de controle da disciplina imposta pelos projetos através das postagens nessa rede social. Mas com essa iniciativa, provocada pela busca de construção de um corpo belo, magro e *sarado*, elas acabam por produzir uma rede de subjetividades. A arquitetura dos perfis assim como dos corpos exercem influência na criação de identidades e reputações. E essas deverão ser defendidas e protegidas de modo a manter o capital conquistado.

⁸¹ Disponível em <http://youpix.virgula.uol.com.br/fights/explica-pugli/>
Acessado em 30/07/2015

A busca pelos corpos *sarados* nessas redes compreende também questões de estetização de si e da vida. O que se vê é manipulado e trabalhado a partir dos filtros e dos efeitos que a ferramenta oferece. O controle e a manipulação estão presentes também nas imagens divulgadas. Esses corpos são legitimados a partir do olhar do outro, é esse que comprova todo o processo de arquitetura da anatomia, conferindo aprovação ou oposição. E a constatação se dá através das fotos de antes e depois, são essas que atestam o quanto aquele projeto tem possibilidades de sucesso ou não. Esses corpos e reputações são então construídos de forma individual e coletiva, pois envolvem o empenho e disciplina de cada envolvido com o projeto, mas tem suas metas e comprovações construídas pelo grupo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACIOLI, Sonia. **Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito.** Inf., Londrina, v. 12, n. esp., 2007
<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1784/1520>

BARBOSA, Livia. **Comida e Sociabilidade no prato do brasileiro.** In Consumo: cosmologias e sociabilidades. Org. Livia Barbosa, Fátima Portilho, Leticia Veloso – Rio de Janeiro: Mauad X; Seropédica, RJ: EDUR, 2009 p: 39:60

_____. **Cultura, Consumo e identidade: limpeza e poluição na sociedade brasileira contemporânea.** In **Cultura, Consumo e Identidade.** Org. Livia Barbosa, Colin Campbell – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006 p:107:138

BAROJA, Julio Caro. **Honra e Vergonha – Exame Histórico de Vários Conflitos.** In. PERISTIANY, John G. (org.) **Honra e Vergonha - Valores das Sociedades Mediterrâneas.** Tradução José Cutileiro Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian. 2ª edição, 1988

BARROS, Carla; PEREIRA, Claudia da S.; ROCHA, Everardo. **“Do Ponto de Vista Nativo”:** **Compreendendo o Consumidor através da Visão Etnográfica** apresentado em Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Computação – UERJ - 5 a 9 de setembro de 2005

BATISTELLA, Carlos. **Abordagens Contemporâneas do Conceito de Saúde.** In FONSECA, Angélica Ferreira e CORBO, Ana Maria D’Andrea (Org.) **O território e o processo saúde-doença.** Rio de Janeiro: EPSJV/Fiocruz, 2007.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica.** Publicado em 1955 Disponível em:
<http://www.mariosantiago.net/Textos%20em%20PDF/A%20obra%20de%20arte%20na%20era%20da%20sua%20reprodutibilidade%20técnica.pdf>

BERCITO, Sonia de Deus Rodrigues. **Corpos-máquinas: trabalhadores na produção industrial em São Paulo (décadas de 1930 a 1940)** In. DEL PRIORE, Mary, AMANTINO, Marcia (orgs.), **História do Corpo no Brasil** – São Paulo: Editora Unesp, 2011

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico.** Tradução: Fernando Tomaz (português de Portugal) – 15ª ed. – Rio de Janeiro; Bertrand Brasil, 2011

_____. **A Distinção: Crítica social do julgamento** – Porto Alegre,RS:Zouk, 2011

_____. **Gostos de Classe e Estilos de Vida.** In. Ortiz, Renato (org.) 1983 **Bourdieu – Sociologia.** São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol.39. p. 82-121

BOYD , Danah. and MARWICK, A. **Social Privacy in Networked Publics: Teens’ Attitudes, Practices, and Strategies** Paper presented at Oxford Internet Institute’s “A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society” on September 22, 2011. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1925128

BRAGA, Adriana. **Técnica etnográfica aplicada a comunicação online: uma discussão metodológica** em UNIrevista – Vol.1, nº 3: (julho 2006)

BRANDÃO, Ana Paula Daudt de Lima. **Facebook como palco: Goffman e a apresentação do**

self em redes sociais 1x Poscom Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio novembro de 2013

BUCKELS, E. E., et al. **Trolls just want to have fun. Personality and individual differences** (2014), <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016>

BUFFARA, Ana Carolina Bonaparte. **Projeto Carol Buffara: Dicas de Bem-Estar, Alimentação Saudável, Exercícios, e mais cardápios e receitas que vão transformar seu corpo e sua mente.** 1.ed. Rio de Janeiro: Arte e Ensaio, 2013

CARTAXO, Camila Augusta de Figueiredo. **Amizade, corpo e consumo entre corredores de rua de assessorias esportivas na zona sul do Rio de Janeiro.** Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em antropologia da Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2012.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Tradução Maria Luiza X. De A. Borges; revisão Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COURTINE, Jean-Jacques. **Os Stakanovistas do Narcisismo.** In Denise Bernuzzi Sant'Anna (org), **Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais**; tradução Mariluce Moura – 2 ed. – São Paulo: Estação Liberdade, 2005

DORNELLES, Jonatas. **Antropologia e internet: quando o “campo” é a cidade e o computador é a “rede”.** Revista Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 10, n. 21, p. 241-271, jan./jun. 2004 disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832004000100011&lng=en&nrm=iso acesso em fev. 2015

FISCHLER, Claude. **“Obeso benigno, obeso maligno”.**In SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org), **Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais**; tradução dos textos em francês Mariluce Moura – 2 ed. – São Paulo: Estação Liberdade, 2005

FRAVET-SAADA, Jeanne. **Ser afetado.** Tradução Paula Siqueira Revisão Tania Stolze Lima. Cadernos de Campo n.13: 155-161, 2005

FREIRE, Dirce de Sá. **Com açúcar, sem afeto** In. DEL PRIORE, Mary, AMANTINO, Marcia (orgs.), **História do Corpo no Brasil** – São Paulo: Editora Unesp, 2011, p.453-475

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 2012

GOELLNER, Silvana Vilodre e JAEGER, Angelita Alice. **O músculo estraga a mulher? A produção de feminilidades no fisiculturismo.** Estudos Feministas, Florianópolis, 19(3): 392, setembro-dezembro/2011

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**; tradução de Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis, Vozes, 1985.

GOLDENBERG, Mirian. **O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira.** Org. Mirian Goldenberg - 2.ed. – São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010

GOLDENBERG, Mirian e RAMOS, Marcelo Silva **A civilização das formas: O corpo como valor.**In. Mirian Goldenberg (org.). **Nú e Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca.** Rio de Janeiro: Record.2002

GOMES, Laura Graziela; LEITÃO, Débora Krishcke. **Estar e não estar lá, eis a questão: pesquisa etnográfica no Second Life**. Revista Cronos. R. Pós-Grad. Ci. Soc. UFRN, Natal, v.12, n.2, p. 23-38, jul/ dez.2011, ISSN 1518-0689

HARAWAY, Donna. **A manifesto cyborg** in <http://www.egs.edu/faculty/donna-haraway/articles/donna-haraway-a-cyborg-manifesto/>

HINE, Christine. **How can qualitative internet researches define the boundaries of their projects?** boyd, danah (2008). "How Can Qualitative Internet Researchers Define the Boundaries of Their Projects: A Response to Christine Hine." *Internet Inquiry: Conversations About Method* (eds. Annette Markham and Nancy Baym). Los Angeles: Sage, pp. 26-32.

HINE, Christine. "**Virtual ethnography**. Centre for Research into Innovation, Culture and Technology Brunel University, Uxbridge, Middlesex, UB8 3PH, UK": 1-25.

KRONE, Evander Eloí, MENASCHE, Renata. **Políticas públicas para produtos com identidade cultural: uma reflexão a partir do caso do queijo artesanal serrano do sul do Brasil**. Trabalho apresentado no VIII Congresso Latino Americano de Sociologia Rural, Porto de Galinhas, 2010. Disponível em <http://www.ufrgs.br/pgdr/arquivos/753.pdf>

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo: Antropologia e sociedade**. Tradução: Marina Appenzeller – Campinas, SP: Papirus, 2003

LUZ, Madel T. **As novas formas da saúde: práticas, representações e valores culturais na sociedade contemporânea**. Novos Saberes e Práticas em Saúde Coletiva. Editora Hucitec, 2003 Disponível em: <https://www.nescon.medicina.ufmg.br/biblioteca/imagem/2481.pdf>

_____. **Novas práticas em saúde coletiva**. In MINAYO, MCS., and COIMBRA JR, CEA., orgs. *Críticas e atuantes: ciências sociais e humanas em saúde na América Latina* [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005. 708 p. ISBN 85-7541- 061-X.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. Tradução Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2003

MALYSSE, Stéphane. **Em busca dos (H)alteres-ego: Olhares franceses nos bastidores da corpatria carioca**. In. Mirian Goldenberg (org.). **Nú e Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record.2002

MENASCH, Renata 2004. **Risco à mesa: alimentos transgênicos, no meu prato não!** Campos, 5(1):111-129.

MENON, Daiane e SANTOS, Jacqueline Schaurich dos. **Consumo de proteína por praticantes de musculação que objetivam hipertrofia muscular**. Rev Bras Med Esporte – Vol. 18, No 1 – Jan/Fev, 2012

MILLER, Daniel; SLATER, Don. **Etnografia on e off line: cybercafés em trinidad**. Revista Horizontes antropológicos, n. 21, 2004. disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=s0104-71832004000100003&script=sci_arttext. Acesso em: fev 2015

MIZRAHI, Mylene. **Indumentária funk: a confrontação da alteridade colocando em diálogo o local e o cosmopolita**. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 231-262,

jul./dez. 2007

MORAES, Andrea. **O corpo no tempo: velhos e envelhecimento**. In. DEL PRIORE, Mary, AMANTINO, Marcia (orgs.), **História do Corpo no Brasil** – São Paulo: Editora Unesp, 2011

NOVAES, Joana de Vilhena. **Beleza e feiúra: corpo feminino e regulação social**. In. DEL PRIORE, Mary, AMANTINO, Marcia (orgs.), **História do Corpo no Brasil** – São Paulo: Editora Unesp, 2011

ORTEGA, Francisco. **Práticas de ascese corporal e constituição de bioidentidades**. Cadernos de Saúde Coletiva. Rio de Janeiro, 11 (1): 59 - 77, 2003

PACHECO, Sandra Simone Morais. **O hábito alimentar enquanto comportamento culturalmente produzido**. <http://books.scielo.org/id/9q/13>

PERISTIANY, John G. **Honra e Vergonha - Valores das Sociedades Mediterrâneas**. (org.) Tradução José Cutileiro Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian. 2ª edição, 1988

PETRE, Peter e SCHWARZENEGGER, Arnold. **Arnold Schwarzenegger: A Inacreditável História da minha vida**. Tradução Fernanda Abreu. Rio de Janeiro: Sextante, 2012 (e-book, recurso eletrônico)

PITT-RIVERS, Julian. **Honra e Posição Social**. In. PERISTIANY, John G. (org.) **Honra e Vergonha - Valores das Sociedades Mediterrâneas**. Tradução José Cutileiro Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian. 2ª edição, 1988

PINHEIRO, Marta de Araújo. **Subjetivação e consumo em sites de relacionamento**. In. comunicação, mídia e consumo. São Paulo vol.5 n.14 p.103-121 nov.2008

PORTILHO, Fatima; CASTAÑEDA, Marcelo; CASTRO, Inês Rugani Ribeiro de. **Alimentação no contexto contemporâneo: consumo, ação política e sustentabilidade**. Ciênc. saúde coletiva vol.16 no.1 Rio de Janeiro Jan. 2011

PORTILHO, Fatima. **Sociabilidade, Confiança e Consumo na feira de produtos orgânicos**. In Consumo: cosmologias e sociabilidades. Org. Livia Barbosa, Fátima Portilho, Letícia Veloso – Rio de Janeiro: Mauad X; Seropédica, RJ: EDUR, 2009 p:61:86

PUGLIESI, Gabriela. **Raio X: Como levar uma vida saudável sem perder a graça da vida**; [organização SibellePedral; compilação SibellePedral] – 1.ed. – Rio de Janeiro: Reptil, 2014

QUEIROZ, Taís Penna de. **Na pegada do ambientalismo: discursos e práticas de consumo**. Dissertação apresentada ao Departamento de Antropologia do Instituto de Ciências Humanas e filosofia da Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2012

RECUERO, Raquel; Soares, Pricilla. **Violência Simbólica e Redes sociais no facebook: o Caso da fanpage “Diva Depressão”**. Galáxia (São Paulo, Online),n.26, p. 239-254, dez 2013

RECUERO, Raquel. **As redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura) 191 p.

ROIM, Talita Prado Barbosa. **A alimentação para construção de identidades nacional e coletiva nos espaços urbanizados**. Garça/SP: FAEF, 2014. Vol 07 (07vols.)

- ROSA, Mário. **A Reputação na velocidade do pensamento**. São Paulo: Geração Editorial, 2006
- SABINO, César; LUZ, Madel T.; CARVALHO, Maria Cláudia. **O fim da comida: suplementação alimentar e alimentação entre frequentadores assíduos de academias de musculação e fitness do Rio de Janeiro**. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, Rio de Janeiro, v.17, n.2, abr.-jun. 2010, p.343-356.
- SABINO, César. **Anabolizantes: Drogas de Apolo**. In **Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**.Org. Mirian Goldenberg [et al.] – Rio de Janeiro:Record 2002
- SAHLINS, Marshall David. **Cultura e razão prática**. Tradução Sérgio Tadeu de Niemayer Lamarão; revisão técnica Luis Fernando Dias Duarte – Rio de Janeiro: Zahar, 2003
- SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da Beleza no Brasil**.São Paulo:Contexto, 2014.
- _____. Embelezamento Feminino no Brasil. In Denise Bernuzzi Sant'Anna (org), **Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais**; tradução Mariluce Moura – 2 ed. – São Paulo: Estação Liberdade, 2005
- SARTI, Cynthia A. **A dor, o indivíduo e a cultura**. Saudesoc. [online]. 2001, vol.10, n.1 <http://www.scielo.br/pdf/sausoc/v10n1/02.pdf>
- SILVA, André Luiz dos S. **Imperativos da beleza: corpo feminino, cultura *fitness* e a nova eugenia**. *Cad. CEDES*, Ago 2012, vol.32, no.87, p.211-222. ISSN 0101-3262
- SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda e outros escritos**.Lisboa:Edições Texto & Grafia Lda, 2008
- VIGARELLO, Georges. **História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje**. Tradução: Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006
- _____. **Panóplias Corretoras – Baliza para uma história**. In Denise Bernuzzi Sant'Anna (org), **Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais**; tradução Mariluce Moura – 2 ed. – São Paulo: Estação Liberdade, 2005
- WACQUANT, Loïc. **Corpo e Alma - Notas Etnográficas de um Aprendiz de Boxe**. Tradução Angela Ramalho - Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002
- WAIZBORT, Leopoldo. **As aventuras de Georg Simmel**. São Paulo:USP, Curso de Pós-Graduação em Sociologia: Ed. 34, 2000.