



Sonielson Luciano de Sousa

MÍDIA & CORPO MASCULINO

Um estudo sobre frequentadores de
Academias de Musculação e a
Construção de Corporalidades
Masculinis Juvenis



Esta obra é calcada em uma pesquisa sobre a construção de ideais de corpo e corporalidades masculinas de homens jovens frequentadores de academias de musculação, e o papel da mídia na construção da subjetividade destes sujeitos. Desta forma, buscou-se promover uma reflexão sobre os impactos que a mídia possui nas dinâmicas de vida, bem como entender qual a dimensão da própria percepção dos participantes acerca do tema, no que se refere ao poder que eles têm sobre suas escolhas, mediante eventuais heranças culturais e arranjos familiares e sociais. Como procedimentos metodológicos optou-se pela realização de Grupo Focal em duas academias de Palmas-TO, e os resultados são analisados a partir da Análise de Conteúdo. No desenvolvimento do trabalho verificou-se que os homens jovens das duas academias têm posicionamentos convergentes sobre os temas propostos, e corroboram as teses levantadas pelo referencial teórico. A pesquisa mostrou que a mídia – a partir, sobretudo, do cinema e de perfis de celebridades nas redes sociais eletrônicas – exerce influência direta na busca de um ideal de corpo masculino.



Mídia & Corpo Masculino

Direção Editorial

Lucas Fontella Margoni

Comitê Científico

Profa. Dra. Cynthia Mara Miranda
Universidade Federal do Tocantins (UFT)

Profa. Dra. Irenides Teixeira
Centro Universitário Luterano de Palmas (Ceulp/Ulbra)

Profa. Dra. Liliam Deisy Ghizoni
Universidade Federal do Tocantins (UFT)

Mídia & Corpo Masculino

Um estudo sobre frequentadores de
Academias de Musculação e a Construção de
Corporalidades Masculinas Juvenis

Sonielson Luciano de Sousa



Diagramação: Marcelo A. S. Alves

Capa: Carole Kümmecke - <https://www.behance.net/CaroleKummecke>

O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.



Todos os livros publicados pela Editora Fi estão sob os direitos da [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR) https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR



<http://www.abecbrasil.org.br>

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

SOUSA, Sonielson Luciano de

Mídia e Corpo Masculino: um estudo sobre frequentadores de Academias de Musculação e a Construção de Corporalidades Masculinas Juvenis [recurso eletrônico] / Sonielson Luciano de Sousa -- Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2019.

134 p.

ISBN - 978-85-5696-710-7

Disponível em: <http://www.editorafi.org>

1. Mídia; 2. Redes Sociais; 3. Corporalidades; 4. Masculinidades; 5. Identidades; I. Título.

CDD: 177

Índices para catálogo sistemático:

1. Ética e sociedade

177

O espetáculo (da sociedade de consumo) que é a extinção dos limites do eu e do mundo pelo esmagamento do eu que a presença-ausência do mundo assedia, é igualmente a supressão dos limites do verdadeiro e do falso pelo recalçamento de toda a verdade vivida sob a presença real da falsidade que a organização da aparência assegura. Aquele que sofre passivamente a sua sorte quotidianamente estranha é, pois, levado a uma loucura que reage ilusoriamente a essa sorte, ao recorrer a técnicas mágicas. O reconhecimento e o consumo das mercadorias estão no centro desta pseudo-resposta a uma comunicação sem resposta. A necessidade de imitação que o consumidor sente é precisamente uma necessidade infantil, condicionada por todos os aspectos da sua desposseção fundamental.

-- Guy Debord, in 'A Sociedade do Espectáculo'

Agradecimentos

Agradeço primeiramente à dimensão do Sagrado, esta força que permeia todas as dinâmicas da vida e que, por razões diversas, as tradições monoteístas dão o nome de Deus e as religiões da Natureza apontam-no como O Tudo, O Todo ou Olorum. Sem a consciência desta força, desta Vontade, eu não teria percebido a minha vocação para a Docência durante um período pessoal de Metanóia. Esta consciência numinosa me fez reconectar-se com a profissão basilar – a docência – que sempre deu sustentação econômica e ética para boa parte da minha família materna.

Aos meus pais Fernando Antônio de Sousa – *In Memoriam* – e Maria de Lourdes de Sousa, que conduziram a minha criação com segurança, afeto e esperança. Sem aquela convivência harmônica proporcionada por vocês nos inesquecíveis anos de infância na Fazenda, localizada entre os estados da Paraíba e Pernambuco, cercado pela paz do campo e contemplando todas as noites aquele céu de poucas nuvens e muitas estrelas, eu certamente não teria suportado todas as crises existenciais que já enfrentei e, mais que isso, não teria reconhecido o valor simbólico/terapêutico/pedagógico de tais crises. A partir de vocês, eu agradeço e reverencio todos os integrantes das duas famílias.

Aos meus irmãos José, Joelma, Adolfo, Dorinha e Eliene, seres de personalidades tão distintas e que carregam em comum uma generosidade invejável. Em vocês eu pude perceber o valor do contato com o outro, o desenvolvimento de habilidades de convivência em grupo, a paciência e acessos de compaixão – por mim mesmo, por vocês e pelos outros.

Aos meus amigos de jornada em Palmas, em especial Wíbergson Estrela Gomes e Douglas Nery Neto, seres que me ajudaram a crescer tanto no campo pessoal quanto na esfera profissional e afetiva. Vocês foram imprescindíveis para que eu me adaptasse a Palmas e, mais que isso, passasse a amar esta

cidade que tanto me acolhe e me proporciona crescimento. Em nome de vocês, eu agradeço a todos os demais amigos e amigas que tive o privilégio de conhecer nesta linda cidade. A minha vontade era de enumerá-los todos, mas poderia incorrer numa enorme injustiça, já que são muitas as pessoas por quem nutro profundo respeito e admiração neste coração do Brasil e em Monteiro-PB, minhas duas bases identitárias primordiais. Sintam-se todos abraçados e amados. Vocês colaboram direta ou indiretamente para o meu desenvolvimento.

A profa. Dra. Irenides Teixeira – mulher forte, humana, que reconheceu minha vocação para a docência e me apoiou desde sempre, inclusive me incentivando a crescer constantemente na dimensão acadêmica e pessoal. À minha orientadora Profa. Dra. Cynthia Miranda, pesquisadora pela qual desenvolvi um profundo respeito por seu engajamento e acuidade intelectual, por sua destreza no trato acadêmico e por sua humildade. A profa. Dra. Cynthia, que é alguém que possibilita, ao mesmo tempo, o rigor científico e a possibilidade de imprimir originalidade na pesquisa, obrigado. Também o meu profundo agradecimento a profa. Dra. Líliam Ghizoni, profissional respeitável, de olhar detalhado e ponderado, que colaborou decisivamente para que este trabalho pudesse ganhar corpo. Com as suas contribuições esta pesquisa alcançou mais rigor e clareza. Minha gratidão e eterna admiração.

Aos meus alunos do curso de Educação Física do Ceulp/Ulbra, Anderson, Moacir e Gustavo. Vocês foram decisivos nas etapas da pesquisa, com um grande apoio em vários momentos. Obrigado pela dedicação e pela simpatia de sempre. Em nome de vocês, eu agradeço a todos os meus alunos, principalmente do curso de Psicologia e, em extensão, aos demais cursos. A partir de todos vocês eu tenho a oportunidade de me treinar diariamente para me tornar alguém melhor, na esfera pessoal e profissional. Obrigado.

E, por fim, eu agradeço aos meus amigos/as do Zen Budismo. Este grupo de Palmas, engajado na meditação e no autodesenvolvimento, me motiva a perseguir uma vida em cujos projetos o máximo de pessoas possa ser contemplado. Esta dimensão me ajuda a aproximar-se da busca de sentido para a vida, que logo se esvai, mas que, na exata medida, nos proporciona a possibilidade de crescer e, ao mesmo tempo, ajudar aos outros na mesma empreitada. Muito obrigado a todos/as vocês.

Lista de abreviaturas e siglas

AC	Análise de Conteúdo
CEULP	Centro Universitário Luterano de Palmas
GF	Grupo Focal
GFs	Grupos Focais
GF 1	Grupo Focal Um
GF 2	Grupo Focal Dois
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
TO	Tocantins
UFT	Universidade Federal do Tocantins
ULBRA	Universidade Luterana do Brasil

Sumário

1	15
Introdução	
1.1 O percurso da dissertação.....	25
2	27
Procedimentos metodológicos	
2.1 Critérios de inclusão e de exclusão.....	34
3	35
Corpo, consumo e tentativas de pertencimento	
3.1 Corpo como última fronteira a ser explorada.....	39
3.2 Ideais de corpo na contemporaneidade	53
4	61
Juventude(s) e percursos epistemológicos	
4.1 A (re)construção identitária juvenil.....	68
5	73
A comunicação como instrumento formador de subjetividades	
5.1 Os modelos hegemônicos que balizam o consumo	75
5.2 Academias de musculação e relações de consumo.....	80
6	83
O cuidado com o corpo masculino ganha a vida cotidiana	
7	103
Considerações finais	
Referências	109

Apêndice A.....	124
Declaração do pesquisador responsável	
Apêndice B.....	125
Perfil dos Participantes	
Apêndice C.....	126
Roteiro de perguntas	
Apêndice D.....	127
Termo de consentimento livre e esclarecido	
Apêndice E.....	131
Termo de participação da pessoa como sujeito de pesquisa	
Apêndice F.....	132
Declaração de instituição participante	
Apêndice G.....	133
Concordância da instituição co-participante	
Apêndice H.....	134
Interface de Aprovação de projeto ao Comitê de Ética do CEULP/ULBRA	

Introdução

O corpo como objeto de investigação – seja nas dimensões políticas, estéticas e/ou religiosas – é algo que move o interesse de muitos pesquisadores, com mais intensidade, a partir do século passado. Nos livros de Sociologia e Filosofia, a partir da década de 1960, ao observar a dinâmica de vida burguesa na Europa e na América, intelectuais como Bauman (2007), Birman (2012) e Debord (1997), por exemplo, identificaram o corpo como indutor de uma era centrada nos interesses individuais, não mais coletivos, e na mudança de uma perspectiva que sai da esfera da cidadania para o prisma do consumismo. Eclode o espetáculo da sociedade de consumo, que se dá por meio da circularidade da produção de autoimagens, cujas consequências gerais sobre o indivíduo envolvem não apenas a supressão histórica do mesmo, mas o esgotamento de um crivo qualitativo em relação ao que se consome. Em pleno século XXI a sociedade consumista de imagens descrita por Debord (1997) nos idos do pós-Segunda Guerra continua a mesma, mas aprimorada com as novas pseudo-necessidades, e o corpo é uma espécie de fronteira privilegiada para a autopromoção, pois em tese só depende da vontade do indivíduo para que o mesmo seja trabalhado, tonificado, erotizado e, por fim, publicizado a partir das redes sociais virtuais.

Por corpo, no entanto, esta pesquisa irá se debruçar sobre o ideal moderno pós-renascentista e capitalista tardio, dominado pelo discurso científico calcado na investigação, análise e descrição a partir do prisma da anatomia e biomecânica (ROSÁRIO, 2006), cujo objetivo inicialmente era enquadrar tal corpo numa dinâmica de produção e, atualmente, sua construção se dá para a manutenção de esferas de consumo, tendo o próprio

corpo como instância a ser apresentada coletivamente como alvo de desejo. Neste sentido ele é decorado, adornado, modificado e projetado para inscrever-se no domínio dos afetos, fronteira ainda não esgotada pelas relações de consumo.

Desta forma, a legitimação de um discurso – notadamente para o público jovem – não mais está atrelada à natureza teleológica da coisa em si, mas ao sucesso e quantidade de mobilização que tal discurso (por meio de imagens, por exemplo) é capaz de impingir. Assim, como defende Goldberg (2016), “o que faz sucesso passa a ser a verdade. Esse dado se transforma em um radical nas redes sociais”.

É nesta dinâmica que entra o foco nos discursos identitários e a (re)construção de dinâmicas de poder e culturais entre usuários de academias de musculação expostos à mídia, cuja definição esta pesquisa se utiliza do conceito que se assemelha ao usado pelos norte-americanos (GUAZINA, 2007), no sentido de *mass media*, a partir das mais variadas matizes de transmissão de mensagens, como os meios de comunicação de massa tradicionais – rádio, TV, cinema, imprensa, satélites de comunicação – e os recentes suportes/meios eletrônicos e virtuais, como *smartphones*, aplicativos, redes sociais virtuais, dentre outros. É preciso destacar, no entanto, que os produtos resultantes da mídia não são isentos de vieses ideológicos.

Diante disso, vê-se a necessidade de observar se um dado grupo de pessoas é impactado pelos discursos aparentemente hegemônicos deste fenômeno, em seus mais amplos processos, no que se refere a esta mídia como balizadora dos modelos identitários tendo em vista um ideal de corpo. Assim, através de dois Grupos Focais conduzidos em duas academias de Palmas – que serão chamadas de Academia A e Academia B, para preservar tais estabelecimentos – objetiva-se, na interação com homens de idade entre 18 e 30 anos que se utilizam dos serviços de musculação, levantar dados de ordem Qualitativa, reforçando o caráter hermenêutico da condição.

E ao referir a jovem, usa-se nesta pesquisa a conceituação sociológica que classifica a juventude como fruto de um constructo social e cultural (MARGULIS et al., 2008), marcado por uma transição que intercala, de um lado, certo grau de dependência econômica e emocional e, por outro lado, rompantes de suposta autonomia e autorreferencialidade (no sentido de fazer perceber-se como agente da própria escolha, sem interferência do núcleo parental direto), cujo objetivo é entrar no bojo da obtenção de visibilidade social (BAUMAN, 2008). Há de se destacar, no entanto e como pontua Margulis et al. (2008), que o conceito de juventude, no sentido contemporâneo, transcende o fator idade que, em última análise, não limita tal episteme. Desta forma, jovem e juventude são construções que além da delimitação temporal incluem também uma fase da vida marcada por um *modus operandi* assinalado por ambivalências decorrentes, em grande medida, das expectativas sociais sobre tais sujeitos. Desta forma, tais expectativas variam de acordo com o contexto histórico e cultural. Especificamente em relação ao jovem conte, há uma predominância de uma subjetividade marcada pela ausência de figuras de autoridade (FREIRE COSTA, 2004) notadamente a partir do enfraquecimento das narrativas patriarcais, que inserem no corpo, a partir de ações bioascéticas – cuidado excessivamente focado no desenvolvimento do corpo e da própria saúde – um mecanismo de compensação e de tentativa de impingir poder (seja para ser aceito por um grupo, seja para melhorar a autoestima). Neste cenário, o cuidado com o corpo, entre os jovens, configura-se como uma última fronteira da dimensão do consumo (SCHOPENHAUER, 2001), afinal o corpo é fonte inesgotável de intervenção e, na mesma medida, de frustração.

Desta forma, a pesquisa buscou elucidar se os participantes dos GFs possuem uma dinâmica de vida em cujo repertório há o excessivo cuidado com o corpo e, neste contexto, problematizar se há influência da mídia na construção deste ideal de corpo. A pesquisa procurou conhecer qual a dimensão da própria percepção dos participantes acerca do tema, no que se refere ao poder que eles têm sobre suas escolhas, mediante eventuais

heranças culturais e arranjos sociais locais (HALL, 2014). Isso levando-se em conta a autonomia que, presume-se, configura-se como bem inalienável dos sujeitos.

A revisão bibliográfica aponta para uma tensão entre a existência pautada por vontades individuais e, em igual medida, as cobranças gerais. Desta forma, Costa (2005) aponta que se por um lado os jovens têm a impressão de serem os protagonistas de suas próprias vidas, sem supostamente estarem atrelados às variáveis decorrentes do crescente número de informações, por outro lado a informação nunca ocorre de maneira inteira e confiável, porque “se movimenta de forma assimétrica. Ao lado da modernidade líquida e do príncipe eletrônico [a mídia atual], esse é mais um conceito inteligente para entender a arquitetura da comunicação globalizada” (COSTA, 2005, p. 179). Ou seja, há um paradoxo no processo comunicativo, que ao exaltar a individualidade o faz a partir de modelos gerais, como o ideal de corpo malhado como padrão, por exemplo.

Aliado a isso, como sintoma da Pós-Modernidade (BAUMAN, 1998) - que é marcada por recusas de narrativas longas, ‘liquidez’/flexibilidade nas relações interpessoais e rejeição de contratos de longo prazo - e do jogo de ‘forças’ naturais em torno de discursos hegemônicos - seja travado pela mídia, seja no ceio de fatores socioculturais -, a subjetividade dos jovens passa a ser formatada a partir de decisões autocentradas - já que a tradição perde espaço desde a Revolução Francesa- abrindo caminho para que, na tomada de decisões, narrativas midiáticas componham em torno do ‘novo estatuto do eu’ (RIESMAN, 1995; SENNETT, 2012), cujas rotinas agora não são mais balizadas pelo peso coletivo, e sim por escolhas individuais. Estas escolhas tendem a referendar os sujeitos em geral e os jovens em particular como agentes de seu próprio lugar no mundo, cujos discursos de sustentação são permeados pelo princípio da liberdade, da maleabilidade e da desregulamentação (BAUMAN, 1998). O corpo, então, volta a ocupar o foco central das discussões - seja pelo seu escrutínio, seja por sua negação, como nos casos de alguns discursos religiosos, que

criminalizam o uso do corpo – porque é o que há de mais imanente, concreto, diante de um mundo em rápido processo de transformação, marcado pela incerteza e imprevisibilidade.

Some-se a isso a crescente pressão cultural (POPE et al., 2000) e a influência midiática (RUSSO, 2005) sobre a valorização do corpo como credencial social, sobretudo nos últimos 30 anos. Por credencial social, é necessário associar a um estilo de vida onde o corpo ganha *status*, qualificando os sujeitos a participarem ativamente das dinâmicas sociais, notadamente aquelas baseadas em relações de consumo. Desta forma, conforme Pope et al. (2000), o estabelecimento de padrões estéticos de corpo calcados em assimetria, no conceito de belo e tonificado sai da esfera quase que exclusiva do universo feminino – notadamente no advento da Modernidade – e passa a compor o cardápio de exigências para o público masculino, sobretudo os jovens. Assim, a estética corporal se integra a um cabedal de características que classifica e rotula as pessoas de acordo com o investimento pessoal que cada uma delas despende para este item.

É neste contexto que entra a influência da mídia. Ela realça desejos e reforça modelos imagéticos, numa tentativa de se chegar a uma padronização de ideal de corpo. Esta ação, em si, desencadeia na busca de intervenções para se aproximar ao máximo do ideal de corpo propalado, sem se levar em conta uma série de fatores, como questões de ordem econômica, genética, limitações físicas e etc. Há de se destacar, no entanto, que o ideal de corpo masculino calcado na hipertrofia, na musculação, em que pese a sua predominância e prevalência histórica cuja gênese data dos ginásios gregos (GOLDHILL, 2007), pode se combinar com uma série de outros mecanismos para realçar uma identidade masculina e que pretende-se explorar na presente pesquisa.

Além disso, não se pode deixar de falar sobre outros dois temas basilares para os discursos em torno do corpo na contemporaneidade: a cibercultura e a antropologia do ciborgue. Pois bem, quanto à primeira, tendo em vista que esta pesquisa se debruça sobre identidades que são reconstruídas a partir de diferentes formas de interação, a dimensão

tecnológica deve ser abarcada. Assim, de acordo com Macek (2005), compõe a cibercultura – notadamente no campo da comunicação – a hibridização entre tecnologias de informação e comunicação, que resultam em formações culturais balizadas pela computadorização, cibernética, digitalização de dados e ciborguização do corpo humano.

De acordo com Macek (2005), a cibercultura passa a ser a interface entre cultura e tecnologia, possibilidade formas de interações com a tecnologia que, sem uma estética e aplicabilidade adequados ficaram resumidos a um conjunto de pessoas hiperespecializadas em computação. E qual a relação disto com o corpo? Ora, muito visceral, pois os estudos trashumanistas (SANDEL, 2013) – que objetivam o melhoramento humano a partir do uso de tecnologias – têm forte impacto na constituição de novos modelos de corpo, notadamente através do uso de aparelhos, próteses e medicamentos que alteram significativamente sua estética e anatômica original. Assim, de modo geral, a cibercultura, no âmbito da ‘construção simbólica’ do corpo, digere e ressignifica o científicês, possibilitando que as pessoas se apropriem de termos, produtos e formas de ação que, antes, eram contingenciadas por um saber médico codificado e de difícil compreensão. Um sintoma disso é o sucesso dos chamados “digital influencers” (influenciadores digitais), sobretudo com perfis na rede social Instagram, que mobilizam milhares de seguidores em torno de dicas do universo fitness.

Já a antropologia do ciborgue se refere a um ser humano que está inscrito nos pós-humano, a saber, que de longe deixou de ser um sujeito natural para aderir a um conjunto de intervenções – das mais simples às mais complexas – que o inscrevem numa cartografia sem território fixo. Sobre isso, Rüdiger (2002) diz que a tendência é a desintegração histórica do sujeito – ao menos no que se refere ao modelo estrutural linear –, que passa a agir e atuar sob a perspectiva de fragmentos (de vida, históricos, conceituais, etc.), muito embora as pretensões sejam alcançar a redenção humana pelo uso da tecnologia computacional e informacional, que exerceriam impacto em todas as esferas da produção de conhecimento, desde

a medicina, passando pela comunicação, psicologia, educação física e neurociência, até a teologia – que precisaria se refazer para tentar responder as demandas futuras.

Ainda sobre a antropologia do ciborgue, destaca-se o ‘Manifesto Ciborgue’, de autoria de Haraway (2000), para quem o processo de hibridização ‘ser humano-máquina’ evoca um sujeito que será permeado não mais a partir de uma antiga ontologia que delimita fronteiras existenciais. O ciborgue, portanto, corporifica a máxima pós-estruturalista que apresenta uma realidade social e corporal fluída, com uma espécie de celebração pela queda das fronteiras, notadamente no que se refere à questão de gênero, uma vez que se enfatiza o sentido não-natural das narrativas de justificação do mundo, onde compete ao ser humano – e não a um juiz externo – estabelecer as diretivas de convivência.

Com isso, fica evidente que questões culturais – como padrões comportamentais – não podem ser confundidos com fatos naturais, eles eclodem da cultura, em que pese a transição entre cultura e natureza, como propõe Santaella (2003). Desta forma, qualquer tentativa de se construir identidades (subjetivamente falando) está fadada ao fracasso, pois remete a uma ontologia da essencialidade, que apenas serviria para replicar discursos de dominação e manutenção de lugares de fala/poder. Assim, nenhuma construção (identitária) pode ser vista como algo totalizante. Antes, as pessoas teriam que se classificar – se é que isso é possível – a partir do princípio de afinidade (com certos padrões e tendências).

Garcia (2011) defende que pensar sobre mídia e corpo, na atual conjuntura histórico/política, é se debruçar sobre um exercício reflexivo/acadêmico complexo, pois se exige do pesquisador um avanço em relação a questões pré-concebidas, sem com isso negligenciar o processo histórico pelo qual o corpo foi construído ideologicamente, evitando também cair num posicionamento maniqueísta calcado na mídia e no mercado, de um lado, e nos discursos políticos/ideológicos de viés moral, de outro.

Deste modo, é necessário pontuar que na segunda metade do século XX (DEL PRIORE, 2016) paulatinamente o corpo vai sendo escrutinado como a fronteira mais concreta de relação com a vida, e passa a ser estudado, também, pelo prisma da sensualidade, da sexualidade, da política e das relações de poder. Neste ponto, muito embora haja um alargamento dos vieses epistemológicos, em certa medida ocorre também uma consolidação da retomada dos ideais clássicos abandonados há mais de mil anos. Neste cenário, eclode a dúvida sobre ‘o papel da mídia na padronização e disseminação do “ideal de corpo perfeito” para homens jovens’.

No mais, a delimitação do tema de pesquisa é sempre algo desafiador porque envolve aspectos objetivos – a construção de um objeto de estudo relevante não apenas para o pesquisador, mas para a comunidade científica e a sociedade –, além de representar a tradução de um primeiro interesse difuso em algo afunilado, coeso, compreensível e operacional. Neste sentido, como destacam Quivy; Campenhoudt (1998), a formulação de um problema de pesquisa e a escolha do tema são a chave para a boa execução da pesquisa, em todas as suas etapas. Assim, nesta pesquisa, busca-se compreender, num primeiro momento, de que forma a mídia impacta – ou não – na construção de ideais de corpo masculino entre jovens. E é neste contexto que operacionaliza-se o jogo de fatores que influenciam na elaboração do tema e do problema de pesquisa, tais como o interesse pelo tema (LAVILLE; DIONNE, 1999), e a conciliação dos interesses envolvidos no processo, que em tese deveria contar com o entusiasmo do pesquisador, que negocia leituras, caminhos epistemológicos e desdobramentos políticos pessoais com os da academia. Este processo inicial é rico no sentido de, desde já, explicitar as linhas de corte ou um tipo ideal (WEBER, 2006).

Assim, ao afunilar o objeto de investigação, por uma questão de ordem metodológica, reduz-se o inventário ao universo masculino, sobretudo a partir de pesquisas no repositório da Universidade de Brasília (UNB) – serviço disponibilizado pela biblioteca para catalogação e gestão da produção científica –, que aponta para apenas dez teses e dissertações

nos últimos 12 anos sobre o tema. Além disso, em pesquisa na base de periódicos vinculados a CAPES - Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior - há aproximadamente 315 mil menções ao corpo feminino, contra 232 mil menções ao corpo masculino. Isso deve ocorrer, em parte, porque de acordo com Miranda (2012) historicamente a mulher foi alvo de objetivação, sobretudo na dimensão do corpo.

Deste modo, com o objetivo de afunilar e tornar o mais transparente possível o objeto de investigação, optou-se por delimitar o tema no papel da mídia na construção de corporalidades masculinas juvenis. Desta forma, a pesquisa é focada em homens usuários de academias de musculação, tendo em vista o peso simbólico das academias, herdeira histórica do antigo *gynasium* helênico e representação de um conjunto de práticas contemporâneas socialmente valorizadas.

Por fim, este estudo justifica-se pela emergência e atualidade com que se apresenta, sobretudo para observar se a mídia atua na construção da subjetividade dos homens jovens, e quais os desdobramentos desta dinâmica na vida dos mesmos (BAUMAN, 2005b). Além disso, como defende Sodré (2001), é imperioso que se classifique quais plataformas de comunicação têm se sobressaído no período de pós-convergência tecnológica. Isto será mensurado a partir da investigação, no grupo focal, sobre quais meios e recursos são utilizados pelos participantes para obter informações.

Birman (2013) também reforça que, muito embora a temática seja recorrente entre os psicanalistas clínicos e jornalistas engajados politicamente, como no caso de Chauí (2006), trata-se de assunto ainda pouco explorado pelos pesquisadores brasileiros. A investigação, portanto, irá contribuir para levantar o perfil sócio-histórico dos jovens frequentadores de duas academias de musculação da região central de Palmas e identificar se os produtos midiáticos influenciam na (re)definição de seus processos identitários (BAUMAN, 2005a), no fortalecimento da cultura somática (FREIRE COSTA, 2004) – cultura de culto ao corpo com apelo a explicações biológicas e rejeição dos aspectos psicológicos e existenciais que definem o

que é ser humano –, além de procurar entender os desdobramentos que tais enlaces provocam nas interações sociais dos participantes.

O tema da pesquisa tem importância para o pesquisador por várias razões, mas três delas, em especial, motivaram a condução desta investigação. A primeira delas diz respeito a um histórico de desprezo pelo corpo que permeou parte de sua vida, sobretudo da infância até a altura dos 35 anos de idade. Isso ocorreu, acredita-se, pela forte influência cristã de sua família que, como tal – e tendo no cristianismo um replicador do platonismo, como diria Nietzsche – via o corpo como fonte do pecado, limitador do espírito, ligado à natureza corrompida e ceio de pulsões. A segunda razão está ligada a primeira, pois ao se negligenciar um tema ele se agiganta sob a forma de sombra (JUNG, 2014), pressionando o psiquismo a encontrar alternativas para lidar com o assunto, o que acabou por gerar um mal-estar e um sentimento de inadequação, já que o pesquisador não se via dentro dos padrões estéticos do corpo masculino, sobretudo aquele padrão que particularmente conseguia identificar em novelas, filmes e editoriais diversos. Então, o pesquisador passa a almejar investigar quais forças operam para que estes ideais eclodam. Por fim, a terceira razão diz respeito a uma dimensão da ordem do social e existencial. Grande parte do círculo de amigos do pesquisador aderiu à busca do corpo esteticamente vigente, mas a maioria o fez apenas para se adequar às expectativas culturais contemporâneas, nas palavras deles, sem elaborar sobre as implicações contidas nestas condutas.

Além disso, desde que iniciou a pesquisa bibliográfica desta dissertação, o pesquisador resolveu intensificar uma rotina de musculação em uma das academias onde foi aplicado o grupo focal para entender, por ele mesmo, qual o movimento das expectativas gerais em torno de um corpo tonificado pela malhação. Portanto, nas considerações finais, o pesquisador pontua o percurso pessoal neste processo – a título de publicização de suas impressões –, sem que isso configure como pesquisa ação ou pesquisa participante – que, imbuído de grande curiosidade, se mantém distante do objeto de pesquisa apenas na medida em que não tenta influenciar os

pesquisados, sem que se deixe abrir mão, no entanto, de criar um repertório que atravessasse a pesquisa e se configure como uma experiência de vida.

A ausência de estudos sobre o tema no Tocantins, a partir de pesquisa às bases da UFT e do Ceulp/Ulbra, também reforçaram o interesse pelo assunto. Ou seja, em sùmula, a pesquisa irá colaborar para que a comunidade acadêmica, os profissionais de Comunicação Social, Psicologia e Educação Física, e as próprias academias, se necessitarem, possam ter um material local sobre o perfil dos usuários de academia enquadrados no levantamento, para que assim tenham mais repertório para elaborar formas de intervenção nas suas respectivas áreas.

1.1 O percurso da dissertação

A dissertação tem como estrutura uma introdução situando o leitor e outros pesquisadores sobre o panorama atual acerca do problema da pesquisa, além da delimitação do tema e a justificativa acerca dos pontos relevantes relacionados ao tema. A dissertação é composta por cinco capítulos, sendo que no primeiro será apresentada a Metodologia, onde se procura inicialmente fazer uma reflexão acerca da importância da investigação científica para a construção de instrumentos e saberes válidos e replicáveis. Será apresentado o método em detalhes, além da apresentação dos procedimentos metodológicos e das estratégias de análise dos dados. Por último, será explicitada acerca da devolutiva à população pesquisada.

Em seguida, vem a fundamentação teórica que está dividida em três capítulos. Eles irão abordar o corpo como objeto de investimento desde a Grécia Clássica até a Modernidade, bem como a apresentação de modelos de corpos masculinos explorados pela mídia, Também serão discutidos tópicos como contemporaneidade e corpo como última fronteira a ser explorada, a (re)construção identitária a partir de narrativas midiáticas, a juventude como conceito construído sociologicamente e, por fim, a construção de ideais de corpo como credencial social. A fundamentação

investiga ainda a Comunicação como instrumento formador de narrativas, os modelos hegemônicos que balizam o consumo e o fenômeno da produção/tonificação corporal e compartilhamento em redes. Por fim, problematiza acerca da popularização das academias de musculação, além do advento da cultura *fitness* como estilo de vida e a bioascese como sintoma do mundo Pós-Moderno.

Dando prosseguimento, a pesquisa se debruça sobre a análise e discussão dos resultados, cujo olhar do pesquisador se sobressai, sobretudo em relação às suas impressões do processo e, em certa medida, as diretivas para eventuais pesquisas futuras.

Procedimentos metodológicos

A metodologia é de ordem qualitativa por entender que, dada a complexidade da dimensão humana, uma abordagem hermenêutica reforça a capacidade de o ser humano refletir sobre sua própria natureza e lugar no mundo, através das interações do dia-a-dia ou mesmo debruçando-se sobre as variáveis que eventualmente influenciam em suas decisões. Neste caso, opta-se por um afastamento das ciências naturais – de ordem mais quantitativa – ao focar no entendimento, catalogação e interpretação dos atores diretamente envolvidos na pesquisa e objeto de estudo, numa tentativa de aprofundar ao máximo as informações colhidas gerando um tipo de conhecimento válido (FLICK, 2012; GONÇALVES, 2005) tendo por base a compreensão do significado do contexto particular.

Ora, sobre este mesmo assunto:

Não faz sentido buscar a cientificidade por ela mesma, porque o método é apenas instrumento. Faz sentido, isto sim, fazer ciência para conseguirmos condições objetivas mais favoráveis de uma história sempre mais humana. É um absurdo sarcástico jogar fora da ciência o que não cabe no método. (DEMO, 1989, p. 129)

Trata-se de uma pesquisa qualitativa (FLICK, 2012), com procedimento metodológico do tipo Grupo Focal (IERVOLINO; PELICIONI, 2001), seguida de análise de conteúdo (BARDIN, 2009) com descrição sistemática e objetiva dos resultados.

A ordenação dos dados, desta forma, é atravessada pelo viés da subjetividade dos participantes, num movimento onde o pesquisador/entrevistador procura se afastar de juízos pré-concebidos

para obter um recorte fidedigno de um dado momento onde um conjunto de pessoas refletiu sobre a própria vida e, pelo trato hermenêutico/fenomenológico (FLICK, 2012) dos dados colhidos, procurará se evidenciar a realidade experienciada por este grupo. O objetivo é aumentar a probabilidade de aproximação entre a realidade dos participantes e as interpretações resultantes de tal realidade.

De acordo com Gondim (2003) o uso de Grupos Focais em pesquisas na área de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas vem crescendo de forma exponencial, sobretudo por se configurar como um modo de referendar a ideia de que o ser humano reflete sobre si mesmo, numa relação dialética que o distingue dos outros objetos de estudo. Ele é, assim, agente de sua vida. Há nos GFs, portanto, a possibilidade de se perceber com mais clareza de que forma foram construídas as percepções, atitudes e representações sociais destes participantes.

Em que pese o histórico do uso de GFs para entender o impacto que a propaganda imprimia nos consumidores, já há quase 40 anos os mesmos vem sendo usados para entender qual a interpretação que as audiências fazem em relação à mídia e aos conteúdos midiáticos (VEIGA; GONDIM, 2001). Neste último caso, interessa sobremaneira a esta pesquisa, que parte da hipótese de que os homens jovens frequentadores de academias de musculação são, em alguma medida, influenciados pelos ideais de corpo veiculados pela mídia.

Sobre os GFs, destaca-se que a literatura internacional vem dando (IERVOLINO; PELICIONI, 2001) importante ênfase a este método de avaliação diagnóstica, por entender que – mais que um modelo qualitativo - ele representa um recorte fidedigno das experiências, sentimentos e ideias dos participantes, já que a hipótese desta pesquisa aponta para a influência da mídia na construção de ideias de corpo masculino, o que acaba por tensionar a premissa de que os seres humanos são essencialmente livres (SARTRE, 1987) e questionar a capacidade de autonomia do sujeito, visto de maneira sistêmica como alguém que confere sentido à vida do interior para o exterior, alguém que constrói a si mesmo a partir de uma

autopoietica (MATURANA, 1997) que opta por decidir sobre quais aspectos do mundo lhes convém, e a partir daí lançar representações de mundo de acordo com os seus interesses. Neste sentido, os GFs têm sido amplamente utilizados para captar as interações genuínas dos participantes, no ato mesmo em que o fenômeno eclode, a partir das questões que são levantadas, e com as interações com os demais integrantes do grupo.

Deste modo, o GF atende a um movimento crescente nas ciências da saúde, sociais e humanas que objetivam re-centrar o ser humano no núcleo da investigação (IERVOLINO; PELICIONI, 2001), cuja inquirição parte dos indivíduos para os grupos sociais, por entender que estes indivíduos são uma representação confiável das dinâmicas sociais. Na área da comunicação social, em particular, o método é usado em larga escala para tentar reconstruir, sob um ambiente controlado, as formas de interações corriqueiras dos participantes (MARQUES; ROCHA, 2006), tendo em vista que a conversa em tom informal, e as recíprocas interpelações entre os integrantes propicia a troca de experiências genuínas.

Neste sentido, o GF é essencialmente um fenômeno de produção de informações por grupo, cujo diferencial está na interação dos integrantes, e não numa relação entrevistador-entrevistado. Esta interação é balizada por tópicos específicos trazidos pelo entrevistador, que assume um papel de moderador, já que os sujeitos da pesquisa, neste modelo, de fato assumem um protagonismo na produção de sentido para as perguntas levantadas (MORGAN, 1997).

Há de se destacar, também, a intencionalidade em torno da semelhança entre os integrantes da pesquisa (MARQUES; ROCHA, 2006) – cujos detalhes ficam claros nos critérios de inclusão e exclusão. Deste modo, os integrantes dos grupos já têm em comum um ponto de semelhança, gerador de aproximação, que é o interesse no cuidado com o corpo. Isto favorece o compartilhamento das experiências pessoais. Quanto ao número de integrantes, em cada grupo, segue a tendência de acordo com o objetivo da pesquisa (IERVOLINO; PELICIONI, 2001). Ou seja, entre seis e 15 pessoas, sendo que quanto menos entrevistados, mais há possibilidade

de se aprofundar num conjunto de temas, e quanto mais entrevistados, maior a possibilidade de eclodir conceitos.

Neste processo, o moderador do GF ocupa um lugar de facilitador das discussões, registrando as informações que emergem dos diálogos entre os integrantes do grupo, cruzando as informações das respostas individuais sobre os temas em comum, onde a análise passa a ser a partir do indivíduo no grupo. Assim, as opiniões individuais serão consideradas, para efeitos de análise, como opinião no/do grupo (IBANEZ, 1986), ou seja, a análise será do indivíduo-grupo, não do indivíduo-indivíduo. Esse material, fonte da análise, irá eclodir a partir da transcrição dos diálogos dos GFs, e depois será tratado a partir da aplicação de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2009).

Desta forma, a análise de conteúdo será encabeçada pelo prisma da Comunicação, que a partir da Portaria nº 234 de 15/12/2016, da CAPES, sai do espectro das Ciências Sociais Aplicadas e passa a ser englobada no bojo da Comunicação e Informação. A análise também será permeada por pensadores da Psicanálise, Filosofia e Sociologia. Isto se faz necessário para tentar entender e interpretar os conteúdos latentes, que mesmo expressados individualmente ou em grupo, remetem a anseios e diretivas de ordem social e coletiva. Desta forma, o discurso que eclode da dinâmica é visto como terreno carregado de símbolos, de sentido profundo, com valores e conteúdo afetivo, em alguma medida, ligados ao tema investigado, já que os pequenos grupos tendem a replicar as narrativas gerais de seus núcleos de origem. São, portanto, um recorte potencial dos modos de pensar da sociedade.

Quanto à análise de conteúdo do material colhido nos GFs, ocorre pelo prisma levantado por Bardin (2009), que divide o processo em organização da análise, codificação do material levantado, categorização por palavras-chave, tratamento dos resultados, seguido de inferência e interpretação dos resultados. Para tanto, já na organização da análise o pesquisador irá explorar o material gravado e decupado, tratar inicialmente os resultados brutos e, a partir daí, interpretar os resultados.

Deve-se destacar, no entanto, que como fase de pré-análise o pesquisador formulou um quadro teórico/pragmático, a partir dos objetivos da pesquisa. Neste espaço os resultados da análise foram tratados, marcados, separados e analisados. As palavras ou conjunto de palavras foram ajuntadas de acordo com o número de repetições e aproximação de ordem semântica. Então foi criada uma referência de índices e posterior elaboração de indicadores. Esta fase é primordial para que se conheça o teor das mensagens emitidas pelos entrevistados. Na sequência o pesquisador fez a descrição analítica dos dados, associando-o a teóricos da comunicação, psicologia/psicanálise e sociologia, a partir da hipótese de que há influência da mídia sobre a construção de ideais de corpo masculino. Passada esta etapa, o pesquisador pode organizar os dados a partir de operações estatísticas simples e, na sequência, com dados fiéis e significativos, propor inferências e interpretações. É importante ressaltar que, como critério de escolha das unidades de registro, a priori todas as palavras com um mínimo de cinco repetições serão consideradas relevantes. Depois tais palavras serão agrupadas como palavras-chave ou palavras-tema; este percurso assegura que os índices implícitos nos dados venham à tona e se configurem como informações precisas do grupo pesquisado.

Ressalta-se que o uso de GFs inquire, desde já, alguns pressupostos que são levantados pelo pesquisador, que está municiado de uma série de questões e temas previamente escolhidos. No entanto, o desenrolar das formas de interação, durante a aplicação do instrumento, é sempre imprevisível, tendo em vista que os participantes interagem a partir de autorreflexão e de interpretações de mundo que lhes são próprios.

Para este trabalho acadêmico os GFs foram utilizados para confirmar ou refutar uma hipótese (FERN, 2001), a saber, de que os homens jovens são impactados por produtos midiáticos no sentido de buscarem ideais de corpo propalados pela mídia. Desta forma, trata-se de GFs de caráter exploratório, cuja finalidade é a produção de conteúdos a partir das necessidades e descobertas eclodidas durante a coleta de dados. É importante destacar que, neste limiar, a condição intersubjetiva não pode ser

negligenciada, tendo em vista que ao pesquisador é permitido identificar e catalogar, para depois submeter a um tratamento analítico, os conteúdos comuns expressos pelos integrantes do grupo. No mais, os GFs são conduzidos predominantemente por meios não-diretivos para possibilitar que os integrantes, durante o diálogo, sejam os mais espontâneos possíveis. Há de se ressaltar, no entanto, que em menor escala a diretividade se faz necessária, sobretudo no lançamento das questões para o grupo, ou em eventuais intervenções caso os GFs estejam tomando rumos diversos ao previamente acordado, em relação à temática central. Antes, no entanto, ao iniciar os trabalhos, o pesquisador informou de modo detalhado os objetivos da pesquisa e dirimiu todas as dúvidas apresentadas pelos participantes.

Destaca-se que a questão ética deve balizar a relação do pesquisador com os pesquisados, uma vez que os integrantes do grupo abordarão questões de ordem pessoal, num ambiente de compartilhamento de informações. Assim, é imprescindível garantir o sigilo das informações, bem como prestar ajuda ou mesmo desligar do GF algum integrante que esteja se sentindo desconfortável. Será dada ênfase às prerrogativas estabelecidas pela Resolução N^o. 510, de 07 de abril de 2016, do Conselho Nacional de Saúde, notadamente no que diz respeito às concepções e práticas destinadas a seres humanos em pesquisas das Ciências Humanas e Sociais, onde se observa de forma criteriosa o reconhecimento e a afirmação da dignidade, da liberdade e da autonomia do ser humano. Tal pesquisa foi submetida e aprovada junto ao Comitê de Ética do Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA – conforme Apêndice H deste trabalho.

De acordo com Gondim (2003), há uma posição convencional em torno de 10 integrantes como o número ideal para cada GF. Este número pode variar entre seis e 15 integrantes, na maioria dos casos. Para esta dissertação em particular, os dois GFs contaram com 21 integrantes no total, sendo 13 no GF 1 e 8 no GF 2, compostos por homens jovens com

idade entre 18 e 30 anos, de diferentes classes sociais, crenças e tempo de interação com as dinâmicas corriqueiras das academias de musculação.

Sobre o momento de encerrar as atividades do grupo, um sinalizador coerente é quando houver sinais de que os temas levantados já se encontram saturados. Presume-se, portanto, que ao mediar sobre o máximo de assuntos relacionados aos temas, o pesquisador e/ou moderador irá garantir uma razoável quantidade de informações para serem analisados.

No mais, os encontros foram gravados em áudio – com prévia autorização dos pesquisados – para que haja a total garantia de que todo o conteúdo produzido nas interações possa ser revisitado ou escrutinado, o que possibilita mais rigor na decupação e posterior catalogação, classificação e análise do conteúdo (KRUEGER; CASEY, 2000).

É importante ressaltar que o GF nos moldes acadêmicos se diferencia da pesquisa comunitária, sobretudo no que tange ao êxito das análises coletadas a partir do diálogo. Enquanto que em pesquisas comunitárias os resultados oferecem um impacto diretamente na comunidade envolvida, nos GFs de viés acadêmicos a devolutiva ocorre junto às instituições e pessoas envolvidas, no entanto os resultados tendem a ganhar um caráter de universalização, dentro de certos parâmetros, por se considerar o resultado de tais discussões, a partir de hipóteses levantadas pelo pesquisador, passíveis de representarem as demandas da sociedade, por ser um eco desta.

Sobre as eventuais discordâncias entre os participantes nos GFs, vale ressaltar o ponto de vista de Veiga; Gondim (2001), para quem o embate de ideias é algo saudável, já que esta dialética pode fazer eclodir individualmente e no grupo como um todo, a dinâmica da influência social, que pode criar pontos de ruptura, mas, ao mesmo tempo, construir narrativas integradas entre os componentes da pesquisa.

Desta forma, é importante destacar que metodologicamente os GFs possibilitam, a partir do material gravado e analisado, testar hipóteses e produzir pensamentos por conceitos que podem resultar em teorias, em que pese as críticas a seu caráter qualitativo e á pouca quantidade de

participantes, se considerados os dados de pesquisas quantitativas. A questão de fundo, neste caso, é de fato saber até que ponto pode se generalizar a partir dos resultados obtidos com os GFs. Veiga; Gondim (2001) apontam para a expertise do moderador/entrevistador, no sentido que este deve garantir que a abordagem quantitativa, se bem conduzida e com o mínimo de intervenção, estabeleça os nexos causais necessários á maior compreensão entre os enunciados das hipóteses e as necessidades dos participantes.

2.1 Critérios de inclusão e de exclusão

Como Critérios de Inclusão, a pesquisa ocorreu com dois grupos, sendo um com 13 homens jovens e outro com oito homens jovens – com idades entre 18 e 30 anos – frequentadores de duas academias de musculação de Palmas – uma delas de caráter comercial e outra ligada a uma universidade, ambas na região sul do Plano Diretor. Serão considerados como Critérios de Exclusão frequentadores das citadas academias que tenham abaixo de 18 anos e acima de 30 anos, bem como usuárias do sexo feminino. Entre os selecionados para participar dos GFs, para garantir diversidade, optou-se convidar para participar da pesquisa tanto homens jovens com o corpo malhado como homens jovens com corpos variados.

Vale ressaltar que, no processo de catalogação e classificação das falas – por número de repetição como prerrogativa de importância –, a eclosão de palavras-chaves no grupo se dá a partir de uma relação interdependente, onde os participantes são provocados com uma pergunta do moderador/pesquisador e, a partir disso, ocorre uma cadeia de eventos não previsíveis no campo do posicionamento deste grupo para com ele mesmo. O grupo então passa a ser visto como um terreno de micropoder no que tange a produção de entendimentos e, assim, de matéria-prima válida para se entender as relações sociais de modo mais abrangente.

Corpo, consumo e tentativas de pertencimento

A excessiva preocupação com o corpo, sobretudo no que se refere a um ideal de corpo para homens jovens, não é algo que tenha eclodido do século XX para o XXI e, logo, não se trata de uma invenção contemporânea e/ou disciplinar ao estilo foucaultiano, mas, antes, um modo de encarar a masculinidade que remete desde a Grécia Clássica (GOLDI HILL, 2007). Ainda assim, é inegável o papel que as modernas tecnologias de informação (através das mais variadas plataformas e mídias) exercem para que o corpo, na contemporaneidade, ocupe o lugar central na constituição de um modelo de bem-estar subjetivo (LIPOVETSKY, 2007) calcado em discursos tecnocientíficos e mercadológicos que chancelam o autocuidado como uma das instâncias inalienáveis deste período histórico (BAUMAN, 2008).

Neste contexto, os jovens contemporâneos superam o ideal de sucesso e felicidade não com a perspectiva de acréscimo de bens materiais e conquistas de longo e médio prazos, algo que pautava a Modernidade Sólida - numa referência que Bauman (2008) faz a busca por segurança que marcou os séculos XIX e XX - mas, antes, ao encontrarem no corpo a última fronteira para um dos mais disputados territórios pós-modernos, o uso dos prazeres (LOCKE, 1997).

Ora, se o Renascimento e, mais à frente o Iluminismo, é uma ruptura com aproximadamente mil anos de desprezo pelo corpo, num extremo que Nietzsche (2005) identifica como o niilismo e a moral asceta cristã, por outro lado, num desdobramento sem precedentes, o momento atual é de uma afirmação da imanência onde a dialética da positividade - num cenário onde se é proibido proibir - (HAN, 2015) aponta para o corpo como uma das últimas fronteiras de autorrealização, já que a felicidade como

algo a ser alcançada pelo corpo coletivo, pela sociedade como um todo, parece ser uma utopia que foi enterrada desde a queda do Muro de Berlin (PONDÉ, 2014).

Vale ressaltar que ainda nas décadas de 70 e 80 do século XX (FOUCAULT, 1999) observou-se que as tentativas de padronização e, depois, realce dos corpos configuraram-se, na verdade, como uma espécie de docilização, que nada mais é que uma tentativa de a sociedade exercer poder sobre os corpos individuais dos sujeitos, seja para docilizá-los, no sentido de discipliná-los a um conjunto de regras, seja para que estes alcancem o máximo de eficácia dentro do sistema liberal de produção.

A configuração destas relações de forças ocorre de maneira sistêmica, onde ainda não se pode dizer que as diretrizes sobre um ideal de corpo saem exclusivamente desta ou daquela instituição de caráter hegemônico. Antes, é fruto de acordos que envolvem vários dispositivos. Não se pode negar que entre estes dispositivos se destacam os produtos midiáticos – aqui apontados como filmes, programas de TV, novelas, jornais, telejornais, webjornais, propagandas, tutoriais em redes sociais eletrônicas, etc –, que apresentam modelos identitários que, de longe, mostram um sujeito para além de um ‘homem de massa’ (EHRENBERG, 2010), agora revestido de uma *performance* aparentemente individual – só aparentemente, pois a performatividade deixa de ser original quando o que a move, ou seja, o desejo de realização pessoal pela espetacularização da própria vida (DEBORD, 1997) não se restringe mais a uma classe artística distante. Qualquer um, pelo disciplinamento adequado em relação ao corpo e, seguidas as formas de interações nas mídias sociais eletrônicas, estaria apto a alcançar tal patamar. Surge a era do protagonismo. Neste caso em particular, é de se chamar a atenção a quantidade de *personais trainers*, por exemplo, que têm perfis em redes sociais online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, e que exercem discursos de autoridade diante de uma plateia virtual que replica tais categorias para suas relações cotidianas, notadamente no que se refere a construção de um ideal de corpo.

Neste íterim, para Dornelas; França (2014) a ostentação se generaliza entre os jovens de todas as camadas sociais. Um marco foram os chamados “rolezinhos” ocorridos em São Paulo-SP em 2013, quando muitos jovens de periferia – negros, em sua maioria – ocuparam alguns dos maiores shoppings da capital paulista para fazer uma celebração ao consumo. Isso ocorre porque parte da música consumida por estes jovens – o funk, sobretudo – não mais faz referência exclusiva a atos de resistência e denúncias sociais. Os modos de inserção, de aceitação pelo outro agora são atravessados pela esfera do consumo. Mesmo que não ocorra o ato em si do consumo, estar num templo do consumo, entre amigos, já cria a esfera de pertencimento. Desta forma, na esteira das tentativas de se fazerem reconhecidos e levando-se em conta que o consumo substitui simbolicamente a cidadania (KEHL, 2012), os jovens não apenas têm que comprar, eles precisam se adornar e tornar públicos estes adereços (DORNELAS; FRANÇA, 2014), seja através de encontros presenciais, seja através da publicização em redes sociais eletrônicas.

Por trás deste movimento – o que em alguma medida pode configurar, também, parte da motivação da procura por ideais de corpo – é a busca do sucesso como meta. Desta forma, cai as fronteiras entre os famosos e seus seguidores. Os próprios jovens e adultos jovens – ou qualquer outro indivíduo comum –, hoje, se vê impelido a aspirar à fama, afinal um dos maiores medos da contemporaneidade é a invisibilidade (BAUMAN, 2007). Neste sentido, a ostentação tem sido traço balizador de socialização, configurando como poder de barganha e indicativo de percursos que almejam o sucesso, mesmo que não se possa saber, ao certo, se tal contenda irá se concretizar.

Sobre este tema Baudrillard (1995) sustenta que o consumo pode se configurar como um desejo de ascendência social, já que se configura como uma oportunidade rápida de inclusão. O consumo material ou cultural como compulsão, por esta ótica, funciona como um compensador das deficiências sociais historicamente estabelecidas, possibilitando a aparente ascensão de classe. Ostentar pelo consumo ou afirmação do corpo como

instrumento de poder (BIRMAN, 2013), assim, são tentativas de se criar espaços de afirmação e de reconhecimento (PEREIRA, 2013).

Já a pedagogia do corpo (EHRENBERG, 2010), que passa a ser medido, aumentado ou diminuído (no sentido de obter hipertrofia ou perder peso) e tonificado, antes mesmo de ser amplamente disseminado nas redes sociais foi a tônica de ideais corporificados em filmes e, no campo empresarial, saudado como exemplo a ser seguido no que tange aos protocolos de ascese que levam a mudanças rápidas no mercado de trabalho, pois o cuidado com o corpo é um dos exemplos da materialização da hiper-racionalização das práticas sociais (BIRMAN, 2012).

É possível mudar o corpo com relativa facilidade, num sistema de autogestão que realça a individualidade e o sentido de protagonismo pessoal, também é possível impingir tais transformações em outras esferas da vida, como no campo afetivo e profissional, e nas relações de comunicação, agora mediadas pelas mídias sociais eletrônicas (BAUMAN, 2008).

Mas, neste ínterim, indaga-se qual o peso dos produtos midiáticos sobre a base subjetiva dos jovens, e se é possível aferir que tais produtos midiáticos impactam na forma como os sujeitos traçam suas estratégias de vida. Para Ehrenberg (2010) e Chauí (2006), estes produtos – notadamente os que estão de acordo com um ideal de bioascese (excesso de autogerenciamento com o próprio corpo, que gera autorreferencialidade subjetiva) se assemelham aos programas de treinamento dos atletas e, por sua vez, podem se configurar como um convite implícito a uma dinâmica performativa por parte do sujeito. As redes sociais eletrônicas, neste contexto, se apresentam como um cenário perfeito de troca do espaço privado pela dimensão da exposição pública, já que o protagonismo não pode ocorrer às escuras, é necessário publicizá-lo. Ainda não se pode aferir com exatidão, no entanto, qual o real impacto dos produtos midiáticos sobre este ideal de corpo, embora se saiba que a mídia produz simulacros (CHAUÍ, 2006) que acabam servindo de fontes balizadoras de padrões comportamentais, em que pese a pouca quantidade de estudos sobre o tema no país.

De qualquer forma, no cenário sociológico (BAUMAN, 2008) e filosófico (DEBORD, 1997) se percebe, através de métodos dedutivos e estudos de casos, que à medida que as sociedades se desenvolvem tecnologicamente elas tendem a comportar – ou até mesmo a estimular – a espetacularização individual das vidas de seus componentes, que se alternam entre ‘atores’ e ‘espectadores’ numa dinâmica que se retroalimenta e se expande a uma velocidade relativamente constante. Desta forma, o corpo como palco de representação de um modo de ser não mais se restringe aos ambientes puramente esportivos. Ele é perseguido nas corporações, nas relações afetivas e, também, nos modelos identitários interpelados pelos produtos midiáticos (EHRENBERG, 2010).

O corpo esculpido então passa a ser a explicitação de um ideal de realização do sujeito, ideia esta implícita na dinâmica de forças políticas e nos discursos que permeiam as narrativas midiáticas, particularmente a partir dos heróis retratados nos cinemas, nos protagonistas de programas de TVs e nos tutoriais diversos de redes sociais eletrônicas, onde o discurso de autossuperação ganha a tônica e norteia o paradigma da autorreferencialidade que, em casos extremos, pode levar ao narcisismo patológico (FREIRE COSTA, 2004).

Assim, um corpo esculpido e tonificado pela ascese resultante de atividades físicas regulares, estimuladas pelos produtos midiáticos, configura-se então como uma forma de capital pessoal (GOLDENBERG, 2010) que na contemporaneidade pode ser exaltado de diferentes formas, notadamente a partir de uma comunicação não linear, constituída a partir da exaltação de um sujeito individual, que produz e (re)produz a si próprio, sobretudo na forma como se apresenta esteticamente para o mundo.

3.1 Corpo como última fronteira a ser explorada

Teóricos da Psicanálise (BIRMAN, 2013), Filosofia (FOULCAULT, 1987) e Sociologia (BAUMAN, 2007) se debruçam sobre as novas formas de subjetivação num mundo contemporâneo marcado por rapidez e

inconstância nas interações sociais, afetivas e profissionais. Bauman (2007) denomina o momento atual de Modernidade Líquida, enquanto Lipovetsky (2004) caracteriza como era do vazio e hipermodernidade.

Em linhas gerais, trata-se de um período marcado pelo enfraquecimento do estado enquanto instância mediadora hegemônica – que, em sua faceta mais extrema, resultou na formação de estados totalitários, como bem lembra Arendt (2012) –, aliado a uma espécie de interregno quanto às expectativas referentes aos novos modelos de educação e socialização nos núcleos parentais (FREIRE COSTA, 2004). Se por um lado as antigas estruturas mediadoras aterrorizavam em sua onipotência – numa tentativa de substituição dos arcabouços eclesiais até então vigentes (FOUCAULT, 1987) – “por outro lado, criava as condições mínimas de apaziguamento” (FREIRE COSTA, 2004, p. 15), o que permitia um terreno minimamente seguro para a juventude. Com a aparente difusão do poder à massa anônima, já que as estruturas intercessoras da Modernidade (como igreja e o estado) se enfraqueceram, no entanto, a ansiedade e insatisfação tornam-se referências corriqueiras para as populações jovens – sobretudo os jovens de classe baixa –, que passam a viver num cenário de autoviolência (BIRMAN, 2013; FREIRE COSTA, 2004).

Sustentando esta dinâmica, pontua Bauman (2007), está a lógica internacional dos mercados de capitais que, em sua gênese, é o mais líquido dos processos (PONDÉ, 2011). A ação ocorre através de técnicas descentralizadoras e da globalização. Ora, ao que parece, esta configuração contemporânea de mundo, além de exercer forte impacto nas dimensões de Estado, Soberania e Bem-Estar Social (BAUMAN, 2007), uma vez que há um contínuo e rápido esvaziamento do poder político e da chamada tradição, provocou também mudanças profundas nas relações pessoais, profissionais e na produção de subjetividade (formações identitárias), já que houve um deslocamento da centralidade na moralidade tradicional – que sai da perspectiva da geração de segurança para a valorização de hábitos que rementem à liberdade –, provocando um enorme mal-estar geral, sobretudo nos jovens (BIRMAN, 2013). É prematuro afirmar, no

entanto, que necessariamente tal mudança tenha acarretado em rebaixamento da consciência crítica, como pontuado por Luckmann (2004 apud FREIRE COSTA, 2004). No entanto, tal dinâmica contemporânea acabou por provocar uma celeuma, um sofrimento psicológico (BAUMAN, 2007) ou vertigem existencial (BIRMAN, 2013) entre os jovens em geral, mas especialmente entre aqueles de classes sociais mais vulneráveis.

Por jovem, será utilizado um conceito sociológico que caracteriza a juventude como uma construção social e cultural. Uma fase de transição ora marcada pela dependência – emocional e econômica –, ora pontuada por arroubos de autonomia, cujo foco é a obtenção de um espaço de visibilidade social. Neste sentido, de acordo com Margulis et al. (2008), a juventude vai além de um conceito definido por limitações de idade. Trata-se de um modo de ser no mundo cujas interações são marcadas por ambiguidades que, em grande medida, são frutos das expectativas sociais de cada período histórico e cultural. O jovem contemporâneo, portanto, oscila entre a falta e a aquisição de autoridade e de poder, através de vários mecanismos, dentre eles o consumo e o cuidado com o corpo.

Esta pesquisa baliza os desdobramentos que a Pós-Modernidade vem infringindo nestes jovens, suas consequências de ordem ética e subjetiva e, por fim, apresenta considerações no sentido de elucidar os mecanismos que eclodem para o surgimento de uma dada parcela da população submersa na ambivalência entre o imperativo do consumo e a impossibilidade lógica de se obter tudo, dinâmica esta que marca as interações da classe média.

Bauman (2007) sustenta que os jovens – sobretudo os de classes baixas – são instados a enfrentar – de forma dramática e em curtos espaços de tempo – as intempéries resultantes do intervalo entre a sólida modernidade e o que poderá vir a se tornar num novo modelo de mediação das vontades humanas. Ou seja, diante do cenário de maior liberdade, os jovens de classes elevadas não mais sofrem pela falta de possibilidades, mas pelo excesso destas, num processo vertiginoso e angustiante que pode resultar em violência no âmbito psíquico, já que não há tempo para

consolidar tais mudanças (SENNETT, 2012), cujos desenlaces ainda são imprevisíveis (PONDÉ, 2014).

Paradoxalmente, os jovens das classes baixas acabam por experimentar problemas na incessante corrida para manter-se na dinâmica de consumo – corrida esta que supostamente legitima-os como portadores de credenciais para participar das estratégias aceitáveis de vida. Não bastasse, como defende Sennett (2012), a crise que a princípio pareceu acometer apenas os mais jovens vem se arrastando quase que *ad eternum* também entre os adultos, aspecto este que não será aprofundado nesta pesquisa. Na visão de seu colega sociólogo polonês, isto ocorre porque:

Numa sociedade líquido-moderna, as realizações individuais não podem solidificar-se em posses permanentes porque, em um piscar de olhos, os ativos se transformam em passivos, e as capacidades em incapacidades. As condições de ação e as estratégias de reação envelhecem rapidamente e se tornam obsoletas antes de os atores terem uma chance de aprendê-las efetivamente. (BAUMAN, 2007, p. 7)

Ora, sob tais circunstâncias, às populações de hoje não podem basear-se em táticas e movimentos solidificados pelo passado (seja através da sedimentação histórica oferecida pela tradição, seja pelas trocas e negociações decorrentes de laços parentais), já que “testes anteriores não podem dar conta das rápidas e quase sempre imprevisíveis mudanças de circunstâncias” (BAUMAN, 2007, p. 8).

As aceleradas mudanças nos mais diversos campos da vida contemporânea vão desde a dinâmica da obsolescência programada – data de validade – dos produtos, circunstância que faz com que os jovens busquem incessantemente por lançamentos tecnológicos em diversas áreas, até a volatilidade com que os laços afetivos são construídos, a partir de relacionamentos de bolso, notadamente a partir da mediação de plataformas de encontros ao estilo Tinder (aplicativo que compara perfis, na web). Além disso, em decorrência da espetacularização da vida (DEBORD, 1997), o jovem de classe baixa se vê diante de uma constante e dupla tensão. Por um lado é impelido a consumir e, por outro lado, tem que publicizar tal

dinâmica nas mídias sociais, sob pena de viver no anonimato, um dos grandes medos da contemporaneidade.

Birman (2013) defende que, na atualidade, outro ingrediente se soma à incerteza que permeia a vida juvenil. Trata-se da fraternidade como dimensão basilar da modernidade, que gradativamente perde força, na esteira do enfraquecimento do núcleo parental imediato e do fortalecimento dos discursos de autoridade oriundos, majoritariamente, das celebridades midiáticas (FREIRE COSTA, 2004). Estes jovens reduziram seus espaços de trocas sociais às telas de computadores e celulares, com a substituição dos relacionamentos face-a-face pelos relacionamentos virtuais. Isto pode colaborar para um aumento do isolamento social e, conseqüentemente, para a sensação de vazio existencial e falta de perspectiva no futuro.

Os veículos de comunicação de massa passam, então, a monopolizar a tônica discursiva (CHAUÍ, 2006; FREIRE COSTA, 2004), afinal são legitimadores de narrativas hegemônicas. Desta forma, predomina um cenário onde impera uma espécie de “terra de ninguém que se coloca a todo o momento” (BIRMAN, 2013) como um desafio a ser constantemente superado. Como já explicitado por Chauí, os meios de comunicação produzem imagens que são, na verdade, simulacros da realidade. Um destes simulacros diz respeito a um ideal de corpo. Como exemplo, veem-se os programas de TVs abertas no Brasil, notadamente na TV Globo, cuja corporeidade, entre os jovens de classe média-alta, é retratada pelo prisma do corpo tonificado, malhado (não por menos há um programa que é exibido há mais de duas décadas que se chama Malhação). Estes modelos ideais veiculados em tvs abertas em alguma medida exercem uma pressão para que os jovens de classes baixas também busquem se enquadrar na dinâmica atual. O corpo é o único recurso que lhes resta para ser trabalhado, moldado, tonificado.

Por esta ótica, os dispositivos de controle – inserindo aí as relações de poder explicitadas pela imprensa (ORTEGA, 2006) – reforçam o lugar do jovem numa situação de ambivalência, impelidos a consumir

constantemente – mesmo que não haja aporte financeiro para isso e, de outro lado, exortados a veicularem os produtos de consumo – ou as intervenções no corpo – a partir de redes sociais eletrônicas.

O problema, como defendem Bauman (2007), Chauí (2006) e Sodré (2001) é que o excesso de opções é apenas aparente, diante de um panorama atual que não permite deslizes.

Velocidade, e não duração, é o que importa. Com a velocidade certa, pode-se consumir toda a eternidade do presente contínuo da vida terrena. Ou pelo menos é isso que o “*lumpem-proletariado* espiritual” tenta, e espera, alcançar. O truque é comprimir a eternidade de modo a poder ajustá-la, inteira, à existência individual. A incerteza de uma vida mortal em um universo imortal foi finalmente resolvida: agora é possível parar de se preocupar com as coisas eternas sem perder as maravilhas da eternidade. (BAUMAN, 2007, p. 15)

Com a desenfreada dinâmica da ascensão a qualquer custo, como pontua Sennett (2012), outra variante passa a perseguir os jovens de maneira particular, sob a forma de uma inquietação. Trata-se de uma cisão que vai eclodir a partir de perturbações de ordem psicológica, as chamadas patologias sociais (BIRMAN, 2013) decorrentes de um excesso de estímulo midiático, de um lado, e da crescente insatisfação com a não realização de projetos de vida.

As dinâmicas contemporâneas, portanto, também representam um eco destas mudanças estruturais ocorridas no século XX. Além disso, Bauman (2007) e Birman (2013) prosseguem assinalando que, mais à frente, a decomposição do estado de bem-estar social na Europa deságua numa sociedade de risco, propícia ao aumento da violência. O Brasil, apesar de o estado de bem-estar social sequer ter se instalado, acaba por experimentar formas de subjetivação próprias desta dinâmica, em parte devido ao fenômeno da globalização. Neste panorama:

[...] nenhum de nós conta mais com nenhum tipo de proteção do Estado, onde nós estamos lançados ao ‘Deus dará’, e onde efetivamente todo problema das subjetividades vai ser associado a esta problemática. Um autor como Michel Foucault (1926-1984) vai dizer que a nossa modernidade já é constituída em

torno de uma sociedade de risco. O que ocorre nas últimas décadas é simplesmente uma radicalização da dimensão de risco que caracteriza a sociedade contemporânea. (BIRMAN, 2013)

Em Bauman (2007), esta perspectiva de radicalização se alia à mudança na forma como o tempo é encarado. Ou seja, antes do advento da pós-modernidade, os jovens resistiam à excessiva aceleração, em alguma medida, porque mantinham certa estreiteza com produções utópicas diversas, de modo que tais jovens “tentavam fechar o torturante fosso entre a pobreza de uma vida curta e mortal e a riqueza infinita do universo eterno com esperanças de reencarnação ou ressurreição” (BAUMAN, 2007, p. 15). Atualmente, na agudez com que o desencantamento se apresenta, o próprio princípio de aceleração que permeia a vida não admite contingenciamentos e/ou limites, impingindo aos jovens a responsabilidade por atuar de forma obsessiva na reciclagem, revisão e reconstituição de suas identidades.

Trata-se de um movimento contínuo para, na esfera pública, demonstrar que detém uma identidade compatível com as expectativas vigentes, gerando excessiva autovolição e autocobrança. Assim:

[...] o advento da sociedade líquido-moderna significou a morte das principais utopias da sociedade e, de modo mais geral, da ideia de “boa sociedade”. [...] O foco na auto-reforma se perpetua do mesmo modo que a falta de interesse e a desatenção com relação aos aspectos comuns da vida, que resistem à total tradução para os atuais alvos de tal auto-reforma. A desatenção à vida em comum impede a possibilidade de renegociar as condições que tornam líquida a vida individual. O sucesso da busca da felicidade, propósito declarado e motivo supremo da vida individual, continua a ser desafiado pela própria forma de persegui-lo. A infelicidade resultante justifica e vigora a política de vida auto-centrada. Seu produto final é a perpetuação da liquidez da existência. (BAUMAN, 2007, p. 19)

Esta agudez da dimensão do risco e da possibilidade de autogestão da vida também encontra alguma singularidade na gênese histórica apontada por Foucault (1987), cujo modelo de relações de poder é fundado em duas

mãos, sendo que por um lado há uma sociedade gerida biopoliticamente (com uma gestão populacional que passa pela economia política), cuja preocupação central é a “manutenção” da espécie e, por outro lado, a sociedade disciplinar (FOUCAULT, 1987) que exerce poder político sobre o corpo, alvo de adestramento a partir de um conjunto de práticas regulatórias. Este cenário acaba por nutrir uma sociedade de risco (BAUMAN, 2007), onde a maleabilidade das relações e o surgimento de modalidades disfarçadas de assédio, a partir de modelos estéticos balizadores – oriundos da mídia, mas também das relações sociais como um todo – faz surgir novos sofrimentos. Só que este sofrimento depende apenas do sujeito para ser manuseado e/ou delimitado, já que as antigas instâncias de mediação estão inócuas e não mais atendem com satisfação a qualquer pedido de apoio para as demandas individuais.

Birman (2013) ainda enfatiza que nos tempos atuais o sujeito de conflito (impulsos-desejos X interditos) sai de cena e, em seu lugar, diferentemente da época de Freud, outras formas de pensamento ocupam o centro das atenções. Assim, o ‘corpo’, a ‘ação’ e o ‘sentimento’ compõem uma cartografia que fala de uma série de mal-estares, tendo o jovem de classe baixa como fiador desta anomalia social. E o preço a ser pago é alto. Na corrida para ser aceito, e diante de um cenário desafiador e aparentemente inalcançável, a depressão, em suas mais variadas matizes, é um mal que vem assolando de maneira insistente as populações jovens. De acordo com estudo realizado pela Universidade Federal de São Paulo-UNIFESP, no Brasil há 21% de jovens entre 14 e 25 anos que apresentam sintomas indicativos de depressão. E entre as mulheres a proporção é ainda maior: 28% (SEGUNDO..., 2013).

Bauman (2008) enfatiza que há uma forte tensão e exigência – às vezes, até mesmo sob a forma de assédio e violência –, por parte dos atores sociais contemporâneos, para que os jovens, de alguma maneira, se transformem em seres autoconstruídos e singulares. Sobre o mesmo assunto, Hall (2006, p. 9) diz que:

[...] as transformações estão mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo descolamento - descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos - constitui uma ‘crise de identidade’ para o indivíduo.

Nos meios de comunicação, a materialização de ideais de juventude se dá de muitas maneiras. No caso em questão ocorre, sobretudo, a partir da inserção de modelos físicos e tipos psicológicos padronizados que são expostos em novelas, filmes e propagandas. Há, portanto, um movimento de homogeneização em detrimento da diversidade étnica e cultural do país. Esta padronização, ao que parece, é uma estratégia para impelir os jovens ao consumo – de tendências, ideais de corpos, etc.

A tendência, assim, é que os indivíduos sejam “estritamente semelhantes a todos os outros pelo fato de terem de seguir a mesma estratégia de vida e usar símbolos comuns – comumente reconhecíveis e legíveis” (BAUMAN, 2007, p. 26). Ou seja, para que os outros se convençam de que suas estratégias de vida são aceitáveis, o jovem acaba não percebendo que de alguma forma recusa a possibilidade de exercer a escolha individual, a menos que não queira ter seu esforço chancelado pelas estruturas sociais das quais faz parte, o que parece pouco provável. Tem-se como exemplo a busca que o jovem trava em torno de um ideal de corpo para, em alguma medida, ser aceito pelo grupo. Neste sentido, na contemporaneidade, a busca por academias de musculação surgem como uma promessa de inserção destes jovens no cenário do corpo musculoso, tonificado e, logo, aceitável.

Nesta busca para desvelar e tornar pública a autenticidade do “verdadeiro eu” (BAUMAN, 2007, p. 28), aumenta a demanda por profissionais tais como *personal trainer*, psicólogos e cirurgiões plásticos que irão compor uma espécie de cartografia para a mudança e que, dentro da mesma lógica das vendas do atacado, oferecem serviços que aparentemente remetem à maiêutica socrática – no sentido de dar a luz ao conhecimento -, mas que no final das contas “só tem valor reconhecido depois de

convertidos à moeda atualmente mais comum e, portanto, mais amplamente usada” (BAUMAN, 2007, p. 29).

Ou seja, o processo mesmo de individualidade evidencia em si uma contradição que, a princípio, parece insolúvel. Aliás, ela carrega em si uma impossibilidade conceitual, já que o jovem “precisa da sociedade simultaneamente como berço e como destino” (BAUMAN, 2007, p. 29) de suas investidas. Estaria aí, então, uma hipótese para o aumento da violência e da desesperança entre os jovens (BIRMAN, 2013).

É importante ressaltar que, enquanto por um lado a sociedade pressiona para que o indivíduo se porte como alguém capaz de expressar originalidade e autogestão, num provável desdobramento das relações de poder já apontadas por Foucault (1987) em sua genealogia do poder, por outro lado ela também fornece os meios para se conviver com esta impossibilidade, o que resulta num cenário de constante insatisfação e perene sentimento de fracasso e autoviolência, se não respeitadas as particularidades de cada jovem.

Igualmente, assim como em Birman (2013), Bauman (2007) diz que o surgimento da individualidade como categoria central das preocupações cotidianas apontou para um intenso desmonte das antigas redes de proteção social que, se bem ou mal feito, ainda garantiam alguma forma de regulação e/ou mediação dos conflitos entre os seus integrantes. Neste ínterim:

Progressivamente, os padrões da rotina diária foram deixando de ser vistos como incontestáveis e auto-evidentes. O mundo da vida cotidiana estava perdendo sua auto-evidência e a “transparência” de que havia usufruído no passado, quando os itinerários existenciais eram livres de encruzilhadas e de obstáculos a serem evitados, negociados ou forçados a abrir caminho. (BAUMAN, 2007, p. 31)

No bojo deste esforço que o jovem deve fazer para provar sua aparente (e constante) autoipoiese – conceito da biologia originalmente empregado para falar do autogerenciamento dos organismos e que é usado nas ciências humanas para destacar as habilidades pessoais de se

adaptar às mais diferentes circunstâncias -, muitas vezes ele não percebe que “a individualidade é o produto final de uma transformação *societária* disfarçada de descoberta *pessoal*” (BAUMAN, 2007, p. 31, grifo do autor). Ora, isso quer dizer que, mesmo experimentando certo grau de liberdade e de individualidade, isso por si só não assegura tacitamente a livre escolha, já que o jovem é invariavelmente pressionado pela difusa dimensão do fato social. Por esta ótica, o que se chama de autorreferência e individualidade pode ser decorrente, dentre outras coisas, de negociações mais profundas e, por vezes, sutis, já que:

[...] as oportunidades entre as quais a pessoa assim se vê forçada a optar não são, em si mesmas, criadas por essa pessoa. São prescritas e limitadas pela estrutura específica de sua sociedade e pela natureza das funções que as pessoas exercem dentro delas. E, seja qual for a oportunidade que ela aproveite, seu ato se entremeará com os de outras pessoas; desencadeará outras sequências de ações, cuja direção e resultado provisório não dependerão desse indivíduo, mas da distribuição do poder e da estrutura das tensões em toda esta rede humana móvel. (ELIAS, 1994, p. 48)

De qualquer forma, no tecido social e em parte dos discursos midiáticos hegemônicos (CHAUÍ, 2006), predomina a ideia de que as pessoas de forma geral e os jovens em particular são os responsáveis pelos caminhos que estão percorrendo. Esta é a tônica, inclusive, de parte da fundamentação ideológica do capitalismo liberal, que de modo geral nega que o indivíduo autogestor não passa de uma ficção, fruto de pressões mercadológicas (BAUMAN, 2007). No entanto:

Embora o direito e o dever da livre escolha sejam premissas tácitas ou reconhecidas da individualidade, não são suficientes para assegurar que o *direito* a esta possa ser usado. Portanto, a prática da individualidade não necessariamente corresponde ao padrão imposto pelo *dever* da livre escolha. Na maior parte do tempo, ou em algumas ou em várias situações, muitos homens e mulheres consideram a prática da livre escolha fora de alcance. (BAUMAN, 2007, p. 33, grifos do autor)

Em países como o Brasil a prática de livre escolha está fora do alcance de muitos jovens por vários motivos, mas dois se destacam: o desemprego crescente entre os jovens de classes baixas economicamente e a impossibilidade de se adquirir tudo, seja pela profusão de ofertas, seja pelo contrassenso lógico da dinâmica de consumo, que se retroalimenta a partir de uma busca incessante pela novidade.

Diante destas circunstâncias, a individualidade-originalidade de fato parece ser algo bem mais complexo do que se prega. Os processos de formações identitárias entre jovens trazem consigo uma série de efeitos colaterais, sendo que a relação deste jovem com o seu corpo (BIRMAN, 2013) emerge como uma das principais fontes de tensão na contemporaneidade. Isso ocorre porque:

Novos símbolos de distinção em oferta prometem conduzi-lo ao seu objetivo e convencer todos os que você encontra na rua ou visitam sua casa de que você de fato chegou lá - mas também invalidam instantaneamente os símbolos que prometiam fazer o mesmo por você um mês ou um dia antes. Na corrida pela individualidade, não há intervalo. (BAUMAN, 2007, p. 35)

Neste ínterim, Birman (2013) diz que o mal-estar se acentua porque, de modo geral, se está sempre aquém tanto da condição considerada ideal para a sanidade física, quanto distante do desempenho corporal adequado. No fundo, o esforço que tais jovens fazem para se ajustar a padrões identitários aceitáveis pode revelar, também, uma inabilidade em lidar com a perda, a frustração e a finitude. Sobre este tema, tem-se que:

O narcisismo moderno é um narcisismo defensivo, voltado para o investimento do corpo, que se tornou foco de sofrimento e ameaça de morte pela ação da violência. Esta hipótese choca-se aparentemente com as teses sobre o hedonismo da sociedade contemporânea. Porém, a nosso ver, esta faceta vendável da ideologia do bem-estar é divulgada para dissimular o medo do sofrimento e da morte, que apavoram o indivíduo moderno. (FREIRE COSTA, 2003, p. 235)

Vê-se, portanto, uma juventude impelida a preservar ideais de beleza, consumo e práticas diversas que podem denotar, no final das contas, uma espécie de recusa ao amadurecimento e a velhice, o que já vem sendo objeto de estudo em trabalhos do gênero.

Além disso, a contemporaneidade se configura como uma recusa a narrativas longas, que remetam a processos históricos (PONDÉ, 2014). Vê-se, então, uma evidente mudança do lócus do dever moral (troca-se a segurança pela liberdade). Por fim, percebe-se que, na Pós-Modernidade, o cuidado com as questões sociais e com o desenvolvimento das instâncias da razão cede lugar à fragmentação, notadamente naquilo que se refere às perdas dos potenciais de unificação e simbolização que orbitavam em torno da política. Sobra, então, um panorama de total ausência de mediadores e que, metaforicamente, joga a todos numa intensa vertigem existencial. No mais, isso fez com que as pessoas ficassem entregues ao jogo de suas próprias intensidades (intensidades sem controle). Aqui, por intensidades, recorre-se a um conceito da psicanálise e da filosofia, que condicionam os desejos ao escrutínio da razão. Quando não se baliza a vontade, esta fica ausente de dispositivos que ponderem sobre as escolhas. O que pode acabar gerando uma grande angústia, notadamente nos jovens.

Neste contexto, o sujeito prefere explodir pela ação a implodir o seu corpo, já que isso é uma questão narcísica. Mas esse sujeito nem sempre pode escolher. Na medida em que é tomado por intensidades, e que essas intensidades o ultrapassam – e onde ele não pode regular não apenas as intensidades, mas o próprio jogo das identidades que têm que administrar. Assim, a dinâmica de individualização, da forma como vem sendo conduzida, gera uma gama de jovens descontentes e frustrados, que constantemente empreendem a si próprios uma gama de atos de violência, sendo o excesso de autoexigência o mais comum. Isto ocorre porque, para que haja os vencedores, necessariamente deve-se fazer surgir a classe dos excluídos e inaptos.

Ter e aparentar originalidade custa caro, sendo, portanto, um privilégio que requer esforço *ad eternum* para que o indivíduo, mais à frente, não se depare com o fantasma da invisibilidade. Este é o alerta que os autores supracitados fazem ao investigar a interação do jovem com o contemporâneo. Além do mais, a possibilidade de que todas as pessoas usufruam de um processo de individualização e de formação identitária adequado (aos padrões liberais de consumo) é inalcançável, a menos que se tenha mais três planetas reservas, tendo em vista o forte impacto ambiental envolvido. Portanto, o paradoxo volta a se instalar: ao mesmo tempo em que a mídia clama por um imperativo de individualidade, acabar por oferecer modelos gerais de identidade.

Diante de todo o mencionado, corpo torna-se uma última fronteira de maleabilidade, sobretudo entre os jovens, no sentido de colaborar para que os sujeitos se posicionem no mundo (BAUMAN, 2008; BIRMAN, 2012; FREIRE COSTA, 2004; GOLDENBERG, 2010) que cobra visibilidade individual como alternativa primeira de socialização. Neste contexto, os produtos midiáticos colaboram de maneira importante para naturalizar práticas ascéticas em relação à plasticidade, tonificação e atrofiação muscular como pré-requisito de um jovem bem-sucedido. Desta forma, de acordo com estudos sociológicos (BAUMAN, 2008) e antropológicos (GOLDENBERG, 2010) o protagonismo cinematográfico, televisivo e predominante nos tutoriais de redes sociais eletrônicas remete, invariavelmente, a um ideal de corpo que, em alguma medida, resgata o padrão grego clássico. Agora este padrão estético-corporal não se reduz à exibição nos ginásios, como ocorria na antiguidade helenista. A chancela social ocorre a partir da hiper-exposição individual nas redes sociais eletrônicas, que influenciam e são alimentadas por outros produtos midiáticos, como as novelas televisivas, por exemplo.

A questão, portanto, não se resume às subjetividades e relações sociais e políticas, mas, em igual medida, entremeia um modo de vida que interfere diretamente nas dinâmicas culturais, assim, um problema que aparentemente é de ordem individual que acomete, sobretudo, os jovens

contemporâneos, ganha apelo de caráter ético, pois não se está a falar apenas das gerações atuais. É preciso pensar, pois, nas gerações futuras, amplamente impactadas por um modo de vida que, de acordo com os autores relacionados, institucionalizou a falta de perspectiva na solução de problemas a partir de diálogos conjuntos.

3.2 Ideais de corpo na contemporaneidade

Para Del Priore (1994), o corpo está inscrito em preceitos de mundo nos quais as correspondências perpassam do macrocosmo ao microcosmo, não se pode negligenciar as relações simbólicas que foram historicamente estabelecidas entre as sociedades e os ideais de corpo. Desta forma, foi possível aferir historiograficamente (COURBIN; COURTINE; VIGARELLO, 2008), de modo geral, que o corpo passa de uma era clássica de afirmação da imanência, com o corpo masculino caracterizado como lócus de interesses político-sociais, seguido de uma era de completa negação deste, notadamente na Idade Média cristã marcada pela criminalização dos prazeres e identificação do corpo como fonte de pecado e aprisionamento do espírito, para lentamente adentra-se à modernidade, marcada inicialmente por um mal-estar (FREUD, 2011) decorrente da construção de um ‘estatuto do eu’ – lento processo de eclosão de identidades, onde os sujeitos são treinados a se perceberem como seres singulares, sob o ponto de vista subjetivo –, cujos interesses passam a se confrontar com as instituições mediadoras da época, notadamente as marcadas pela influência cristã.

O mundo do consumo cria estilos e modelos de corpo para vender; antes o apelo era mais forte para as mulheres, mas atualmente atinge cada vez mais os homens. Para exemplificar destacamos dois estilos visuais e corporais bastante difundidos pela mídia e que poderão emergir e serem referenciados nessa pesquisa: *lumbersexual* – ou lenhador – que reforça uma estereotipia fincada na virilidade e, de outro lado, há o metrossexual, cuja gênese, como se verá a seguir, está na resposta do universo masculino à crescente pressão feminina por homens de perfil mais urbano. Há ainda

um terceiro estilo, o fitness, cujo delineamento histórico é pontuado nesta pesquisa.

No caso do *lumbersexual* (termo que vem do inglês, onde *lumber* significa lenha ou madeira), de acordo com Courbin; Courtine; Vigarello (2013), trata-se de um fenômeno recente cuja gênese eclode de discursos midiáticos para tentar reconfigurar ou reposicionar o papel do homem contemporâneo a partir de um resgate histórico da virilidade sem, com isso, negligenciar o momento atual que clama por equidade, notadamente a partir dos discursos acadêmicos pela igualdade. Este posicionamento vem sendo reforçado desde a Segunda Guerra, quando se questiona a infalibilidade do ideal de mito do herói e tendo em vista a crescente pressão do movimento feminista, que acabam por redefinir os papéis masculinos e femininos (WITZEL; KOGAWA, 2014). Há, portanto, uma ‘repaginação’ do sujeito viril, agora encarnado numa aura de polidez e que, com o foco na pilosidade – barba – que remete a uma virilidade histórica desde a época dos vikings, marca um lugar simbólico que realça as características subjetivas relacionadas à masculinidade. É importante destacar que, por si só, não parece que o *lumbersexual* represente um ideal de corpo, mas, antes, aliado à musculação, por exemplo, passa a encorpar um cabedal de simbolismo que reforça um lócus representativo imanente, que salta aos olhos no sentido de unir virilidade, força e robustez.

Para Silva; Leite (2016), o *lumbersexual* irrompe como uma alternativa ao metrossexual, principalmente no que diz respeito à depilação masculina, produzindo “identidades que se posicionavam contrariamente a uma virilidade superlativa incrustada nos pelos, de modo, e inclusive, a colocá-la em xeque”.

De acordo com Izquierdo (2014) engana-se quem acredita que o *lumbersexual* tem um visual desleixado. Trata-se de um despojamento calculado, onde a composição da aparência requer tanta atenção quanto no caso dos metrossexuais. Não por menos, há uma profusão de barbearias abertas recentemente nas capitais brasileiras (em Palmas, em rápida pesquisa no Instagram e no buscador Google há ao menos 15

estabelecimentos do gênero) especializadas no estilo. Há também um mercado de cosméticos associados ao *lumbersexual*, como cremes para barba, tonificantes, óleos, xampus, pentes e escovas.

Para Silva; Leite apud Foucault (1999), os discursos midiáticos em torno do *lumbersexual* estão calcados na ideia de diferenciação - sobretudo em relação ao *metrossexual*, como já explicitado anteriormente - demonstrando mecanismos que tentam marcar relações de força e que tentam se colocar, para o público, como uma tendência completamente original. No entanto e paradoxalmente, tal estilo eclode sob o imperativo da moda e, assim, não escapa à relativização de seu sentido, que em última análise, como defende Lipovestky (2005), também é efêmero, pois assim como surgiu, rapidamente pode desaparecer. O estilo é propagado inicialmente na Europa e Estados Unidos, mas logo se propaga para o resto do mundo ocidental. No seu bojo, há a adesão a um modo de ser ancorado no "machão" viril que aderiu à gentileza e a educação.

O estilo *metrossexual* trata-se de um fenômeno que já é, em alguma medida, uma resposta às pressões sociais exercidas pelo feminismo, sobretudo a partir dos anos 70 do século XX (OLIVEIRA; LEÃO, 2011). Ou seja, se até então os comportamentos e representações do masculino eclodiam a partir do espectro da força, da virilidade e da bravura (imposta sob a forma da 'macheza'), comportamentos estes estabelecidos e chancelados pelo patriarcado contido no Cristianismo (GOUVEIA, 2006; CONNEL, 2012; OLIVEIRA; LEÃO, 2011; GOLDENBERG, 2000) onde a soberania masculina é compulsória e inalienável, pressuposto de direitos, a influência feminista pressiona este homem da segunda metade do último século a alterar os padrões comportamentais e, mais do que isso, expressar de maneira concreta a adesão ao modelo de um 'novo homem', que passa a interagir com os núcleos parentais e com a sociedade como um todo de modo mais 'polido', cuidadoso. É daí que surge o *metrossexual*. Não se pode negar que o mercado, pela lógica deleuziana de cooptação de tendências, teve importante papel na difusão deste estilo.

Ora, ao que parece, este viés identitário transcende - por identidade, trata-se de um conjunto de representações subjetivas e, em menor escala,

objetivas, que estão condicionadas a um dado espaço e tempo (HALL, 2006) – em muito o ideal de corpo – mais imanente, concreto –, uma vez que o metrosssexual não crava apenas no corpo sua maneira de estar-no-mundo. Por se configurar como um modo de ser que supera o concreto/vi-sível, o estilo metrosssexual se reveste, também, de corporeidade. E qual a diferença entre corpo e corporeidade? Para Greiner (2012) o corpo é definido, *a priori*, como algo sólido, observável, sensível e banhado pela luz, na medida em que é um organismo que se delimita, em parte, por sua linearidade que é refletida como superfície. Assim, ele tem forma e é visível. Já a corporeidade é a propriedade que o corpo tem de se ‘expandir’ relacionalmente com uma gama de objetos que o complementam, quase que numa dialética metafísica, onde o que se está em jogo é o modo como o ser humano é no mundo (GONÇALVES, 1994). Para reforçar este conceito, Merleau-Ponty (2006) defende que o corpo não pode se apropriar de si mesmo, sendo, portanto, impelido a incorporar objetos e ideias ao seu cabedal para, assim, conseguir operar e projetar-se para o mundo. Desta forma, a corporeidade é um movimento intencional, fruto de movimentos racionais e também inconscientes que remetem a um modo de ser no mundo, baseado em influências culturais, religiosas e de gênero, por exemplo, sempre buscando preencher as lacunas (GONÇALVES, 1994) neste percurso humano em busca de ‘ser-no-mundo’.

Ainda sobre o metrosssexual, trata-se de um estilo de vida que em muito se aproxima da dinâmica feminina, nos hábitos de consumo e no estilo de vida, notadamente no que diz respeito à vaidade pessoal (OLIVEIRA; LEÃO, 2011) para atender a um anseio feminino que clamava por homens de boa aparência e cuidadosos. De quebra, o estilo também atende a uma necessidade crescente de mercado, em cuja gênese está a celebração de novos estilos de vida que demandam consumo e busca por intervenções especializadas. Este estilo também conquista a adesão espontânea dos homens (GOLDHILL, 2007), tendo em vista que resgata ideais negligenciados, sobretudo, pelo prisma da religiosidade e que, desde o

período clássico, conferiam personalidade e altivez para a esfera do masculino.

De acordo com Neri; Tarquini (2011), a princípio houve uma discussão e certo mal-estar social no sentido de perceber se este ‘novo homem’ era apenas decorrente das influências da mídia ou se ele, de fato, eclodia como uma demanda cultural. Sobre o tema, os autores observam que a convergência da cultura heterossexual e homossexual, a partir dos anos 90 do século passado, foi crucial para a elaboração de um ideal de masculinidade que, em dada medida, respondesse a pressão pela readequação do homem na sociedade. No entanto, mais recentemente este ‘novo homem’ configura-se como uma resposta além das questões de gênero. Ele passa a ser compreendido como um ser para consumo (GARCIA, 2011) em cuja metrossexualidade está cravada a versatilidade e a delicadeza, além da perspicácia necessária para morar nos centros urbanos. Ele é, portanto, uma antítese ao antigo ‘macho bruto’ que passa a movimentar um milionário mercado nascente, que aparece para legitimar e atender a prerrogativa do autocuidado (GARBOGGINI, 2008). Em súpula, para Mitall et al. (2008), metrossexual pode ser definido como homem urbano, com um senso e juízo estético acurado, com tempo e renda para dedicar ao autocuidado. É, portanto, um sujeito focado na qualidade de vida e na aparência, que também se preocupa em construir um repertório intelectual, cultural e artístico.

Além dos ideais de corpo do metrossexual e do lumbersexual, há o fitness. Este modelo, que pode se intercambiar com os demais, de acordo com Ribeiro (2003) surge como uma resposta do capitalismo tardio – fase do liberalismo, ou novo liberalismo econômico – cuja ênfase não se encontra mais na produção e retenção de bens, mas, ao contrário, na capacidade de os indivíduos consumirem a partir da troca da lógica da acumulação para a fluidez. Deste modo, o corpo também se inscreve como algo exclusivamente sob a responsabilidade do sujeito atomizado, individualizado – diferente da Grécia Clássica ou da predominância dogmática cristã na Europa –, onde o eu representado pelo corpo, a partir do tônus muscular, da

aparência da pele e das condições gerais de saúde, é uma espécie de vitória dos ideais imanentes, e assume o lugar do objeto de glorificação e de culto.

A mídia, neste sentido, reconhece este período histórico – seja como ativa indutora de tendências, seja como cooptadora de um movimento natural – e também passa a oferecer produtos que reforçam esta ideal fitness (PELEGRINI, 2006). Mas, afinal, quais as características deste ideal? Para Freire Costa (2004), trata-se de um modo de vida onde o corpo é apresentado como capital simbólico capaz de interferir nas relações interpessoais e, em igual medida, alterar as configurações sociais e parentais, ao menos em comparação ao século 19 e metade do século XX.

Busca-se, mais do que o cuidado com o corpo, perseguir um ideal de juventude perene, a partir das simetrias e tonificações decorrentes do esforço constante embalado por dietas e treinos. Von-Franz (1992) inscreve esta dinâmica numa espécie de recusa dos jovens contemporâneos, sobretudo os homens, de adentrar na dimensão da vida adulta, identificada como uma esfera marcada por excesso de responsabilidade – com os outros, como no caso da eventual constituição de uma família – onde o tempo é focado pela busca dos projetos pessoais dos jovens – ou daqueles que buscam manter-se como eternos jovens.

Ainda de acordo com Freire Costa (2004), este excesso de autogerenciamento da própria vida e do corpo pode se configurar como um sintoma da bioascese, que é a alteração do próprio corpo, por vias ascéticas – ao padrão e rigidez de uma vida monástica, logo, regrada – cujo objetivo, em alguma medida, é clamar para si uma autoridade não tida ou idealizada. Isto pode ocorrer, em muitos casos, diante da possibilidade de um quadro narcisista patológico, onde o sujeito constrói-se a partir do olhar do outro e, logo, fica refém das interações desse outro.

A propaganda e a própria mídia em suas mais variadas facetas, conforme Pelegrini (2006), adotaram em larga escala em seus produtos, como tutoriais, filme, dramas e etc. a ascese em relação ao corpo e a saúde. Deste modo, o cuidado com o corpo e com a qualidade de vida transformou-se numa espécie de imperativo categórico, onde os motivos por trás das

práticas são bem distintos dos do passado – mais coletivos. Como pontua Sibilia (2008), hoje a cultura fitness – tanto no campo da aplicação pessoal quanto em relação aos modelos midiáticos predominantes – persegue uma moralização prosaica, como vencer na dinâmica das aparências, na obtenção de autoestima e, em relação à esfera do trabalho, ter condições físicas e mentais de produzir mais. Isso ao se levar em conta que, com a narrativa do corpo como extensão da mente, ao cuidar deste, inevitavelmente a saúde mental entraria no bojo.

Junto a este modo de vida prospera um mercado de consumo que mobiliza uma série de produtos e subprodutos. Só no Brasil, por exemplo, esta área movimentava R\$ 8 bilhões por ano (PORTAL TERRA, 2017), com expectativa de um crescimento contínuo nos próximos anos. Isto tudo embalado pela promessa midiática de sucesso profissional, pessoal e social ao se aderir a tal padrão, cuja tônica em sùmula revela uma cultura voltada para o excessivo consumo de bens materiais e que privilegia a fetichização do corpo (MO SUNG, 2003) como lugar de sensualidade, de conquista e imposição de poder e, portanto, capaz de se inscrever como um bem de capital simbólico, que ligado à dimensão da materialidade, se coloca como gerador do desejo no outro.

Na mesma linha, o teórico de Antropologia e Comunicação Visual Canevacci (2008) diz que, na contemporaneidade, o processo de fetichização unifica, em alguma medida, a dimensão de coisa e da mercadoria, comparando-o direta ou indiretamente à própria relação com o corpo e a cidade, no que a Gestalt Terapia (HYCNER; JACOBS, 1997) classificaria como uma relação eu-isso, ou seja, de um sujeito para algo que ele identifica como objeto, mesmo que este algo seja outro sujeito (agora, desqualificado). Neste sentido, o corpo e a própria academia – local onde este corpo é alterado, trabalhado e revisitado – transformam-se em indutores de comunicação. Eles, por si sós, têm algo a dizer. No caso em específico, estão representados pela dinâmica da hibridização entre o consumo e a comunicação, cuja lógica é a mesma apresentada por Debord (1997), para quem

a vida cotidiana só fazia sentido, nas sociedades ocidentais tecnicamente desenvolvidas, a partir do princípio da publicização do eu.

Canevacci (2008), assim, reforça o espaço de mudança impresso pela vida contemporânea como um lugar não mais de reprodução – de padrões –, mas de produção de novos horizontes. Isso não apenas seria algo válido, mas inevitável. Em que pese a angústia que poderia causar (KARNAL, 2014) e a negativa quanto a originalidade desta possibilidade (GOLDHILL, 2007). Ou seja, ao sujeito urbano não lhe é dada a chance de não se apropriar dos signos e significações, além das próprias narrativas polifônicas de seu tempo. Este sujeito é influenciado pela mídia, mas, em alguma medida, também a influencia.

Juventude(s) e percursos epistemológicos

Para ancorar o conceito de juventude em seu sentido plural, esta pesquisa se apoia na epistemologia sociológica do tema, que transcende a representação meramente biológica e parte para a análise político/simbólica desta fase. Isto se deve, em grande medida, porque o estatuto ontológico da juventude é algo razoavelmente recente (MARGULIS et al., 2008) e, de modo geral, é um período que intercambia imaturidade social com efervescência biológica. Deste modo, para entender a juventude como um período atravessado por questões de ordem social e cultural, referência nesta pesquisa, é preciso destacar a juventude como além de uma “fase da vida” que acaba por gerar uma cultura juvenil homogênea e de aspectos universais (como comportamento comum, estilos linguísticos unificados, etc.) e abraçar uma episteme que encara a juventude como um movimento heterogêneo que gera uma profusão de culturas juvenis, cujas tendências não podem ser enquadradas num mesmo campo representativo (PAIS, 2003). É sob esta última abordagem que esta pesquisa irá se debruçar.

A esta altura, é importante trazer dados sobre a juventude brasileira. Primeiro, julga-se salutar – para além do conceito da comunicação ou da sociologia, por exemplo – elucidar a percepção que os próprios brasileiros têm sobre juventude. Pesquisa conduzida pelo Instituto Datafolha em setembro de 2017, com 2.732 brasileiros com idades entre 16 e 70 anos, aponta que a maioria dos entrevistados acredita que a juventude só termina aos 37 anos (entre as mulheres este número sobe para 47 anos), e que a velhice só começa aos 64 anos. Isso ocorre porque o conceito de juventude é elástico (KEHL, 2012) e, na contemporaneidade, o arquétipo pueril – de *Puer Aeternus*, o símbolo da juventude eterna utilizado como

modelo pela mídia, por exemplo – tem grande status sobre as demais fases da vida, notadamente a partir da negação da vida adulta – e de todas as responsabilidades que a mesma trás consigo. Neste sentido, há um esforço geral para prolongar a juventude e pular diretamente para a velhice, agora com o eufemismo de terceira idade (FREIRE COSTA, 2003).

Desta forma, em Kehl (2012), fatores como o exponencial aumento da vida escolar, aliado à complexidade e competitividade no mercado de trabalho e a ampliação global do desemprego entre os jovens faz com que seja cada vez mais difícil se encarar a vida adulta, havendo uma preferência pela permanência na condição de jovem, de alguma forma sob a tutela da família. Os sintomas, num primeiro momento, são a negação (BIRMAN, 2013) da vida pública e rejeição da velhice como condição inexorável, o que fragilizaria, sobretudo, a capacidade de populações atuais tomarem decisões em longo prazo.

De acordo com o estudo “Pesquisa Agenda Juventude Brasil”, publicado pela Secretaria Nacional da Juventude em dezembro de 2012, em parceria com a Unesco, com jovens de 15 a 29 anos, há uma complexidade nas tentativas de se aferir os objetivos e também os núcleos de influência dos jovens atuais, dada a quantidade de estímulos e possibilidades que os mesmos experimentam. Neste estudo, por exemplo, constatou-se que 75% dos entrevistados que o apoio da família é fundamental para que se alcance uma significativa melhora de vida, o que demonstra o peso desta instituição na composição dos cenários existenciais dos jovens. Além disso, no universo de 3,3 mil entrevistados de todos os estados, em levantamento entre abril e maio daquele ano, 74% estava inserida no mercado de trabalho, sendo que 40% dos jovens eram remunerados por uma jornada igual ou superior a 40 horas semanais. À época, 13% dos jovens se dedicavam exclusivamente aos estudos e 21% estava desempregada – contra 30% em 2017, a maior taxa desde 1991, de acordo com o Instituto de Pesquisa Aplicada (IPEA).

Antes de avançar no próprio conceito de juventude, é necessário entender minimamente sobre cultura(s) juvenil(is). Para George Rude apud

Pais (2003), trata-se de um conjunto de símbolos, crenças, normas e linguagem compartilhadas por determinado grupo de jovens que, em síntese, se apresenta sob um modo de ser. Esta dinâmica pode surgir das próprias experiências dos jovens, ou pode ser assimilada a partir do ciclo intergeracional e também tendo por base questões de classe. Desta forma, não é possível falar em cultura juvenil no singular, já que as tentativas de unificar um ideal de juventude acabam por enfraquecer (MARGULIS et al., 2008) a influência político-social sobre a construção deste conceito, o que pode abrir precedentes para entender os problemas juvenis como decorrentes de imperativos de ordem individual quando, no mínimo, são resultantes de políticas públicas nacionais ou internacionais. Sobre este assunto, Pais (2003) sustenta que a dificuldade de empregabilidade do jovem, na contemporaneidade, e a crescente pressão de países e organismos internacionais para a ampliação da escolaridade de jovens e adultos jovens, além de conflitos familiares, uso de drogas, inadequação às normas sociais, confusão no campo da sexualidade e pressão exercida pelos *Mass Media* (MARGULIS et al., 2008) sobre a construção de um único ideal de juventude, exercem um impacto considerável na formação identitária deste contingente de pessoas.

De acordo com o exposto, é imperioso partir do pressuposto de que se está a falar de “juventudes”, e para entender esta profusão de significados que eclode de modo diferente em distintos grupos, é necessário adentrar no cotidiano destes jovens (KORNBLIT, et al., 2007), observar seu contexto histórico, econômico e familiar, e catalogar as narrativas que exercem influência sobre estes jovens, como núcleo parental e enunciados midiáticos, por exemplo, sob o risco de se continuar a replicar o conceito de juventude propagado pelos *Mass Media* (PAIS, 2003), ou seja, uma juventude com áurea de mito ou como replicadora de ideal inalcançável (BAUMAN, 2007), universalista, planificadora e homogênea. Desta forma, é necessário partir do pressuposto que a juventude é uma construção sociológica (ABRAMO, et al., 2007), socialmente construída, fruto de circunstâncias de ordem política, econômica e social, passível de sofrer

alterações – tanto na forma como o próprio jovem se vê quanto na maneira como a sociedade visualiza e projeta esta juventude – em seu significado no decorrer do processo histórico. Assim, não há uma tese que possa abarcar, por si só, o conceito de juventude (MARGULIS et al., 2008) devido a sua diversidade.

Deste modo, falar sobre juventudes requer mais que aceitar que o conceito é uma construção histórica, social e cultural; ele só pode ser entendido de modo interdependente (BOURDIEU, 1983), em relação a outras categorias tais como gênero, raça, classe social, escolaridade e pertencimento (ou não) religioso. Além disso, a juventude é ponderada a partir de relações intergeracionais, ou seja, ela está no limiar da infância e da aceitação integral da maturidade adulta (VON-FRANZ, 1992), cujo momento histórico, por entender o ideal de juventude eterna como um grande filão mercadológico (KEHL, 2012), acaba por disseminar tal ideal notadamente pela mídia, numa tentativa de homogeneização de tendências de comportamento. Sobre este último tópico, no entanto, estaria o cerne de um mal-estar. Pois não se pode falar num único modelo de jovem, mas em diferentes modos de se viver a juventude, sob pena de a insistência em replicar padrões hegemônicos acabar por fazer eclodir uma série de distúrbios (BIRMAN, 2013) que podem, inclusive, levar os jovens a experimentar estados depressivos.

Em relação ao conceito de juventude variar conforme o gênero, muito embora este não seja o foco desta pesquisa, vale ressaltar os estudos de Mendes Diz; Schwarz (2012), para quem os jovens acabam por replicar em suas dinâmicas cotidianas um jogo de códigos socioculturais que permeia a sociedade como um todo, notadamente no que diz respeito a construções históricas baseadas no patriarcado¹, onde se pode aferir que historicamente há sentidos e cobranças diferentes para os jovens do sexo masculino e as jovens do sexo feminino, sendo que a estas últimas era vedada um

¹ De acordo com a filósofa feminista Márcia Tiburi (2007), o patriarcado é um sistema de representações que replica de modo injusto os papéis de gênero, com proeminência para o sexo masculino e desprezo aos aspectos relacionados ao mundo feminino. Neste sentido, o patriarcado é fruto de uma construção social que oprime a mulher e, em alguma medida, aprisiona o homem num papel previamente estabelecido.

conjunto de prerrogativas, ao passo que, no decorrer dos anos, vem diminuindo as distâncias entre homens e mulheres, notadamente nos campos do consumo, do trabalho, das profissões e no ensino superior. Neste sentido, os jovens replicam práticas sociais típicas de seu tempo, e reelaboram formas de interação no mundo que impactam em suas subjetividades. Ora, isso ocorre porque ter um gênero em acordo com as expectativas gerais facilita e muito a vida do jovem. Veja-se o exemplo das jovens mulheres, que na primeira metade da juventude estavam submetidas aos pais e, passada esta fase, passam a submeter-se aos maridos. Neste caso, homens e mulheres passam a se observar a partir de perspectivas diferentes, uma vez que a representação simbólica distinta que os cerca colocam-nos em situações de interações diferentes.

De qualquer forma, em que pese a diferença de status entre gêneros e a persistência do patriarcado como força ideológica ainda hegemônica – e que se replica nas narrativas midiáticas sob diversas formas (ANJOS et al., 2015), na modernidade tardia o imperativo da realização profissional e das liberdades individuais ganha força, no que Harari (2016) identifica como a vitória do humanismo liberal sobre outras formas ideológicas de humanismo (como o humanismo socialista e o humanismo nazifascista).

Especificamente sobre a juventude tal e qual se conhece hoje, Mendes Diz et al. (2004) sustenta que tal conceito se refere a jovens de classe média de países desenvolvidos, cujas referências só ganharam corpo a partir da Segunda Guerra Mundial, quando estes jovens reafirmam-se a partir do status de consumidor – o que ocorre em paralelo à derrocada da dimensão cidadã dos sujeitos e do fortalecimento da mídia como provedora de valores simbólicos (MOURA; VIDAL, 2013) -, e os feminismos ampliam lugares de fala, onde a mulher passa a socializar-se a partir do espectro da liberdade econômica, sexual e social (MENDES DIZ et al., 2004). A eclosão destes fatores, somada à crescente popularização e influência da mídia, sobretudo a partir da segunda metade do século passado, faz surgir formas de socialização impactadas por modelos de identidades juvenis ora nascidas do ceio da cultura, ora resultantes da elaboração de significados pela

mídia. Sobre este tema, o subcapítulo a seguir irá se debruçar com maior propriedade.

Para Kehl (2012), a elevação da juventude à fatia invejável da esfera do consumo cobrou um alto preço, sobretudo a partir do florescimento de uma cultura do hedonismo, onde o recorrente cuidado com o corpo e a excessiva prerrogativa de direitos dão a tônica. E este perfil não se limitaria apenas aos jovens de elite econômica ou de classe média. Por se tratar de uma dinâmica pautada no consumo e na cultura como processo industrial – planejado e homogêneo –, as interações se dão por imagens midiáticas que contemplam todas as classes, já que nenhuma delas, mesmo as mais abastadas, não consegue abarcar todo o cabedal de possibilidades apresentadas na contemporaneidade.

No mais, Bourdieu (1983) defende que o conceito de juventude a partir da delimitação por idade ocorre de modo arbitrário. Ora, isso se dá pelo fato de o entendimento acerca do que seja juventude variar de pessoa para pessoa, como bem explicitado na introdução deste capítulo, tendo por base a recente pesquisa da Folha de S. Paulo. Há, portanto, uma variação interna, subjetiva, que tem que ser levada em conta, em que pese a defesa de Margulis et al. (2008), para quem há um risco em se negligenciar os critérios de ordem biológica na categorização da juventude, afinal, ao se apoiar numa definição meramente social e, depois, sociológica, reduzir-se-ia a juventude a um mero signo.

Tomado este cuidado, parte-se para a noção de juventude como um conceito que envolve uma espécie de interregno onde eclode a moratória social (ERIKSON, 1976), ou seja, a modernidade confere à juventude uma suspensão de responsabilidades e obrigações e, mais do que isso, lhe a obtenção de certos privilégios, provavelmente em decorrência da projeção narcísica (BIRMAN, 2013) dos pais. Esta perspectiva é gestada entre os séculos 18 e 19 e chega a seu ápice na contemporaneidade. No mais, além do conceito de moratória social – que, em outras palavras, Chauí (2006) irá identificar como um gatilho utilizado pela mídia para tentar influenciar na composição da subjetividade de seus públicos –, há o de moratória vital.

Trata-se da possibilidade de a juventude contar não só com a permissão social para postergar a entrada na vida adulta, desde que tenha capital financeiro para tal (MARGULIS, et al. 2008), mas detém também a energia necessária para possibilitar os excessos. Neste sentido, os jovens e adultos jovens de classes sociais elevadas se diferenciam sobremaneira dos jovens de classe baixa: detém mais tempo para a escolaridade e, assim, postergam a entrada definitiva no mercado de trabalho e na adesão de contratos de médio e longo prazo (como o casamento), além de terem tempo para “exercitar” a moratória vital, seja através do excessivo cuidado com o corpo (BIRMAN, 2013), seja através da exploração do mundo a partir da lógica do turista (BAUMAN, 2011), que tem tempo, dinheiro e disposição para optar pela mobilidade – em detrimento da fixação num lugar, ou num relacionamento –, marcado portanto por contatos superficiais.

Margulis et al. (2008) defende que os jovens de camadas sociais menos privilegiadas carecem de recursos financeiros e tempo para conseguir permanecer por muito tempo na moratória social. Ora, isso ocorre porque estes jovens logo têm que inserir-se na dinâmica do trabalho – seja para ajudar na renda familiar, seja para custear as próprias despesas – e, de quebra, também acabam se casando mais cedo. Desse modo, são forçados a entrar mais cedo no universo da vida adulta. A moratória vital, no entanto, confere aos jovens de qualquer classe social a sensação de estar imune às intempéries da impermanência da vida, já que tais jovens, em perspectiva histórica, se veem muito distantes da velhice e mesmo da morte. A ênfase, no entanto, é dada mais à moratória social, diferencial em relação às classes e, de fato, fator gerador de consumo (BAUMAN, 2011). Afinal, para se viajar, modelar o corpo ou usufruir de tempo, na contemporaneidade, se requer um aporte financeiro minimamente adequado.

A noção de juventude, então, está calcada, sobretudo, neste ideal de jovem desprovido de responsabilidades, com tempo suficiente para uma série de práticas ligadas à mobilidade (como viagens, esportes e o cuidado com o corpo como um todo, já que este permite a maleabilidade adequada para se obter o movimento ideal, tornando-se também objeto de desejo).

É importante ressaltar, também, que a noção de juventude varia quando se aplica o recorte de gênero. Aos jovens do sexo masculino parece haver maior permissividade quanto à moratória social, o que é vedado em maior prazo às garotas e que pode justificar, em alguma medida, a exaltação do modo de vida pueril (de Puer Aeternus) para os homens, que são elogiados socialmente – e nas representações da mídia – por manterem-se alinhados a um ideal de juventude (VON-FRANZ, 1992).

Este conjunto de informações acerca da juventude acaba por configurar numa retórica de hipervalorização da mesma. Desta forma, para reafirmar a juventude também é preciso trabalhar o corpo para prolongar tal juventude e retardar o envelhecimento (BIRMAN, 2013), tal como ocorre nas narrativas cinematográficas dos heróis de Hollywood. Como corolário, ao jovem lhe é garantida a possibilidade de participar da festa do consumo (BAUMAN, 2007), desde que este tenha as condições financeiras mínimas para tal. De modo geral, no entanto e como baliza Bourdieu (1983), sempre que se falar em juventude é necessário relacioná-la a uma série de fatores e, na perspectiva de investigação científica, perceber que há uma profusão de representações desta parcela da sociedade que variam de região para região (dentro do mesmo país), e de país para país.

4.1 A (re)construção identitária juvenil

Conforme elucidado anteriormente, a noção de juventude não é algo que se possa dar por fechada. Ao contrário, é fruto de uma série de interações que envolvem expectativas de um dado tempo histórico, além de se inscrever como resultado de forças políticas que operam para balizar discursos (HARA, 2007). Neste sentido, a mídia tem muita influência na construção destas narrativas que Hall (2014) chama de identidades, porque influencia na memória individual e coletiva, também afeta a sensibilidade do ser humano, a partir do seu inconsciente (PELBART, 2000). Dada esta preliminar, fica a questão: afinal, o que são identidades?

Antes disso, no entanto, é importante definir um conceito acerca da categoria de “sujeito”, termo usado em larga escala na psicologia, filosofia e sociologia. Para Roudinesco (1999), trata-se de alguém que é concomitantemente observador dos outros e observado por eles, que percebe sua dimensão histórica e é ciente da possibilidade de atuação no mundo. Dado este conceito, volta-se para a questão da identidade. Em Bauman (2005a) se refere a um constructo de origem moderna, balizado inicialmente por instituições mediadoras de conflitos (estado, igreja, família) para delinear as funções individuais dos sujeitos no sentido de lhes oferecer um conjunto de informações básicas sobre procedimentos, rotinas, etiqueta, modos de agir e até de atuar socialmente. Para Giddens (2002), as identidades surgem como uma consequência da reflexividade meticulosa que os sujeitos passaram a fazer sobre si próprios, a partir do advento da ciência e da fragilização e depois derrocada da teologia. Essa reflexibilidade – que é o ato de pensar sobre si próprio a partir de um conjunto de critérios que é renovado constantemente, pelo conhecimento e pelas tecnologias de comunicação – passa de um ritmo razoavelmente lento, no início da modernidade, para um fluxo cada vez mais intenso. É mister ressaltar que, sob este segundo ponto de vista, não haveria uma pós-modernidade, mas uma modernidade tardia, cujos modos de atuação são marcados não pela negação da modernidade, para pela aceleração de seus processos.

De qualquer forma, em ambos os casos, há um deslocamento do sujeito, que a princípio foi construído a partir de convenções sociais e/ou institucionais (BAUMAN, 2005a) marcadas por um excesso de segurança e pouco espaço para as liberdades individuais, e agora esse sujeito passa a individualizar-se e, assim, ser responsável por suas próprias escolhas e modo de apresentar-se ao mundo, recebendo o ônus por trás da liberdade, que gera um mal-estar e um medo (KARNAL, 2015), já que o preço a ser pago pelas escolhas mal feitas não recai mais sobre os grupos, e sim sobre o indivíduo.

De outro lado, por se caracterizar como uma ordem pós-tradição, a modernidade clama por identidades móveis e fluídas (GIDDENS, 2002),

onde o “eu” é fruto de um projeto reflexivo diante de um mundo de possibilidades de atuação. Neste contexto, o planejamento acerca da própria vida ocupa lugar central na dimensão do sujeito, reforçando o rápido processo de subjetivação dos sujeitos, que passam a buscar insistentemente por uma autorrealização como estilo de vida. Touraine (1994) também abordou este tema, ao constatar que o mundo moderno é marcado pela exaltação de um sujeito livre, responsável por sua vida, ciente – a seu modo – de que exerce o controle sobre suas próprias escolhas e comportamentos. Responsável, portanto, por sua própria história de vida.

Giddens (2002), assim como Bauman (2005a), ressalta o imperativo de que, na contemporaneidade, para construir sua própria identidade, o indivíduo é impelido a realizar escolhas contínuas, escolhas estas que não são fixas e, continuamente, passam por revisão. O sentido de identidade, portanto, é atravessado pela capacidade de se construir uma narrativa a partir deste fluxo de escolhas. É aí que surge a sensação de ansiedade e inquietude que marcam sobretudo os jovens, pois estes não conseguem estabelecer práticas e rotinas já que, muito em breve, terá que abandoná-las para reinventá-las. Há, portanto, uma alteração da natureza da vida cotidiana dos sujeitos modernos. Como isso se dá? Sob a forma de adoecimento, já que estudos recentes² apontam para um aumento exponencial de casos de ansiedade entre jovens, que já representam mais da metade dos números. Além disso, os distúrbios vêm associados por uso excessivo de álcool e a eclosão de uma série de transtornos mentais, como depressão, ideação suicida e dismorfia corporal – insatisfação com a própria imagem.

Sobre o mesmo tema Hall (2014) diz que, na transição entre o moderno e o moderno tardio ou pós-moderno, as identidades passam por fortes transformações, notadamente navegando de um centramento e certo grau de individualismo, no Iluminismo, para uma flexibilidade que gera crise e descentramento radical, na modernidade tardia. Ora, há, portanto, uma linearidade que começa no século XVI com a opção coletiva pela

² Dados sobre a saúde mental de 75 mil adolescentes, compilados a partir do Estudo de Riscos Cardiovasculares em Adolescentes (ERICA), de âmbito nacional, realizado em escolas. Fonte: Centro de Pesquisa Sesc/SP.

razão e que se estende até que a dimensão sociológica do sujeito ecloda de modo agudo, no século XX. Se o sujeito iluminista era tendencioso à individualidade, ele chega ao século passado com uma espécie de dívida com o coletivo, já que depende em muito deste para que consiga se inserir socialmente num mundo altamente complexo. Como efeito colateral, o sujeito perde a independência e se dilui num suposta aura de segurança minimamente oferecida pelas instituições mediadoras. Só mais à frente, nos anos 1980, quando o princípio das liberdades individuais vira o mantra neo-liberal capitaneado por Estados Unidos da América e Inglaterra (PAULANI, 1999), o sujeito abandona o percurso racional e sociológico e adere a uma identidade fluída³, elegendo também a ciência e sua impessoalidade (FREIRE COSTA, 2013) como portadora dos discursos de autoridade. Isso ocorre, em grande medida, porque o sujeito passa a ser encarado como um projeto em constante construção (na mesma dinâmica da própria ciência) e, por outro lado, este mesmo sujeito precisa da chancela de terceiros para que se realize. A crise se instala justamente porque, ao se clamar pelo princípio da autorrealização como alternativa viável para o sujeito da modernidade tardia, este conceito esbarra na limitação de que, colocado em perspectiva, em sùmula, depende do olhar do outro para que seus atributos sejam chancelados. As aproximações interpessoais, então, dadas estas circunstâncias, devem ser nutridas apenas na medida em que o outro reafirme (BAUMAN, 2005a) um conjunto de valores previamente acordados, o que acaba por gerar nichos sociais que se transformam em bolhas políticas unificadas. Ou seja, por exemplo, quem é politicamente alinhado à esquerda passa a dialogar apenas com quem pensa desta forma; quem é adepto de atividade física e musculação interage essencialmente com este mesmo público, e assim sucessivamente. A princípio, parece não haver problemas nesta lógica, mas para Freire Costa (2013) esta é uma conclusão aparente, já que os relacionamentos tendem a se dar de modo superficial, tendo em vista que, nas trocas interpessoais, passa-se a buscar

³ Em Hall (2014), identidade que se reconstrói constantemente, a partir do princípio da autocrítica; em Bauman (2005), identidade fruto da Modernidade Líquida, cuja tônica é a negação de projetos de longo prazo.

sempre a aprovação, descartando-se, portanto, qualquer possibilidade de distensão e/ou oposição.

No mais, Hall (2014) defende que o processo de transformação é inerente à formação das identidades. Tais identidades não teriam nada de naturais ou neutras. Neste sentido, é preciso repensar a identidade inscrevendo-a no campo da mobilidade e em processo, numa relação dialética e de retroalimentação com a sociedade e a cultura. Sobre isso, Freire Costa (2013) alerta apenas para o fato de que não se pode trocar de identidades como se troca de camisas, ou apenas reduzi-la a uma relação de causa e efeito (identidade como fruto exclusivo da cultura, por exemplo). Neste sentido, o autor aceita a possibilidade do princípio da mudança, desde que este seja contingenciado pelo tempo (mudanças identitárias requerem razoável tempo, para que ocorram) e, também, por dinâmicas operadas a partir do próprio psiquismo dos sujeitos (a noção de que os sujeitos são impactados por forças inconscientes, por exemplo), além da influência exercida pela cultura.

A mídia, neste contexto, entraria como catalisadora de perspectivas identitárias, ou seja, ela tenta materializar os sentidos construídos socialmente (GREGOLIN, 2007) através de recursos discursivos e, mais do que isso, produz, controla e dissemina narrativas cujo objetivo é agenciar a vida cotidiana, já que, como defende Deleuze (1992), todo enunciado contém uma intenção e delimita um olhar sobre o mundo, clamando por uma suposta unidade de sentido. Sobre este tema, o capítulo à frente irá se aprofundar com mais propriedade.

A comunicação como instrumento formador de subjetividades

De acordo com Okuma (1996) é cada vez mais crescente o número de pessoas que adere a programas de atividades físicas em academias de musculação. Em Marinho; Guglielmo (1997) isso ocorre por fatores que vão da busca por uma estética corporal diferente, passando por questões de saúde – correção de problemas físicos, diminuição ou aumento de peso, controle de pressão arterial, por exemplo – até a redução de estresse. Mas, afinal de contas, o que motiva jovens, adultos jovens e, mais recentemente, idosos, a frequentarem tais espaços, levando-se em conta que três décadas atrás não havia esta demanda, ao menos de modo tão exarcebado? (FREIRE COSTA, 2004). De acordo com Tahara; Schwartz; Silva (2003) isso ocorre, sobretudo, porque nas últimas décadas a mídia vem reproduzindo sistematicamente padrões estético-corporais e é fonte influenciadora da adesão dos novos adeptos das práticas físicas corriqueiras.

Para Castro (2001), nas sociedades modernas o culto ao corpo está invariavelmente ligado à associação da beleza como valor civilizatório, por um lado, e aos efeitos do capitalismo tardio sobre o psiquismo dos sujeitos, por outro lado. Sobre o segundo aspecto, a mídia teria encampado o discurso que apela para o hedonismo e o narcisismo como características geradoras de insatisfação, e que levam as pessoas a consumirem como um modo de posicionar-se e resignificar-se no mundo. O corpo, neste sentido, entraria como um produto simbólico a ser consumido. Mas para que se chegasse a este momento histórico foi necessário que a propaganda e os higienistas, a partir do Pós-Guerra, difundissem os novos signos estéticos

– que Goldhill (2007) não vê nada de novo. Ora, com o liberalismo transitando da dinâmica da produção para o imperativo do consumo (FREIRE COSTA, 2004), é necessário produzir necessidades, por um lado, e modelos a serem imitados, de outro lado. Campbell (2005) já havia pesquisado exaustivamente, no século XX, a inclinação individual e coletiva para a busca e replicação de padrões universais.

Neste sentido, Morin (2005) argumenta que a mídia desenvolve e se utiliza de modelos paradoxais, pois se assemelham incontestemente ao público em geral, no que há de mais comum em suas vidas, mas que ao mesmo tempo levam um padrão de vida inatingíveis (pelo menos não de forma peregrina). São os “olimpianos”, ou novos olímpicos, celebridades midiáticas transformadas em sobre-humanos, quase míticos, que têm suas vidas privadas escrutinadas no que há de mais superficial e fantasioso. Esta dinâmica geraria no espectador, ou no indivíduo que interage em rede eletrônica, a ideia de aproximação e de identificação. Surge então a projeção do espectador, que constantemente vê-se representado – e convidado a viver – pelo estilo de vida do olímpico.

Neste contexto, de acordo com Carvalho (2009), a mídia exerce influência direta porque a mesma não está desprovida de intenções. Para tanto, o autor se utiliza da Teoria do Enquadramento ao defender que, por optar deliberadamente por alguma ênfase noticiosa – como no caso de um ideal de corpo exposto exaustivamente no programa televisivo brasileiro “Malhação” – o público juvenil é instado a acionar o desejo de concretizar práticas até então apenas virtualizadas (formas de relacionamentos, tonificação muscular, modos de linguagem). Isso ocorreria porque a disseminação repetitiva de dado conteúdo aciona fruidores interpretativos que levam o espectador a se identificar com as práticas universais veiculadas pela mídia. Desta forma, a mídia em geral e o jornalismo em particular não apenas reproduzem modos sociais de ser, eles participariam ativamente da construção social da realidade.

A partir do olhar de Foucault (1987) e Deleuze (1992), no entanto, a mídia não é a única responsável pela construção das subjetividades e

identidades. No entanto, ela exerce papel preponderante neste processo, já que é fonte inesgotável de modelos que acabam por influenciar a história, quando colocada em perspectiva. Sair dos extremos, ou seja, da ideia de que a mídia é a única responsável pela forma como novos padrões comportamentais eclodem, ou de que a mídia apenas reproduz os modos de vida que surgem do ceio da sociedade, indica ser uma tarefa emergente. Como lembra Morin (2003) parte dos intelectuais ainda usa um discurso dicotômico ou polarizador quando o assunto é a influência da mídia sobre as maneiras de agir da população, como se esta criasse um *modus operandi* que acaba por culminar compulsoriamente na alienação e na padronização da vida cotidiana. A mídia, assim, dialoga constantemente com o imaginário de seu público e, em muitos casos, por ele é influenciado, numa relação dialética onde dominado e dominador – no campo ideológico – se confundem. Sobre o tema, a partir do olhar de Birman (2013), apenas ao se ouvir os sujeitos é possível entender de que modo um determinado grupo é impactado pela mídia.

5.1 Os modelos hegemônicos que balizam o consumo

Há uma contenda para delinear em que medida a mídia opera como uma geradora de demandas individuais e coletivas, fonte de novos comportamentos, de imaginação e de desejos. De acordo com Barreto Gomes (2001) não se pode desvincular a comunicação profissional, em suas diferentes plataformas e, sobretudo, a comunicação de massa – levando-se em conta, ainda, a forte influência da TV, em que pese sua migração para a web, sob demanda, como atesta as tendências da Kantar Ibope Media (empresa líder no mercado de pesquisa de mídia na América Latina), de 2015. Neste sentido, o consumo ocupa o lugar central das novas formas de subjetivação operadas sob a influência da mídia, já que os produtos culturais e midiáticos ofertados se apresentam como um *ethos* (KINCHELOE, 1997), ele mesmo portador de sentido e delineador de identidades, já que

opera no que há de mais volitivo na condição humana, a vontade e o desejo perene (SCHOPENHAUER, 2001).

Neste sentido, como já explicitado anteriormente, o sujeito político é rapidamente substituído pelo sujeito de consumo (STEINBERG, 1997), cujo cotidiano é alimentado por imagens, produtos e discursos atravessados por um estilo de vida que está sempre a ser construído, e que é propositadamente inacabado (KINCHELOE, 1997) pois, do contrário, não seria alimentada a dinâmica do consumo. Desta forma, a troca econômica passa a ser apenas uma das possibilidades de consumo. Ela é a versão concreta, imanente, de uma relação que, no consumo contemporâneo, se estende dos produtos para os conceitos, mesmo que parte dos consumidores não se dê conta disso (WILLIS, 1997). E a mídia se apresenta, então, como provedora de informações visuais que gera tendência e chancela narrativas. Isso ocorre porque antes mesmo de se consumir um produto, serviço ou conceito, o sujeito é exposto ao consumo visual, que opera como catalisador das demandas futuras.

Este contexto midiático de interposição da vida pelo consumo (BARRETO GOMES, 2001) teria acabado por confirmar as teses da Escola Crítica em Adorno (1975), para quem estaríamos diante de um iminente esvaziamento simbólico a partir da produção e comercialização em série de objetos, serviços e conceitos. Neste sentido, um modo de vida é um conceito que se materializa a partir das inscrições que são feitas e perpassadas no cotidiano do indivíduo. No caso de um ideal de corpo, tal dinâmica se explicita quando o objeto de desejo de mudança – o corpo mesmo – é moldado, transformado, padronizado e apresentado dentro dos padrões estéticos vigentes, a saber, o modelo malhado que é apresentado em boa parte dos programas televisivos, na propaganda e nas produções cinematográficas. Neste sentido, tais mudanças – no corpo –, caso não sejam seguidas de uma análise acerca de sua própria razão de ser, para além da questão estética, teriam fins meramente utilitários (MEIRA, 1999) e, logo, assim como qualquer outro artefato serializado, torna-se um objeto. Ocorreria a objetivação do corpo a partir dos imperativos da comunicação,

notadamente a partir da publicidade, que se utiliza da repetição como mecanismo de assimilação de um significado (HOFF, 2004). Mas não se pode acusar apenas a publicidade de exercer tal prática. Como já explicitado anteriormente, todo o processo comunicacional de modo organizado contém uma intenção e é moldado a partir de uma perspectiva de poder (DELEUZE, 1992). Ou seja, mesmo a matéria jornalística que se apresenta como isenta, por supostamente ouvir todas as partes/vozes, é carregada da subjetividade de quem a escreveu, permeada pelos interesses empresariais do grupo que veicula tal matéria e, porque não, depositária das expectativas do público a que se destina.

Para Rolnik (1989), o risco de se aderir a narrativas totalizadoras, no sentido de se buscar padrões estéticos gerais, é a sociedade acabar por succumbir à falta de intensidade e de busca de significação para o que se produz e para o que se consome. No campo simbólico, transferir esta dinâmica para as relações humanas seria, em caso extremo, transformar em inumanos (BAUMAN, 2005b) quem não adere ou se adapta a tais padrões. Já a ausência de significado para a questão estética acabaria por imprimir o sentido na própria aparência das coisas, culminando toda análise a um reducionismo e materialismo, o que em médio prazo acaba por dessensibilizar os indivíduos, que têm suas perspectivas de vida e modos de sentir impactados diminuídos diante da dinâmica do consumo, já que se está na supremacia do objeto diante de uma ausência do sujeito (BAUDRILLARD, 1997), uma vez que a própria forma das coisas (objetos, moda, ideais estéticos) gera uma aparência sedutora que convida a todos a compor o percurso da saída da inexistência, ou seja, a mídia convida o público a apagar a sua realidade convencional e aderir a modos de vida idealizados que operam apenas no campo da aparência, sob forte volatilidade e capacidade de mudança. Neste sentido, para que o indivíduo sobreviva ao pesadelo do apagamento diante dos olhos do outro, ele passa a consumir aquilo que é chancelado pelo outro e, ao mesmo tempo, se coloca no mundo como alguém que, também, se permite ser referendado por terceiro. Não sem antes simular sua realidade, afinal se o indivíduo publicizar sua vida tal

qual ela é, corre o risco de ser ignorado. Esta análise é corroborada pela crítica de Bauman (2005b), que vê as relações sociais a partir de redes sociais eletrônicas como o advento da simulação de modos de vida e, portanto, de modos de relacionar-se, tornando as trocas humanas mais superficiais e menos tolerantes às diferenças.

De acordo com Goidanich (2002), com o advento da globalização a mídia ocupa lugar central na mudança do lócus dos deveres gerais, por parte da sociedade. Isso teria ocorrido porque, como já explicitado anteriormente, o sentido de cidadania vem sendo substituído pelas práticas de consumo, numa transferência de direitos da esfera pública para o âmbito do privado. Neste contexto, como pontuou Hall (2014), surge um conflito de ordem subjetiva nos indivíduos contemporâneos, que se veem impelidos a tomar decisões locais, dentro de um panorama onde o que impera são modelos globais. Assim, as formas de pertencimento são redesenhadas. Enfraquecem-se ou esfacelam-se as configurações meramente familiares ou territoriais e se fortalecem as formas de identificação a partir de modelos múltiplos, transnacionais, baseados no consumo, na aquisição de bens, no autogerenciamento da vida e no cuidado com o corpo. A mídia hegemônica - aquela que representa grandes conglomerados de comunicação -, neste sentido, contribui para que as decisões das populações ocorram (GOIDANICH, 2002 apud CANCLINI, 1999) a partir de modelos gerados por uma elite tecnológico-econômica que dá o tom dos gostos e sentidos de pertencimento, onde compulsoriamente os indivíduos que não entram na esfera do consumo são levados a um regime de exclusão.

Inserido neste contexto, o indivíduo consumidor passa a confiar mais no domínio do consumo - como possibilidade de pertencimento - do que no exercício da cidadania que operava até a modernidade (GIDDENS, 2002). Isso ocorre porque aparentemente é possível exercer liberdade sobre o consumo, o que acaba por criar uma sensação de que as pessoas têm controle absoluto sobre suas decisões, vontades e satisfações. No entanto, é inoportuno chegar a tal conclusão, sobretudo ao se considerar que os

indivíduos são atravessados, desde muito cedo, por formas sutis de dominação que vão de estilos linguísticos a modos de agir (FOUCAULT, 1999).

É neste cenário que Goidanich (2002) destaca a proeminência da mídia, já que ela teria ocupado o papel da política - esta predominantemente abstrata - como ordenadora de discursos e narrativas que imprimem sentido à vida. Isso ocorre, sobretudo, quando a mídia clama o papel de baluarte da educação e da disseminação de valores. Estes valores, obviamente, são construídos e sustentados a partir da lógica técnico-científica, onde os sacerdotes da contemporaneidade - os cientistas, como diria Foucault e Deleuze - cancelam práticas e estimulam modos de agir. Não por menos houve o surgimento, na última década, de programas televisivos de qualidade de vida, como o Bem Estar, da TV Globo, por exemplo.

Deste modo, os jovens contemporâneos são depositários de uma maneira de pensar pautada nas informações legitimadas não mais pelas ruas, cujo ápice foi o maio de 1968 em Paris, mas por modos de saber produzidos e chancelados pela mídia, cujas informações circulam por suportes diversos, notadamente numa era de informações que são disseminadas por dispositivos móveis (smartphones e tablets, por exemplo) e em rápido processo de mudança. E daí surge uma questão e um problema: a mídia, de fato, assume este papel de centralidade de autoridade, num cenário onde eclodem notícias falsas (fake news)? Isso se agrava nas sociedades democráticas que são erigidas a partir de grandes teses consensuais. Para que isso ocorra, é necessário produzir e disseminar opinião (CHOMSKY, 1997), o que acaba por fazer surgir a atual crise de curadoria (CORTELLA; DIMENSTEIN, 2015), onde a própria mídia volta a ser apontada como fonte confiável, diante de um cenário de múltiplos compartilhamentos de informações, a partir de sites diversos. Este tema é muito amplo e, portanto, serve de base para outros estudos. No mais, o que os autores expostos concordam, notadamente Cortella; Dimenstein (2015) e Chomsky (1997) é que a mídia, nas sociedades liberais, assume o lugar de produtora de opinião, alimentando os suportes de informações com fatos

que apontam para tendências, cujas consequências, em parte, serão analisadas mais à frente.

5.2 Academias de musculação e relações de consumo

Discorrer sobre as atuais academias de musculação sem, antes, se aprofundar um pouco mais nas origens que vêm da Grécia Clássica é negligenciar o processo histórico (muito embora esta pesquisa já tenha abordado brevemente o assunto, em capítulo anterior). Neste contexto, para Melo (1997), não se pode falar em atividades físicas e cuidado com o corpo sem citar o imbricado envolvimento destas práticas com o advento da filosofia helênica.

Como os antigos ginásios eram propriedades do estado, o cuidado com o corpo dos atletas era uma questão de ordem pública, assim como o desenvolvimento intelectual de uma elite ateniense envolvia interesses e estratégias políticas. Os próprios Jogos Olímpicos são herdeiros deste modo de vida (BITTENCOURT, 1984), que alia alta performance física com aperfeiçoamento educacional, dois dos atributos buscados pelo cidadão grego na tentativa de se posicionar como um povo forte e superior. Com isso, teria sido Milon de Crotona o primeiro atleta grego a tornar-se ícone da musculação, já que venceu seis vezes os Jogos Olímpicos e, ao treinar com bezerros nas costas, enquanto estes cresciam, em igual medida aumentava a musculatura de Milon, que ganhava mais força e energia, o que se passou a associar a hipertrofia com o uso crescente de práticas físicas com peso.

De acordo com Ramos (1982) o levantamento de peso foi visto como algo rotineiro, na cidade de Olímpia, a partir da descoberta de pedras com peso superior a 140 Kg em local próprio para levantamento e inscrições que indicavam tal prática. Além disso, os próprios ginásios (alguns cobertos) eram equipados com pista de corrida, locais para lutas, saltos e arremessos, além de todo um aparato para receber visitantes e propiciar discussões filosóficas.

Este modo de vida é suplantado com a Idade Média e só volta a ser resgatado no século XIX, no que Foucault (1987) identifica como um movimento sistemático dos estados modernos em preparar as mulheres para os serviços domésticos e linhas de produção, e os homens para o trabalho, numa perspectiva higienista (CASTELLANI, 1994) que, por vezes, acabou resultando em eugenia, cujo ápice foram as duas grandes guerras do século XX. Têm-se a retomada do corpo robusto e saudável como uma política de estado e, então, a prática de atividades físicas é inserida nas escolas para forjar um indivíduo para a esfera do trabalho, num conjunto de práticas que vai além da mera recreação. Bittencourt (1984) destaca que, neste íterim, o uso de práticas corporais como entretenimento e lazer foi mantido pelas atrações de circos, com seus homens fortes, musculosos. Tais exibições, em alguma medida, teriam contribuído para tornar pública a musculação, ainda fortemente alvo de pré-conceitos, já que a sociedade industrializada aceitava a ginástica como aliada na formação do corpo para o trabalho, mas via na musculação a supressão do desenvolvimento da razão (pelo tempo que se utilizava para obter os resultados), até então alvo incontestemente a ser alcançado.

Segundo Bittencourt (2011), só na primeira metade do século XX, especificamente em 1939, a atividade dá um salto. Isto porque houve a regulamentação do fisiculturismo – práticas de exercícios de resistência progressiva, cujo objetivo é controlar e desenvolver a musculatura do corpo – a partir da American Athletic Union, mesmo ano em que foi instituído o Mr. América, cujas características físicas já tinham que contemplar a hipertrofia. Desde então a prática só aumentou e se popularizou, chegando ao ápice nos anos 80, quando foi instituído o Mister e Miss Olympia, tendo o austro-americano Arnold Schwarzenegger sido consagrado como campeão sete vezes e, em paralelo, construído uma carreira no cinema, já por influência de seu porte físico. Ainda assim, apesar da crescente popularização, para Oliveira (2011) a musculação só é democratizada – no sentido de formatar uma educação física para além das escolas, a partir do surgimento das academias comerciais de musculação – no final dos anos

80 e início dos anos 90. Há, portanto, o reconhecimento da musculação como um importante nicho de mercado a ser explorado, e da própria educação física – pelo bacharelado – com uma área profissional em ascensão.

Desta forma, a atividade física como um todo e a musculação em particular passam a ser regidas sobre o prisma da relação de consumo (com um mercado que viria crescer exponencialmente), como justificativa de higienização (produção de saúde) e, por fim, abraçado pela ciência, já que esta área dialoga com as perspectivas transhumanistas e pesquisas de ponta (SANDEL, 2013). Tudo isso chancelado pelos discursos midiáticos calcados em ideais de bem-estar, beleza e pertencimento.

O cuidado com o corpo masculino ganha a vida cotidiana

Para analisar o papel da mídia na construção do ideal de corpo masculino em jovens frequentadores de academias de musculação, além de mensurar o papel desta na formação de corporalidades masculinas juvenis, foram feitas duas chamadas públicas convidando os usuários das academias previamente escolhidas e, para manter o sigilo em torno dos estabelecimentos, tais locais passam a ser tratados como Academia A e Academia B. Deste modo, os GFs também são nomeados a partir desta mesma lógica – GF 1 e GF 2.

O pesquisador contou com o auxílio de três acadêmicos do curso de Educação Física do Centro Universitário Luterano de Palmas (Ceulp/ULbra), que o auxiliaram a observar os participantes dos Grupos Focais, bem como fizeram anotações e gravaram os áudios, para posterior decupação e compilação dos dados. Para a Academia A conseguiu-se a adesão de 13 homens jovens, entre 18 e 30 anos. Já em relação à Academia B, participaram oito homens jovens, na mesma faixa etária.

A aplicação do GF na Academia A ocorreu no dia 29 de março de 2018, no período matutino, e durou 2h03 (Duas horas e três minutos). O GF da Academia B ocorreu no dia 14 de abril de 2018, também no período matutino, e durou 1h25 (Uma hora e vinte e cinco minutos). Acredita-se que a diferença de aproximadamente 40 minutos a mais de uma academia (A) em relação à outra (B) se deu pela quantidade de participantes da primeira que, logo, acabou por gerar mais interações e, assim, demorou um pouco mais para se chegar às questões consensuais. Por uma questão de ordem lógica, serão apresentados primeiramente os resultados da Academia A, seguida da Academia B, na segunda metade deste capítulo.

O pesquisador lançou mão, antes da execução dos GFs, de um questionário respondido individualmente. Este serviu como instrumento para aferir o perfil geral e socioeconômico dos participantes, e se apresenta como a estrutura mínima necessária para a obtenção de informações que, cruzadas com as narrativas decorrentes dos GFs, municiaram o pesquisador de um panorama amplo sobre os temas propostos. O questionário desta pesquisa (APÊNDICE B), que resultou na compilação deste perfil dos participantes, foi fruto das contribuições deixadas por Gonçalves (2005) e Ribeiro (2008), para quem se trata de um instrumento basilar para o encaminhamento das etapas seguintes da investigação.

Dito isto, no que se refere a faixa etária dos 13 integrantes do Grupo Focal A, três contavam com 20 anos, um com 22 anos, seis com 25 anos, um com 26 anos, um com 27 anos, e um com 30 anos.

Perguntados sobre o pertencimento religioso, 39% (cinco integrantes) dos participantes do GF 1 identificaram-se como católicos, 38% eram evangélicos (cinco integrantes) e 23% se declarou sem religião (três homens jovens).

Já em relação à Renda Média Familiar, 46% dos participantes (seis pessoas) se declarou pertencer a famílias com Renda Alta, 46% (cinco pessoas) declarou se enquadrar na Renda Média e 15% (duas pessoas) se disse de Baixa Renda. Por Renda Alta, Média e Baixa, esta pesquisa se baseou na faixa salarial média das famílias brasileiras, a partir do conceito de pirâmide de renda, de acordo com os dados apresentados pelo Instituto DataFolha em novembro de 2013 (CARNEIRO, 2018), para quem a renda baixa familiar ganha até R\$ 1.356,00 (Um mil, trezentos e cinquenta e seis reais), a renda média varia de R\$ 1.356,00 (Um mil, trezentos e cinquenta e seis reais) a R\$ 3.390,00 (Três mil, trezentos e noventa reais) e a renda alta está acima de R\$ 3.390,00 mensais.

Em relação ao tempo que cada participante do GF frequenta a academia, os dados apontam que três (23%) frequentam período igual ou inferior a um ano; quatro deles frequentam de um a cinco anos (31%), três

(23%) deles disseram que frequentam de cinco a dez anos e, por fim, três (23%) responderam que frequentavam a mais de 10 anos.

Levando-se em conta o fator Escolaridade, o levantamento apontou que sete (54%) integrantes do GF 1 têm nível superior incompleto, seguido de quatro (31%) com nível superior completo e, por fim, dois (15%) homens com pós-graduação. Nenhum dos participantes sinalizou estar no Ensino Médio.

Quando perguntados sobre o Estado Civil, 62% dos participantes (oito homens) informaram que são solteiros, seguidos de 23% que disseram ser casados ou com união estável (três homens) e, por fim, 15% são divorciados ou separados (dois homens). Nenhum deles informou ser viúvo.

Já em relação à quantidade de filhos, nove disseram não ter filhos, seguidos de dois que informaram ter um filho, um participante informou ter dois filhos e um participante também disse ter três ou mais filhos.

Dando prosseguimento à apresentação dos resultados, apresenta-se os dados do perfil socioeconômico da Academia B e do Grupo Focal 2. No que se refere à faixa etária, dos oito integrantes do Grupo Focal 2, um contava com 20 anos, três com 23 anos, um com 25 anos, dois com 28 anos, e um com 30 anos. Destes, três eram Católicos, um era evangélicos e quatro homens se declararam sem religião. Em relação à Renda Média Familiar, 50% dos participantes (quatro participantes) declarou pertencer a famílias com Renda Alta, 38% (três participantes) disse pertencer a Renda Média e 12% (uma pessoa), por fim, disse se enquadrar na Renda Familiar Baixa. E, novamente para reforçar, por Renda Alta, Média e Baixa, esta pesquisa se baseou na faixa salarial média das famílias, a partir do conceito de pirâmide de renda, de acordo com os dados apresentados pelo Instituto DataFolha em novembro de 2013 (CARNEIRO, 2018).

Em relação ao período que cada participante do GF 2 se utiliza dos serviços de academia de musculação, os dados apontam que um frequenta um período igual ou inferior a 1 ano; cinco deles frequentam de um a cinco

anos, um deles disse que frequenta de cinco a dez anos e, por fim, um respondeu que frequentava há mais de 10 anos.

Levando-se em conta o fator Escolaridade, o levantamento apontou que quatro integrantes do GF têm nível superior incompleto, seguido de três com nível superior completo e, por fim, um homem com pós-graduação. Nenhum dos participantes sinalizou estar no Ensino Médio.

Quando perguntados sobre o Estado Civil, cinco participantes informaram que são solteiros, dois disseram ser casados ou com união estável (dois homens) e, por fim, um deles informou ser divorciado. Nenhum deles informou ser viúvo.

Já em relação à quantidade de filhos, seis disseram não ter filhos, seguidos de um que informaram ter um filho, e um participante informou ter dois filhos e nenhum dos integrantes disse ter três ou mais filhos.

Optou-se por dividir a análise na seguinte ordem: em primeiro momento foram apresentadas as questões consensuais e, no segundo momento, os aspectos eclodidos a partir dos Temas Geradores. De modo geral, as questões giraram em torno dos motivos que levaram os participantes a aderirem a programas de musculação, além da influência da família, celebridades e amigos, bem como a relação desta dinâmica com discursos da saúde e a participação da mídia como eventual disparadora de interesse no assunto. Também foi focado o uso de redes sociais virtuais como dispositivo de aproximação entre usuários de academias e pessoas/celebridades *fitness* que eventualmente inspiram para a prática de musculação.

Neste sentido, os Temas Geradores para os Grupos Focais objetivaram levantar temas de interesse comum e que serviram de objeto de discussão, para além de consensos ou contrariedades que por ventura surtissem no momento da pesquisa. Ao pesquisador, coube coordenar os Grupos Focais, bem como lançar as questões de modo e dirimir o monopólio da fala entre os participantes, além de solicitar esclarecimentos caso algum dos pontos não tenha ficado claro. A linguagem usada nos Temas

Geradores foi adequada ao grupo pesquisado, levando-se em conta o ambiente de pesquisa e faixa etária dos sujeitos pesquisados.

Passado o escrutínio com o perfil geral dos participantes, desenhou-se o quadro resultante das questões consensuais do GF 1, conforme a seguir, na Tabela 1. Estas respostas, como preconiza o *modus operandi* de Grupos Focais, é resultado de uma ponderação da interação dos participantes, que em maior ou menor grau mantiveram um olhar em comum em relação ao tópico apresentado pelo pesquisador.

Tabela 1 – Tabela das Questões Consensuais no Grupo Focal 1

QUESTÕES CONSENSUAIS	
O que levou vocês a malhar?	Questões estéticas, para atender anseios da sociedade.
Vocês fazem alguma dieta ou suplementação para ajudar no desempenho da musculação?	Uso constante de proteínas sintetizadas, Creatina e Termogênicos.
Quais os ganhos/benefícios ao se frequentar uma academia de musculação?	Melhora da autoestima, com grande mudança do porte físico.
Há produtos midiáticos – tais como novelas, filmes, editoriais em redes sociais e etc. – que servem de motivação para a prática de atividades físicas?	Maiores motivadores são os <i>digital influencers</i> no Instagram. As dicas de amigos, a partir de links para vídeos do Youtube, também têm grande peso. E os astros dos cinemas, com este monte de filmes sobre super-heróis.
Qual a influência da família sobre a sua frequência junto a uma academia de musculação?	A princípio desaprovou pela quantidade de tempo que passamos na academia; depois aceitou quando viu os resultados. Também mudaram a concepção ao perceber o discurso focado na saúde, em relação às atividades físicas.
Vocês conhecem alguém que lhes inspira a almejar um corpo como o dele?	O ator Arnold Schwarzenegger e os super-heróis da Marvel – produtora cinematográfica norte-americana.
Quais as mídias sociais (redes) mais comuns usadas por você?	Instagram.
Nas redes, qual o modelo de corpo masculino que inspira vocês?	Fernando Sardinha, Paulo Muzi – astros do mundo fitness... Eles conciliam família, trabalho. São profissionais que entendem do que estão falando, detém um discurso científico.
Vocês costumam compartilhar suas rotinas de academia nas redes sociais eletrônicas?	Não costumam compartilhar, muito embora há o reconhecimento de que a divulgação dos resultados melhora o <i>status</i> perante a sociedade.
Caso tenham rotina de compartilhamento de fotos nas redes, o que os motiva a compartilhar?	Não compartilham para evitar críticas desnecessárias. Dizem não querer ser acusados de narcisismo. Mas sabemos que a beleza ajuda a abrir muitas portas. Percebemos que as mulheres compartilham mais que os homens.
As pessoas com quem vocês convivem têm uma rotina de atividades físicas semelhantes as suas?	A dinâmica é parecida. Há uma preocupação geral, hoje em dia, com a saúde e a estética.
Vocês acreditam que um modelo de corpo apresentado pelos produtos midiáticos pode influenciar na decisão	Na verdade tudo começou com a mídia, que apresentou um modelo de corpo nos anos 90. Só que há

de buscar pelos serviços de musculação em academias?	muitas distorções, como a ideia de que é fácil se atingir um corpo ideal em pouco tempo.
Vocês se sentem melhor hoje, ao ter uma rotina de malhação, ou antes de malhar?	Se sentem melhor hoje. Além da questão física, melhorou muito a autoestima e a energia física.
Se a resposta da questão anterior for 'hoje', o que faz você sustentar esta ideia?	Os feedbacks que recebemos de amigos e das mulheres.
Pretende ampliar as suas práticas de malhação? Se sim, você se inspira em alguém em especial, conhecido ou celebridade?	Sim, é preciso alterar constantemente a rotina de malhação. São inspirados pelo ator Arnold Schwarzenegger, a partir de suas primeiras aparições no cinema, e hoje mais no fisiculturista Fernando Sardinha.
Na opinião de vocês, que impacto uma pessoa com um corpo malhado pode provocar nas pessoas próximas a ela?	Ao melhorar a forma como se veem, se sentem mais confiantes no trabalho e na vida social. Isso trás uma mudança enorme, de modo positivo, para a vida deles.
Já passaram por algum procedimento estético, como cirurgia plástica?	Não, até o momento não.
Vocês acreditam que veículos como rádio e TV influenciam mais que as redes sociais?	Não. As redes são mais diretas e relatam ter um contato quase que pessoal com as pessoas, os astros que nos inspiram. Muito embora saibam que a mídia – como rádio e TV – ainda faz muito a cabeça das pessoas.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2018)

É importante destacar que, muito provavelmente por terem um nível de escolaridade maior e renda predominantemente média e alta, os integrantes do GF1 – e, mais a frente, este padrão se repete no GF2 – apresentam um nível razoável de criticidade. O paradoxo, como será exposto nas discussões e considerações finais, está no fato de justamente não atribuírem a si próprios uma suposta influência da mídia, já que questionam-na de um lado, apontando a saúde como ponto de adesão à musculação, e logo em seguida reconhecem a importância de malhar para atender questões de ordem meramente estética.

Abaixo segue nova tabela referente ao GF 1, a partir da análise de conteúdo obtido com os resultados do grupo focal para explicar a relação dos termos apontados pelos participantes com os conceitos teóricos trabalhados na fundamentação teórica desta dissertação bem como as observações sobre as reações e emoções ao momento em que foram apontados durante a discussão. Como critério de escolha das palavras adotou-se a frequência em que elas apareceram na transcrição do grupo focal somadas com as observações dos auxiliares do pesquisador.

Durante a observação, eclodiu a referenciação dos principais temas levantados no procedimento, sendo que as palavras “estética” (doze citações), “redes sociais” (nove citações), “influência” (nove citações), “saúde” (oito citações), “sociedade” (oito citações), “status” (sete citações) e “super-heróis” (cinco citações) foram as mais repetidas.

A partir deste dispositivo, e baseado na AC de Bardin (2009), o pesquisador pode esmiuçar as narrativas emergentes nos GFs, se aproximando ao máximo de uma objetividade quanto ao conhecimento produzido pelos grupos.

Tabela 2 - Classificação por Palavra, Conceito e Reações/Emoções

PALAVRA	CONCEITO	REAÇÕES/EMOÇÕES
ESTÉTICA	Diz respeito a um padrão físico que se altera de tempos em tempos; no Ocidente faz referência ao estilo grego, com ênfase no tônus muscular, hipertrofia, e no conceito de simetria, levando-se em conta o estilo platônico de que há um padrão a priori para o Belo.	Integrantes da pesquisa se engajam mais, com alterações do tom de voz e posicionamentos que demonstram maior firmeza, como gesticular com os punhos fechados. Tal reação pode denotar uma performance decorrente da própria estética.
REDES SOCIAIS	Redes sociais configuram-se como espaços virtuais em que grupos de pessoas e/ou empresas mantêm relacionamentos a partir do uso de mensagens e compartilhamento de conteúdos comuns.	Grupo chega ao consenso sobre a maior proeminência das redes sociais virtuais em relação à mídia tradicional. Os participantes também apresentam reações de dúvida, como balançar a cabeça em gesto de que não está totalmente convencido. De modo geral, no entanto, confirmam o papel preponderante da mídia sobre suas decisões.
INFLUÊNCIA	A forma como a sociedade atravessa os sujeitos, individualmente falando, e também em relação às decisões coletivas. É o reconhecimento do peso do coletivo sobre o individual.	Falam com dubiedade e boa parte dos integrantes demonstra alguma angústia ao tratar do tópico, sobretudo porque reconhecem a influência mais nos outros do que em si próprios.
SAÚDE	Circunstância de equilíbrio entre o ambiente e o organismo. Quando o organismo mantém suas estruturas funcionais em normalidade.	Grupo claramente não tem esta visão da saúde, ao menos não no sentido Ocidental, que se caracteriza como a ausência de doenças. Neste caso, pela firmeza com que falaram, se referem mais a aspectos de bioescase. Alteram o tom de voz, e gesticulam mais. Dois deles se levantou.
SOCIEDADE	Conjunto de seres humanos que convivem mediados pela política, de modo gregário e, em tese, colaborativo.	A maioria dos participantes mantém certa euforia ao se referir especificamente a este conceito, reforçando seu valor concreto e/ou simbólico. Embora citem, por vezes, a motivação pessoal para malhar, apressam a argumentação, com um tom de ansiedade, para justificar a musculação a partir das expectativas sociais.

STATUS	Atingir e manter certo posicionamento social diante do grupo a que pertence.	Integrantes alteram o tom de voz, disputam pela atenção ao posicionar de modo veemente os benefícios da adesão a esta área. O status diz respeito ao reconhecimento e pertencimento perfeitos.
SUPER-HERÓIS	Personagens que se enquadram no mundo da ficção, primeiramente das HQs – histórias em quadrinhos - e depois levados para a tela. São arquétipos do herói, cujo objetivo é sinalizar modelos éticos gerais.	Participantes se empolgam muito, a partir da gesticulação e mudança de posição no modo como estavam sentados. A maioria altera as feições do rosto, com aparente excitação. Citam vários exemplos de super-heróis que os influenciam, e tratam tais personagens como se fossem entes concretos, num movimento que se remete a fantasia.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2018);

Fonte de suporte conceitual: COMTE-SPONVILLE, André. Dicionário Filosófico. São Paulo: WMF, 2011.

Passado o levantamento do Grupo Focal 1, desenhou-se o quadro resultante das questões consensuais do GF 2, conforme a seguir, na Tabela 4. Estas respostas, como dispõe a sequência de levantamento de dados dos Grupos Focais, é resultado de uma ponderação da interação dos participantes, que em maior ou menor grau mantiveram um olhar em comum em relação aos tópicos apresentados pelo pesquisador.

Tabela 3 – Tabela das Questões Consensuais no Grupo Focal 2

QUESTÕES CONSENSUAIS	
O que levou vocês a malhar?	Perceberam que estavam com um corpo muito aquém do que a sociedade esperava. Então houve uma pressão social.
Vocês fazem alguma dieta ou suplementação para ajudar no desempenho da musculação?	Relataram usar proteínas e a alimentação diária recebe um cuidado a mais. Evitam cerveja e gordura em excesso.
Quais os ganhos/benefícios ao se frequentar uma academia de musculação?	Disseram que o primeiro ganho é em relação ao modo como as pessoas os olham. Elas passam a percebê-los mais em comparação a antes.
Há produtos midiáticos – tais como novelas, filmes, editoriais em redes sociais e etc. – que servem de motivação para a prática de atividades físicas?	Há, sobretudo, a influência das redes sociais como o Instagram. Relataram seguir os principais perfis de pessoas especialistas em saúde e estética. Também curtimos muito esta nova leva de filmes, com visibilidade para o cuidado com o corpo.
Qual a influência da família sobre a sua frequência junto a uma academia de musculação?	Não houve muita influência. Na verdade, parte da família até se opõe.
Vocês conhecem alguém que lhes inspira a almejar um corpo como o dele?	Os principais atores de Hollywood que estão nos filmes atuais.
Quais as mídias sociais (redes) mais comuns usadas por você?	Instagram e Facebook. Menos o Facebook, que logo deve ser extinto.
Nas redes, qual o modelo de corpo masculino que inspira vocês?	Apontaram o Fernando Sardinha – ícone fitness – e alguns nutricionistas que marombam.
Vocês costumam compartilhar suas rotinas de academia nas redes sociais eletrônicas?	Relataram que não costumam dar publicidade a rotina da academia. Alguns relataram compartilhar nas

	Stories – recurso do Instagram que destaca uma publicação por 24h, com maior possibilidade de atingir um grupo maior de usuários.
Caso tenham rotina de compartilhamento de fotos nas redes, o que os motiva a compartilhar?	
As pessoas com quem vocês convivem têm uma rotina de atividades físicas semelhantes as suas?	Uma parte sim, algo em torno de 40% dos amigos também malham. Mas uns 60% ainda não descobriram este estilo de vida.
Vocês acreditam que um modelo de corpo apresentado pelos produtos midiáticos pode influenciar na decisão de buscar pelos serviços de musculação em academias?	Sim. Primeiro as pessoas veem o que está na moda, na TV... Depois elas procuram as academias.
Vocês se sentem melhor hoje, ao ter uma rotina de malhação, ou antes de malhar?	Disseram que não tem nem comparação. É muito melhor hoje.
Se a resposta da questão anterior for 'hoje', o que faz você sustentar esta ideia?	Pontuaram que percebem as melhorias que a musculação trouxe. Relataram que melhorou o nível de energia, a forma como nos enxergamos e a socialização.
Pretende ampliar as suas práticas de malhação? Se sim, vocês se inspiram em alguém em especial, conhecido ou celebridade?	Relataram insatisfação constante e que sempre buscam mais. Disseram nunca estar satisfeitos com os resultados alcançados, e acreditam que isso é bom porque vão se empenhar a melhorar sempre. Não citaram ninguém em especial para os inspirar no futuro, porque cada um deles disse ter um biótipo diferente.
Na opinião de vocês, que impacto uma pessoa com um corpo malhado pode provocar nas pessoas próximas a ela?	O melhor possível. Passa a impressão que é alguém que se cuida.
Já passaram por algum procedimento estético, como cirurgia plástica?	Não.
Vocês acreditam que veículos como rádio e TV influenciam mais que as redes sociais?	É uma questão muito difícil. Mas acreditam que a juventude de hoje já não assiste tanta TV como antigamente. Pontuaram que as redes sociais já estão tomando de conta, pela facilidade de acessar e interagir.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2018)

É importante destacar a Tabela de Classificação por Palavra, Conceito e Reações/Emoções, referente ao GF 2. A partir deste dispositivo, e baseado na AC de Bardin (2009), o pesquisador pode se debruçar sobre os detalhes eclodidos nos GFs, se aproximando ao máximo de uma objetividade quanto ao conhecimento genuinamente produzido pelos grupos.

Antes, no entanto, destaca-se a referenciação dos principais temas eclodidos durante o procedimento, sendo que as palavras “estética” (10 citações), “Instagram” (sete citações), “influência” (sete citações),

“amigos” (seis citações), “cinema” (quatro citações), “sociedade” (quatro citações) e “bem-estar” (três citações) foram as mais repetidas, com entonações enfáticas.

Tabela 4 - Classificação por Palavra, Conceito e Reações/Emoções – GF 2

PALAVRA	CONCEITO	REAÇÕES/EMOÇÕES
ESTÉTICA	Diz respeito a um padrão físico que se altera de tempos em tempos; no Ocidente faz referência ao estilo grego, com ênfase no tônus muscular, hipertrofia, e no conceito de simetria, levando-se em conta o estilo platônico de que há um padrão a priori para o Belo.	O Grupo é unânime ao apontar que, atualmente, quem não se adequar aos padrões estéticos vigentes está em desvantagem em relação às outras pessoas. A maioria usa tom de voz forte, com muitas gesticulações.
INSTAGRAM	Trata-se de uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre os usuários. O aplicativo permite usar filtros digitais e compartilhá-los, combinando com uma variedade de serviços. Além disso, se conecta a outras redes, como o Facebook.	Mudam o tom de voz, franzem a testa e demonstram algum nível de ansiedade. Consideram que o Instagram é mais adequado para as necessidades da contemporaneidade, pois dizem que a imagem comunica mais e de forma eficaz.
INFLUÊNCIA	A forma como a sociedade atravessa os sujeitos, individualmente falando, e também em relação às decisões coletivas. É o reconhecimento do peso do coletivo sobre o individual.	Adotam um tom mais lacônico, e se olham muito, observando o que cada integrante vai falar. Dão importância a influência dos amigos em relação às escolhas que fazem. Consideram importante estar alinhado a sociedade.
AMIGOS	Sujeito que mantém uma relação de proximidade e afeto, de convergência de ideais, cuja afeição mútua dirime os sintomas de eventuais ansiedades de separação.	Alteram o tom de voz, chegam a beirar uma espécie de mania, com muitas gesticulações. Consideram os amigos como fundamentais no processo. Mas até chegar ao consenso, giram muito a cabeça e alteram constantemente o tom de voz.
CINEMA	Técnica que fixa e, depois, reproduz imagens sequenciais, reproduzindo com muita verossimilhança um dado momento concreto da vida.	Falam com firmeza sobre o papel do cinema na influência de suas escolhas em relação a ideais de corpo.
SOCIEDADE	Conjunto de seres humanos que convivem mediados pela política, de modo gregário e, em tese, colaborativo.	Veem como influenciadora, mas consideram que a mídia também altera as percepções do corpo coletivo. Dois integrantes voltam a se opor a este conceito, apesar de concordarem com a resposta do grupo. Dois dos integrantes baixam a cabeça e um deles tenta monopolizar a fala, precisando haver a intervenção do mediador.
BEM-ESTAR	Quando requisitos como segurança, confiança, conforto físico e mental se alinham.	Metade do grupo se altera, mudando de posição ou mexendo as cadeiras. Alguns começam a bater levemente as mãos na

		cadeira. Semelhante ao GF1 em relação à saúde, estes integrantes também claramente não tem esta visão de bem-estar. Referem-se mais a aspectos de bioescese, daí talvez certo mal-estar com o assunto.
--	--	--

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2018);

Fonte de suporte conceitual: COMTE-SPONVILLE, André. Dicionário Filosófico. São Paulo: WMF, 2011.

Para analisar os dados resultantes da aplicação dos GFs, será usada a Análise de Conteúdo (AC) de Bardin (2009), tendo em vista que esta pesquisa é de ordem qualitativa (FLICK, 2012), com procedimento metodológico do tipo Grupo Focal (GONÇALVES, 2005), em cujo desenlace há a descrição sistemática e objetiva dos resultados.

Como destacado nos procedimentos metodológicos, a técnica de AC já é usada há pouco mais de meio século tanto em pesquisas da área de Comunicação quanto da área de Psicologia e se destaca, sobretudo, por lançar mão das palavras resultantes do processo investigativo (CAREGNATO; MUTTI, 2006) para, a partir de elementos calcados no Referencial Teórico do trabalho, inferir acerca dos conteúdos levantados, onde as narrativas produzidas e depois registradas se apresentam como formas de declaração, numa espécie de materialidade em que a linguagem mesma torna-se objeto de investigação. O pesquisador, neste contexto, identifica e interpreta tais conteúdos.

Neste contexto, a AC se dá, nesta pesquisa, a partir de cinco etapas. Primeiramente será feita, de modo indutivo, a organização da análise. Trata-se de uma etapa de pré-análise, a partir de uma leitura flutuante do material colhido durante os GFs. Este momento é imprescindível, pós-aplicação do instrumento de coleta de dados, para que o pesquisador se familiarize com os temas gerais levantados. Mais à frente, o pesquisador faz a referência e catalogação da frequência dos principais temas/conceitos eclodidos.

Na sequência vem a codificação do material, cujo objetivo é identificar e separar as palavras, conceitos e termos mais repetidos e relevantes resultantes da etapa anterior. Neste momento, para que não fique refém de pressupostos meramente subjetivos, o pesquisador recorre à uma espécie

de ponderação da escolha pelo crivo dos teóricos usados no referencial teórico. Mais à frente, segue a AC pelo prisma da categorização, que nesta pesquisa é de ordem semântica – por temas.

Já a etapa seguinte trata-se da inferência, que para Bardin (2009) trata-se do ápice da associação dos descritores levantados com a teoria que dá sustentação à pesquisa. E, por fim, há o tratamento informativo, que é o resultado final da AC, etapa que precisa de bom senso, moderação e acuidade por parte do pesquisador, que deve lançar mão de um refinamento descritivo que, de fato, garanta a associação entre os resultados encontrados com as bases teóricas propostas no texto. Esta etapa é a que vem na sequência deste trabalho.

Neste sentido, a palavra “redes sociais” foi mencionada constantemente pelos participantes dos grupos focais. Destaca-se que muito mais que entretenimento, as redes sociais também passam a legitimar discursos, agora sob o crivo da velocidade, e não mais da verossimilhança. Isto causa outro problema, a saber, a explosão dos ‘fake news’ (SILVA, 2017), a partir da disseminação de notícias falsas. O assunto se apresenta como uma preocupação emergente dentro da comunicação institucionalizada e que, por si só, é um tema que merece uma pesquisa específica. Notadamente no GF 1, os integrantes se posicionaram sobre os riscos da adesão aos programas e/ou dicas sem um crivo de profissionais qualificados.

Estas redes sociais apontam para uma nova cultura, a cultura digital, cuja dinâmica se configura como um crescente declínio de confiança nas mídias tradicionais – como a TV – e uma ascensão das tecnologias digitais centradas na telefonia móvel. Isto ocorre basicamente nas classes médias (SILVA, 2017), cujo poder de compra cresce de modo mais consistente. Esta parcela da população também tende a ser mais escolarizada e formadora de opinião. Isto fica claro a partir da renda média mensal dos integrantes dos dois GFs, além do uso que tais integrantes fazem, cotidianamente, dos dispositivos eletrônicos.

Fortalece-se, então, um tipo de narrativa que está vinculada a produção cultural a partir de livros que viram séries, HQs (histórias em

quadrinhos) que acabam sendo transformados em filmes *blockbusters* (sucessos de bilheteria), e, claro, a vida cotidiana de figuras públicas e celebridades, que são acompanhados diariamente em seus perfis de redes sociais. Essa produção midiática inspira homens a se espelharem em corpos musculosos, isso ficou evidente nos GFs quando questionados sobre produtos/situações que os inspiram. Há, portanto, um estilo de vida em evidência que deixa de ser algo aparentemente inalcançável para se transformar em uma possibilidade real de concretização, disponível para qualquer pessoa (BAUMAN, 2001). Esta é, inclusive, a promessa do novo liberalismo que, em grande medida, está contida nos discursos dos GFs. A insatisfação permanente com o corpo – dado presente nas respostas consensuais dos dois GFs – é um dos pressupostos levantados por Bauman (BAUMAN, 2001) em relação ao frágil processo de formação identitária da contemporaneidade, sobretudo porque esta dinâmica, despojada de um olhar mais apurado, pode desembocar em compulsão.

De modo geral há uma similaridade muito grande entre os temas de maior eclosão dos dois GFs. As poucas variações ocorrem mais por questões de ordem lexical do que propriamente semântica, o que aponta para uma corroboração de uma das questões teóricas fundantes desta pesquisa, a saber, a de que os homens jovens da contemporaneidade têm no corpo um objeto de sacralidade, de celebração da imanência e do consumo (MOURA; VIDAL, 2013), e não mais como receptáculo de uma estrutura a priori ao estilo platônico ou cristão de mal-estar em relação ao corpo (FREIRE COSTA, 2004), em que pese boa parte dos participantes, sobretudo no GF 1 com quase 80% (10 integrantes), se declararem religiosos (este dado será tratado mais à frente).

Tem-se uma predominância de jovens entre 20 e 26 anos que consolidam os ideais propostos ainda no Movimento de Maio de 1968 na França – de ênfase no princípio da liberdade – e na contracultura norte-americana (BIRMAN, 2013; PEREIRA, 2013), em período similar, ambos marcados por uma negação das estruturas sociais vigentes em que os papéis sociais e de gênero ocorriam a partir de fronteiras muito rígidas onde ao homem,

desde muito cedo, era esperado a constituição de uma unidade familiar que o chancelava como provedor inalienável. Neste contexto, os dados da pesquisa apontam para jovens homens que estão num processo acelerado (BAUMAN, 2008) de mudança de *ethos* quanto às expectativas pessoais e sociais em relação ao seu próprio lugar no mundo. Os participantes dos grupos focais, assim, não demonstram estar preocupados com a constituição de núcleos familiares pessoais, com exceção dos que já tem tais núcleos. Isto poderia estar associado aos fatores idade e renda, que como defende Von-Franz (1992) são dispositivos que permitem um ideal de alargamento do período juvenil.

O curioso a esta altura é que a pesquisa parece corroborar aquilo que foi vaticinado por Nietzsche (2005) ainda no século XIX, e reforçado por Freire Costa (2004), sobre o enfraquecimento da tradição, tese levantada na fundamentação teórica desta pesquisa. Nos dois grupos analisados, apesar de haver uma maior prevalência de cristãos no GF1 e quantidade considerável destes no GF 2, isso em momento algum representou um olhar diferenciado sobre o corpo ou sobre a constituição da família a um padrão previamente ajustado, como no período de predominância da Europa cristianizada (tema que daria uma nova pesquisa).

Na pesquisa constatou-se que cristãos e sem religião consideram o autocuidado, a partir do desenvolvimento físico por meio de atividades físicas e hipertrofia, como algo imprescindível para os tempos atuais. Isso, em muito, se alia ao fato de a maioria dos participantes ser solteira (62%), o que remete a um dos eventuais sintomas da bioascese (FREIRE COSTA, 2004), que paulatinamente vai estreitando ou esvaziando um lugar de contato mais profundo com o outro – notadamente se tal dinâmica for associada ao narcisismo patológico –, onde o excesso de autogerenciamento produz pessoas cada vez mais voltadas para o bem-estar pessoal. No mínimo, as informações contidas na pesquisa confirmam o movimento de adiamento do casamento.

De quebra, os dados também apontam para a incidência de uma menor taxa de natalidade, com famílias cujos integrantes tendem a ser mais

atomizados, calcados no princípio da liberdade (ABRAMO et al., 2007; BIRMAN 2012; EHRENBERG, 2010). Na pesquisa, aliado a isso, os integrantes, em sua maioria, estão cursando ou já concluíram o ensino superior e pertencem mais às camadas médias e altas sob o ponto de vista econômico, dados estes que, em Von-Franz (1992) e Sandel (2013), configuram-se como combustíveis para uma busca sistemática por um ideal de juventude eterna, sendo que o cuidado com o corpo ocupa lugar central nesta empreitada. A maioria dos participantes, como já pontuado, não tem filhos ou, quando tem, é em prevalência baixa.

No mais, a pesquisa também aponta que – por ser um público jovem – o tempo de uso e frequência de academias de musculação é, em sua maioria, de até cinco anos. Esta informação reforça as ideias de Chauí (2006), Gomes (2016), Bauman (2005a) e Birman (2013), ao defenderem a rápida mudança no processo identitário da juventude, sobretudo a partir do período de convergência tecnológica com a popularização da internet e dos dispositivos móveis, em que pese a influência da mídia tradicional, sobretudo, nas camadas mais baixas da população – o que, apontam os dados, não corresponde a maioria do público desta pesquisa. Estes dados apresentados até aqui incrementam uma série de informações que serão compiladas a seguir.

A palavra mais repetida nos dois GFs foi ‘Estética’. O termo, ao ser proferido, gerou significativo engajamento dos participantes, que de modo voluntário e involuntário, como mudança de posição da cadeira e alteração no tom de voz, repetiu-se por 12 vezes no GF 1 e por 10 vezes no GF2. Na conceituação psicanalítica (FREIRE COSTA, 2013), um padrão estético é de ordem intersubjetivo e também cultural, fazendo com que dados padrões variem de acordo com o momento histórico. O fato corrobora as ideias de Goldhill (2007), que defende a manutenção dos ideais clássicos no campo da beleza, depois de um longo período de criminalização do corpo e dos desejos, no entanto aponta para um detalhe que, em Castro (2001) e Bittencourt (2011), revelam as especificidades da contemporaneidade. Este ideal de corpo, que passa por uma estética calcada na musculação/hipertrofia, se

esvaziou de sua dimensão política originária. Se, antes, entre os helênicos, tal dinâmica servia para inscrever os homens na esfera do público – a partir da atuação em combates e na seara do autocuidado como prerrogativa para desempenhar cargos públicos –, hoje o corpo estaria a serviço da autopromoção, numa sociedade marcada por uma competição e velocidade jamais vista. Ter, então, um corpo dentro dos padrões estéticos atuais é uma chance a mais de conseguir se inserir nesta seara.

Esse jogo de influência, nos grupos pesquisados, não se dá mais exclusivamente como ocorria há 20 ou 25 anos (CHAUÍ, 2006), quando a comunicação de massa – capitaneada pela TV, rádio e jornal – ditava o tom das tendências. Ao mesmo tempo em que, quando instados a falar sobre a importância da mídia para a construção de um ideal de corpo, todos concordam que sim – inclusive a partir do cinema dos anos 90 do século passado, em filmes como ‘O Exterminador do Futuro’, com Arnold Schwarzenegger, por outro lado consideram que, hoje, já há a proeminência das redes sociais acessadas por dispositivos móveis, que se tornaram provedoras desses conteúdos, muito embora ainda considerem o cinema como grande influenciador (no GF 2 o cinema aparece entre as palavras mais repetidas/enfatizadas, com quatro repetições; já no GF 1 a palavra ‘super-herói’ é citada cinco vezes, no mesmo contexto).

Desta forma, os dois GFs, ao serem instados sobre se veículos como rádio e TV influenciam mais do que as redes sociais, foram unânimes em considerar que não. Os participantes já se encontram numa dinâmica de convergência (SILVA, 2017) em que a interação dá o tom dos processos comunicativos, coisa que a comunicação tradicional – sobretudo em relação à TV como veículo de massa – já não consegue mais fazer (ao menos no que se refere à possibilidade de ofertar produtos sob demanda, em larga escala).

Termos como ‘Rede Social’ e ‘Instagram’ também aparecem com significativo destaque. Conceitualmente, estes dois termos representam a supremacia do princípio da individualidade, no contemporâneo, em relação aos projetos coletivos utópicos vigentes até o século passado

(BAUMAN, 2001). Ora, se para desenvolver o próprio corpo é necessário o engajamento pessoal do indivíduo que clama pela mudança, afinal nenhum terceiro pode mudar-se e transferir os benefícios desta mudança para outrem, a publicização destes resultados também está sob a inteira responsabilidade de cada um, individualmente falando. Então, não basta alterar o corpo, é necessário informar tais alterações, sob pena de se ver rondado pelo fantasma da invisibilidade (BAUMAN, 2008; DEBORD, 1997). Mas é importante destacar, também, que a tácita negação da influência da mídia tradicional sobre as escolhas dos participantes pode configurar uma negativa quanto ao reconhecimento de que se é influenciável, outra característica contemporânea. Para debelar esta dúvida, no entanto, seria necessário conduzir novos estudos sob o prisma da teoria do ‘efeito da terceira pessoa’ (BANNING, 2001), cuja hipótese se baseia numa suposta distância social que o indivíduo acredita ter em relação à influência da mídia sob suas escolhas corriqueiras. Este mesmo indivíduo acredita que os outros são mais influenciáveis que eles. Muito embora os integrantes dos dois GFs reconheçam a importância da mídia tradicional, apontam para um alcance quase em desuso, notadamente a partir de suas próprias perspectivas – que se reafirmam pelo uso das redes sociais.

No entanto, é importante destacar um ponto, que diz respeito à dinâmica de vida com foco no autocuidado e no corpo como uma característica das camadas médias e altas da sociedade. As camadas mais baixas, excluídas deste processo, eventualmente irrompem sob a forma de violência (BIRMAN, 2012; FREIRE COSTA, 2003). Então, perseguir este ideal de corpo é, em grande medida, passar a mensagem de que se está usufruindo das benesses do consumo. Quando há uma dissociação entre o ideal do corpo com a cor da pele e a renda, como ocorreu com os integrantes dos ‘rolezinhos’ na cidade de São Paulo (DORNELAS; FRANÇA, 2014), logo estes indivíduos são marginalizados. Desta forma, buscar o ideal de corpo malhado, que é presente nos produtos midiáticos como novelas, filmes e tutoriais em redes sociais diz respeito, também, a comunicar que se busca adentrar à dimensão do consumo. Isto fica claro quando os termos ‘status’

(com sete citações no GF 1) e ‘Sociedade’ (com oito citações no GF 1 e quatro citações no GF 2) ganham peso nos grupos investigados. Elas representam, simbolicamente, o modo como estes jovens querem construir suas identidades (BITTENCOURT, 2011). Isso se dá, também, a partir do esvaziamento da exclusividade da família sob as formas de ação dos seus integrantes. Não por menos, os integrantes dos dois GFs explicitam o papel da família – na busca por um ideal de corpo – ora com apatia, ora com desaprovação.

Na pesquisa, os dois grupos também se assemelham quanto à alteração de suas rotinas diárias, para além do período destinado à musculação. Em ambos os casos os integrantes se dispõem a entrar em dietas, naquilo que Freire Costa (2004) aponta como bioascese, teoricamente aprofundada neste trabalho. Esta dinâmica eclode quando no GF 1 o termo ‘saúde’ aparece oito vezes e o termo ‘bem-estar’ aparece três vezes no GF 2. Estes conceitos, dentro do contexto da atividade física e para Freire Costa (2004), são usados em grande medida para se referir ao excesso de cuidado com o próprio corpo, sobretudo quando se refere a um cotidiano de ‘produção do corpo’ e não propriamente de prevenção de alguma patologia (os integrantes dos dois GFs reconhecem que é preciso muito empenho e tempo para se alcançar um corpo ideal, o que pode se inscrever, também, na categorização da bioascese) num movimento que se retroalimenta sob a forma de pseudonecessidades, necessidades estas que nunca serão plenamente atendidas, o que pode gerar uma série de problemas, como no caso da Vigorexia (assunto que daria uma nova pesquisa).

Mas é importante lembrar que ao mesmo tempo em que a bioascese aponta para um rápido processo de individualidade e de negação dos parâmetros políticos, por outro lado – o que é paradoxal – os integrantes da pesquisa garantem ser influenciados pelos amigos e reconhecem a importância do olhar da sociedade e da interação por redes sociais. Isso eclodiu quando os integrantes dos GFs reconheceram que o grupo de amigos, em grande parte, também mantém uma rotina de malhação, o que acaba gerando um ânimo extra para estes integrantes.

Então, de fato a mídia – tanto a clássica, a partir do cinema, quanto às redes sociais, no advento da convergência tecnológica – exerce um papel primordial na busca por um ideal de corpo masculino. Mas ela não é a única influenciadora. Muito embora não tenha ficado claro o papel da família neste processo, os grupos de amigos – representados conceitualmente como ‘amigos’ e ‘sociedade’ tem algum peso, o que aponta para as ideias de Foucault (WITZEL; KOGAWA, 2014) e a dinâmica de micropoderes, onde as escolhas são feitas a partir da disputa de múltiplos interesses, num cenário em que a disputa de informações oriundas de diferentes fontes – da mídia e dos grupos de pertencimento – acabam por influenciar os indivíduos. É certo, no entanto, que a mídia ocupa ainda um lugar razoavelmente central nesta escolha, a partir dos dois grupos estudados.

Os jovens não consomem apenas os produtos/ideais expostos nas redes sociais virtuais – em que pese à influência destas. Eles são amplamente impactados pelos modelos corporais expostos em filmes de grande apelo comercial, que por sua vez, em certa medida, delineiam os modelos de outros produtos culturais/midiáticos expostos nas demais plataformas e meios (AUMONT, 1999). Deste modo, as representações sociais cotidianas são constantemente atravessadas por perspectivas que apelam não apenas para intervenções que remetem ao campo do simbólico (construção identitária e senso de pertencimento) e o campo econômico (já que os sujeitos têm que alterar-se a si próprios, em processos que demandam intervenção profissional e consumo de uma gama de produtos). Há, também, a promessa de que cada pessoa pode alcançar ao mesmo patamar dos sujeitos de sucesso representados pela mídia, só dependendo de cada um, nas bases de sua vida corriqueira, esforçar-se para atingir tal intento. Isto representa uma falácia, como pontuou Han (2015) a partir de seu conceito de autoexploração. Tratar-se-ia, portanto, de um subterfúgio do Novo Liberalismo que impõe ao indivíduo, fora de um contexto histórico/político/social, a única responsabilidade por suas conquistas e também por suas perdas. Em parte, as demandas no campo dos desajustes internos – na Psicologia – são

um efeito colateral desta dinâmica, já que a contemporaneidade produz pessoas cada vez mais pressionadas pelo princípio da competência e do resultado.

Considerações finais

Um dos principais objetivos desta pesquisa foi problematizar se a mídia influencia na construção de ideais de corpo entre homens jovens. Nos dois Grupos Focais pesquisados fica clara esta influência, sobretudo a partir do cinema e das redes sociais virtuais. É imperioso destacar que a consolidação das redes sociais como protagonista destas novas narrativas comunicacionais torna-se mais evidente. E embora pudesse haver alguma dúvida de que os jovens fora dos grandes centros urbanos não estariam totalmente migrando para os dispositivos móveis como provedores de informações até então repassadas exclusivamente pela mídia tradicional, os dados desta pesquisa – ao menos no que se refere às classes médias e altas de Palmas-TO – apontam para uma tendência que se avoluma.

Esta pesquisa também problematizou o fenômeno da autorreferencialidade entre os jovens, fenômeno este que em vários momentos da discussão nos GFs foi associado a uma espécie de empoderamento repassado sobretudo pelas redes sociais, já que os objetos de culto – a saber, os ídolos – são cada vez mais próximos destes jovens, a partir de dispositivos de interação, o que faz com que aqueles convivam cotidianamente com a possibilidade de transformarem suas vidas em algo extraordinário, a partir do esforço e dedicação na esfera do corpo.

O conceito de juventude e de mídia, sendo que para a primeira trouxe à baila o sentido contemporâneo que pluraliza a definição, onde a juventude é classificada para além do fator idade. Deste modo, há juventudes – no plural – que são construídas a partir de diferentes frentes como temporalidade, expectativa social, ambivalência e ausência de figuras de autoridade. Sobretudo em relação a estes dois últimos tópicos, a pesquisa

demonstra de modo direto a dupla preocupação de tais jovens, que ao mesmo tempo em que buscam autossuficiência no campo da construção de uma identidade, demonstram ser fortemente impactados pela opinião social, notadamente a partir do olhar dos amigos, o que demonstra, em alguma medida, o enfraquecimento das figuras de autoridade a partir dos núcleos parentais diretos. Isso pode ser um dos motivos porque as academias fazem tanto sucesso, hoje. Haveria, no fundo, um movimento inconsciente de compensação e de tentativa de impor poder, a si mesmo e diante do grupo, numa busca constante por uma autoestima ainda não alcançada. No entanto, para que este tema fique mais claro são necessárias novas pesquisas.

Além disso, fica evidente, na observação dos dados, que integrantes de classes mais baixas também criam estratégias para participar da dinâmica de aceitação social e construção de ideais identitários a partir da alteração do próprio corpo. Estes homens jovens, mesmo em menor quantidade, representam um esforço para participar das tendências atuais, a partir do uso de informações comuns em dispositivos móveis, provavelmente para não serem assombrados pelo fantasma da invisibilidade. E isso remete a outra questão também corroborada por este estudo: não basta se aproximar de um ideal de corpo, o corpo malhado, com silhuetas precisas que remetem aos padrões clássicos da Grécia. É necessário também publicar estes resultados. E é justamente neste sentido que o *boom* das redes sociais virtuais faz a grande diferença. Se antes os usuários ficavam restritos a eleição da mídia tradicional a apenas alguns modelos que seriam anunciados em larga escala, agora cada indivíduo pode ter o seu próprio canal de comunicação com plateias cada vez mais diversificadas e amplas.

Esta mudança significativa ocorrida, sobretudo nos últimos dez anos, cria um duplo cenário. Por um lado estes jovens de fato podem experimentar um grau de autonomia e liberdade jamais vistas, em que pese às consequências que a liberdade impõe, pois ela requer certo grau de autorresponsabilização pelos próprios atos. Por outro lado, é muito provável que estes jovens fiquem excessivamente reféns do olhar do outro, uma vez

que passam a viver em função dos constantes *feedbacks* de terceiros. Isso pode gerar uma busca constante por autossuperação com desdobramentos que se explicitam desde a projeção de se tornar uma estrela midiática, o que é algo pouco provável tendo em vista a quantidade de pessoas que concorre para tal intento, até o desenvolvimento de alguma psicopatologia, a exemplo de eventuais crises de ansiedade, e em casos mais graves, a eclosão de variáveis depressivas – fato que já é uma realidade no ceio da juventude. Para entender melhor este fenômeno, no entanto, seria necessária investigação, mais específica.

A pesquisa também colaborou para elucidar o papel cada vez mais imbricado entre os processos de comunicação e a vida cotidiana, onde o corpo ocupa lugar central em grande parcela das populações masculinas jovens, no que se refere ao uso do tempo e ao uso dos dispositivos móveis. Isso é reflexo de um amplo processo de tecnização e crescimento econômico da sociedade, na exata medida em que os sujeitos também primam por investir mais em seus projetos pessoais, tendo o corpo como a última fronteira daquilo que identificam como sendo genuinamente pertencente ao próprio sujeito.

Os dados desta pesquisa também apontam para uma busca constante por ideais de perfeição, no que se configura como quadros de bioascese entre os homens jovens. E, neste ponto, o pesquisador teve especial atenção, para evitar um contato previamente contaminado diante do grupo. Sobre a bioascese, isto ocorre porque, a partir da disseminação de produtos midiáticos com ideais de corpo – no caso em específico, o corpo fitness –, os jovens vão se ver sempre aquém da prometida sanidade física, num processo em que se colocam como eternos devedores em relação a certo modelo de bem-estar físico. Então estes jovens se mantêm numa corrida constante atrás de melhorar a performance corporal, numa perspectiva que, como detalhou a referenciação bibliográfica, também foi levada para as corporações trabalhistas. A subjetividade destes jovens é permeada por narrativas midiáticas que reforçam uma espécie de ‘estatuto do eu’, onde as rotinas se resumem a escolhas individuais, o que acaba por enfraquecer

o papel do Estado como instância garantidora de segurança e mediadora de conflitos – características marcantes do novo liberalismo econômico –, num processo de desregulamentação das relações sociais, afetivas e também trabalhistas.

Além disso, esta pesquisa detalhou a influência da cibercultura nas populações jovens, que são atravessadas por interações com a tecnologia, num movimento em que a comunicação, a estética e a aplicabilidade de recursos corriqueiros são potencializados a partir do uso da tecnologia e da internet. Este panorama coincide com o movimento transhumanista, que especialmente nas áreas da saúde e da Educação Física, influenciam para melhoramento humano a partir do uso de tecnologias, com grande impacto na constituição de novos modelos de corpo, a partir do uso das mais variadas intervenções. Embora nesta pesquisa os integrantes não relataram ter feito cirurgias plásticas, todos concordaram que fazem uso de suplementação.

A pesquisa problematizou, também, como o corpo e a academia se tornaram insígnias de comunicação. O corpo, a partir das mudanças visíveis na estrutura física, e a academia como o lugar que proporciona a transformação, representam uma alteração de postura e, mais que isso, uma mudança de narrativa dos indivíduos, que passam a agir por parâmetros pautados na organização e racionalização da vida, num processo de hibridização entre a comunicação (a partir da busca pela perfeição e da possibilidade de colocar-se como alvo a ser observado) e o consumo – uma vez que, ao consumirem ideais de corpo, também se tornam objetos para o consumo. Por mais que os participantes desta pesquisa tenham rejeitado a possibilidade de publicar excessivamente seus resultados, todos concordaram que acompanham perfis inspiradores.

Para o autor desta pesquisa, em particular, a imersão no mundo da construção do corpo masculino teve especial significado, tendo em vista que muitos preconceitos foram quebrados. Preconceitos estes nutridos desde a infância a partir de dispositivos de controle como a família e a igreja. O principal deles diz respeito a acreditar que a busca por patamares

diferenciados de desempenho corporal estava inscrito no campo do pueril. O pesquisador, no entanto, levantou impressões suficientes para entender que esta dinâmica é mal compreendida neste sentido, tendo em vista que as práticas físicas, de fato, podem colaborar para o aumento da autoestima, das performances em outras áreas da vida – como interações sociais e desempenhos no trabalho, por exemplo – e que, ademais, apresenta-se como mais uma modalidade de necessidades valorizadas e presentes na pós-modernidade, sendo portanto inadequada qualquer tipo de taxaço de ordem crítica, obviamente fora de um cenário em que tal dinâmica de vida possa gerar psicopatologias como a vigorexia ou distúrbios tais como depressão e ansiedade. O pesquisador também se submeteu, desde agosto de 2017, a construção de dois ideais de corpo, o *lumbersexual* e o *fitnees*, para observar se imprimiria alguma mudança significativa em seu círculo social e estendido. O resultado foi palpável: por um lado, se viu diante de um crescente número de interações – pessoais e pelas redes sociais – e, por outro, se deparou com várias pessoas que perguntavam se o mesmo estava se submetendo a algum procedimento estético, pelo uso da musculação. O cenário reforçou o que já era enunciado pela Sociologia Clássica, de que caminhar em direção aos interesses gerais de uma cultura, facilita sobremaneira as interações do agente com esta mesma cultura, em que pese às perdas no campo da construção do sujeito e do processo de individuação.

No mais, o pesquisador observou que as narrativas produzidas em encontros como os dos GFs, atualmente, são atravessadas por limites linguísticos impostos na dinâmica do que é feito nas redes sociais, cuja reverberação se expande para a vida cotidiana dos participantes da pesquisa. Então, em grande medida, as interações face-a-face também podem se configurar como trocas performativas, dentro de uma lógica imaginária que remete a uma fluidez e velocidade que lembra as interações pela internet. Isto ficou claro nas falas e questões consensuais.

Por fim, a pesquisa colaborou para uma melhor compreensão do papel da mídia sobre a formação das identidades de certo grupo de homens jovens de Palmas, uma vez que, no âmbito local, havia uma lacuna em

relação a este tipo de investigação em uma perceptiva interdisciplinar que oferece reflexões não apenas para o campo da Comunicação Social, mas para os campos da Psicologia, Filosofia, Psicanálise e Sociologia.

Referências

- ABRAMO, H. W. Condição juvenil no Brasil contemporâneo. In: ABRAMO, H. W. et al. (Org.) **Retratos da juventude brasileira**: análise de uma pesquisa nacional. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.
- ADORNO, T. O fetichismo na música e a regressão da audição. In: **A obra de arte e suas técnicas de reprodução**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. (Coleção Os Pensadores).
- ANJOS, A. K. dos. et al. **O machismo na mídia**: como a imagem da mulher é retratada. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO-(Intercom), 14., 2015, Manaus, AM **Trabalho apresentado**. Manaus, AM, 2015. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/norte2015/resumos/R44-0707-1.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2017.
- ARENDT, H. **As origens do totalitarismo**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2012.
- _____. **A condição humana**. São Paulo: Editora Forense Universitária, 2014.
- AUMONT, J. **Esthétique du film**. Paris: Nathan, 1999.
- BANNING, S. A. **Do You See What I See? Third-Person Effects on Public Communications Through Self-Esteem, Social Stigma, and Product Use**. [S.l.]: Mass Communication & Society, 2001.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BARRETO GOMES, P. B. M. Mídia, Imaginário de Consumo e Educação. **Revista Educação & Sociedade**, ano 22, n. 74, abr. 2001. Disponível em: <http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/veiculos_de_comunicacao/EDS/VOL22N74/EDS_22N74_10.PDF>. Acesso em: 18 dez. 2017.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Tradução de Artur Mourão. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.

_____. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.

_____. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2005a.

_____. **Vidas desperdiçadas**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2005b.

_____. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2007.

_____. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. São Paulo: J. Zahar, 2008.

_____. **A vida em fragmentos**: sobre a ética pós-moderna. Tradução de Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2011.

BEZERRA JR., B. O lugar do corpo na experiência do sentido: uma perspectiva pragmática. In: BEZERRA JR, B.; PLASTINO, C. A. (Org.). **Corpo, afeto, linguagem**: a questão do sentido hoje. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001.

BIBLIOTECA CENTRAL DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. **Repositório Institucional da UnB**. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

BIRMAN, J. **O sujeito na contemporaneidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

_____. Novas formas de subjetivações. In: **CPFL Cultura - Invenção do contemporâneo**. Campinas, SP: CPFL, 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ov9CKqKiAeE>>. Acesso em: 22 maio 2016.

BITTENCOURT, N. **Musculação**: uma abordagem metodológica. Rio de Janeiro: Sprint, 1984.

BITTENCOURT, R. N. Consumismo como fuga simbólica do real. **Revista PhilPapers**, 2011. Disponível em: <<https://philpapers.org/rec/BITCCF>>. Acesso em: 20 dez. 2017.

BOURDIEU, P. A juventude é apenas uma palavra. In: **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

- CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. 10. ed. São Paulo: Cultrix; Pensamento, 2005.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar y salir de la modernidad. México: Grijalbo, 1999.
- CANEVACCI, M. **Fetichismos visuais**: corpos erópticos e metrópole comunicacional. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.
- CAREGNATO, R. C. A.; MUTTI, R. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto contexto - enferm.**, 2006. v.15. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-07072006000400017&script=sci_abstract&lng=pt>. Acesso em 12 jun. 2018.
- CARNEIRO, T. R. A. **Faixas Salariais x Classe Social – Qual a sua classe social?** 2018. Disponível em: <<https://thiagorodrigo.com.br/artigo/faixas-salariais-classe-social-abep-ibge/>>. Acesso em: 10 jun. 2018.
- CARVALHO, C. A. de. **O enquadramento como conceito desafiador à compreensão do jornalismo**. Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0206-1.pdf>>. Acesso em: 07 jul. 2017.
- CASTELLANI, L. **Educação Física no Brasil**: a história que não se conta. 4. ed. Campinas: Papirus, 1994.
- CASTRO, A. L. de. **Culto ao corpo e sociedade**: mídia, cultura de consumo e estilos de vida. Campinas, SP: Unicamp, 2001.
- CAVICCHIOLI, M. R. Na Antiguidade e na Modernidade: uma leitura foucaultiana. In: RAGO, M.; FUNARI, P. P. A. (Org.). **Subjetividades antigas e modernas**. São Paulo: Annablume, 2008. Disponível em: <<http://zip.net/bqtj5V>> Acesso em: 31 ago. 2016.
- CHAUÍ, M. **Simulacro e poder**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.
- CHOMSKY, N. Consentimento sem consentimento: a teoria e a prática da democracia. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 11, n. 29, p. 259-276, 1997.
- COMTE-SPONVILLE, A. **Dicionário Filosófico**. São Paulo: WMF, 2011.

CONNELL, R. **Masculinity research and global change**. [S.l.]: MSC-Masculinities and Social Change, 2012.

CORTELLA, M. S.; DIMENSTEIN, G. **A Era da Curadoria-O que importa é saber o que importa!** Campinas, SP: Papyrus 7 Mares, 2015.

COSTA, C. T. Modernidade líquida, comunicação concentrada. **Revista USP**, São Paulo, n. 66, p. 178-197, jun./ago. 2005. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/viewFile/13446/15264>>. Acesso em: 27 maio 2016.

COURBIN, A.; COURTINE, J. J.; VIGARELLO, G. (Org.). **História do corpo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

_____; _____. (Org.) **História da virilidade**. Tradução de Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. v. 1, p. 7-9.

DAVISON, W. P. **“The third-person effect in communication”**. [S.l.]: Public Opinion Quarterly, 1983. v. 47.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEL PRIORE, M. L. M. **Festas e Utopias no Brasil Colonial**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. Dossiê: a história do corpo. In: **Anais do Museu Paulista**, São Paulo, v. 3, n. 1, 1995. Disponível em: <<http://zip.net/bctH3V>>. Acesso em: 31 ago. 2016.

_____. **História privada quando se torna pública**. 2016. Disponível em: <<http://www.institutocpfl.org.br/2016/03/15/historia-privada-quando-se-torna-publica-com-mary-del-priore-versao-completa/>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

DELEUZE, G. **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 1992.

DEMO, P. **Metodologia científica em ciências sociais**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

_____. **Avaliação qualitativa**. 7. ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2002.

HARAWAY, D. Manifesto ciborgue. In: DA SILVA, T. T. (Org.) **Antropologia do ciborgue**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

DORNELAS, R.; FRANÇA, V. No Bonde da Ostentação O que os “rolezinhos” estão dizendo sobre os valores e a sociabilidade da juventude brasileira? **Revista Eco Pós**, v. 17, n. 3, 2014. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1384>. Acesso em: 02 dez. 2017.

EHRENBERG, A. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2010.

ELIAS, N. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

ERIKSON, E. **Identity**: Youth and Crisis. New York: Norton, 1976.

FARACO, E. C.; MOURA, F. M. **Língua e literatura**. São Paulo: Editora Ática, 1995.

FERN, E. F. **Advanced focus group research**. California: Thousand Oaks, 2001.

FLICK, U. **Introdução à Metodologia de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora Penso, 2012.

FOULCAULT, M. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Trad. Lígia M. Ponde Vassalo. Petrópolis: Vozes, 1987.

_____. **A ordem do discurso**. 5. ed. São Paulo: Loyola, 1999.

FREIRE COSTA, J. **Violência e Psicanálise**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2003.

_____. **O vestígio e a aura**: corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

_____. História da Subjetividade no Ocidente. In: **Café Filosófico**. 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5vRjf1Z5nOU&feature=youtu.be>>. Acesso em: 11 dez. 2017.

FREUD, S. **O mal-estar na civilização**. São Paulo: Pinguim, 2011.

GARBOGGINI, F. B. O metrossexual: um homem do terceiro tipo. In: LUCENA, M. I. G.; OLIVEIRA, F. de. (Org.) **Representações do masculino**: mídia, literatura e sociedade. Campinas: Alinea, 2008.

GARCIA, W. **Estudos contemporâneos do corpo à tecnologia**. 2011. Disponível em: <http://www.cchla.ufrn.br/Vivencia/sumarios/36/...36/13_Wilton%20Garcia.pdf/>. Acesso em: 24 nov. 2017.

_____. O corpo contemporâneo: a imagem do metrosssexual no Brasil. **Revista de Humanidades**. MEMME, 2011.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOIDANICH, M. E. Mídia, cidadania e consumo: estamos formando consumidores ou cidadãos? In: BELLONI, M. L. (Org.) **A formação na sociedade do espetáculo**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

GOLDENBERG, M. O macho em crise: um Tema de debate dentro e fora da academia. In: GOLDENBERG, M. (Org.) **Os novos desejos: das academias de musculação às agências de encontros**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

_____. **O corpo como capital**. Rio de Janeiro: Estação das Letras, 2010.

_____. Fotografia e mídias sociais. **Revista Filosofia**, ano 9, n. 116, p. 66, 2016.

GOLDHILL, S. **Amor, sexo & tragédia: como os gregos e romanos influenciam nossas vidas até hoje**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

GOMES, Laura Graziela. Novas tendências e desafios metodológicos nos estudos de consumo midiático. In: CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla (Org.) **Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos**. Rio de Janeiro: E-papers, 2016.

GONÇALVES, M. **Sentir, pensar e agir: corporeidade e educação**. 9. ed. Campinas, SP: Papirus, 1994.

GONÇALVES, H. de A. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Avercamp, 2005.

GONDIM, S. M. G. **Grupos Focais como técnica de investigação qualitativa; desafios metodológicos**. **Paidéia**, Ribeirão Preto, v. 12, n. 24, p. 149-161, 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v12n24/04.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2017.

GOUVEIA, T. M. **Os homens e seus carrinhos de compras**: um estudo sobre o comportamento do consumidor masculino no supermercado. 2006. Dissertação (Mestrado) - Faculdade Ibmec, Rio de Janeiro, 2006.

GREGOLIN, M. do R. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Revista Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 4, n. 11, p. 11-25, nov. 2007. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/105>>. Acesso em: 11 dez. 2017.

GREINER, C. **O corpo**: pistas para estudos indisciplinados. Coimbra, Portugal: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2012.

GUAZINA, Liziane. O conceito de mídia na comunicação e na ciência política: desafios interdisciplinares. **Revista Debates**, Porto Alegre, v.1, n.1, p. 49-64, jul./dez. 2007.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaraciara Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

HAN, B. C. **Da Diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

_____. **Sociedade do Cansaço**. São Paulo: Vozes, 2015.

HARA, T. **Mídia, singularidade e juventude**. 2007. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/verve/article/view/5460>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

HARARI, Y. N. **Homo Deus**: uma breve história do amanhã. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

HARAWAY, D. Manifesto Ciborgue. Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: TADEU, T. (Org.) **Antropologia do Ciborgue**. As vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica editora, 2000.

HOFF, T. M. C. Corpo masculino: publicidade e imaginário. 2004. **Revista eletrônica e-compós**. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/24/25>>. Acesso em: 20 dez. 2017.

HYCNER, R.; JACOBS, L. **Relação e cura em Gestalt-terapia**. São Paulo: Summus, 1997.

IBANEZ, J. **Más allá de la sociología**. El grupo de discusión: técnica y crítica. Madrid: Siglo XXI de Espana Editores, 1986.

IERVOLINO, S. A.; PELICIONI, M. C. F. A utilização do grupo focal como metodologia qualitativa na promoção da saúde. **Rev Esc Enf USP**, v. 35, n. 2, p. 115-21, jun. 2001.

IZQUIERDO, T. **Tendência "lumbersexual" chega ao Brasil e propõe visual rústico**. 2014. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/tendencia-lumbersexual-chega-ao-brasil/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

JOVENS são 35% dos desempregados no mundo. Brasil é destaque negativo. Disponível em: <<http://www.redebrasilatual.com.br/mundo/2017/11/jovens-sao-35-dos-desempregados-no-mundo-brasil-se-destaca/>>. Acesso em: 01 dez. 2017.

JUNG, C. G. **Sobre sentimentos e a Sombra**. São Paulo: Editora Vozes, 2014.

KANTAR Media mapeia as 10 tendências das mídias sociais para 2017. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/kantar-media-mapeia-as-10-tendencias-das-midias-sociais-para-2017/>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

KARNAL, L. **Pecar e perdoar – Deus e o Homem na História**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2014.

_____. O Medo à Liberdade e a Alma Humana. In: **Café Filosófico CPFL Cultura**. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=GGeWvC-iKyc>>. Acesso em: 09 dez. 2017.

KEHL, M. R. **A juventude como sintoma da cultura**. 2012. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/166494178/A-Juventude-Como-Sintoma-Da-Cultura>>. Acesso em: 01 dez. 2017.

KEHL, M. R. Identidades e Ressentimento Psicológico. In: **CAFÉ FILOSÓFICO**. Campinas, SP: CPFL, 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ffDb8KR1rCM>>. Acesso em: 20 maio 2016.

- KINCHELOE, J. **Mac Donald's, poder e criança**: Ronald Mac Donald faz tudo por você. Identidade social e a construção do conhecimento. Porto Alegre: Prefeitura Municipal de Porto Alegre; Secretaria de Educação, 1997.
- KORNBLIT, A. L. et al. (Coord.) **Juventud y vida cotidiana**. Buenos Aires: Biblos, 2007.
- KRUEGER, R. A.; CASEY, M. A. **Focus groups**. A practical guide for applied research. California: Thousands Oaks, 2000.
- LAKATOS, E. M; MARCONI, M. de A. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1999.
- LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- LEITE, J. A. **Metodologia de elaboração de teses**. São Paulo: McGraw-Hill, 1978.
- LIPOVESTKY, G. **Os tempos hipermodernos**. Tradução Mário Vilela. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.
- _____. **Era do Vazio**. Ensaios sobre o individualismo. São Paulo: Manole, 2005.
- _____. **O império do efêmero**: a moda e o seu destino nas sociedades modernas. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2005.
- _____. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- LLOSA, M. V. **A civilização do espetáculo**. Tradução Ivone Benedetti. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.
- LOCKE, D. **Ensaio acerca do entendimento humano**. São Paulo: Nova Cultural, 1997. (Coleção Os Pensadores).
- LUCKMANN, T. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- MACEK, J. **“Defining Cyberculture”**. 2005. Disponível em: <http://macek.czechian.net/defining_cyberculture.htm>. Acesso em: 18 nov. 2017.
- MARGULIS, M. et al. (Org.) **La Juventud es más que una palabra**: ensayos sobre cultura y juventud. 3. ed. Buenos Aires: Biblos, 2008.

- MARINHO, A.; GUGLIELMO, L. G. A. Atividade física na academia: objetivos dos alunos e suas implicações. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, v. 10, 1997. **Anais...** Goiânia: Potência, 1997.
- MARQUES, Â. C. S.; ROCHA, S. M. A produção de sentidos nos contextos de recepção: em foco o grupo focal. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6116>>. Acesso em: 01 dez. 2017.
- MATURANA, H. R. **A ontologia da realidade**. Organização e tradução Cristina Magro, Míriam Graciano e Nelson Vaz. Belo horizonte, MG: Ed. UFMG, 1997.
- MEIRA, M. Educação Estética, arte e cultura do cotidiano. In: PILLAR, A. D. (Org.) **A educação do olhar**. Porto Alegre: Mediação, 1999.
- MELO, V. A. de. Porque devemos estudar história da Educação Física/Espportes nos cursos de graduação? **Revista Motriz**, v. 3, n. 1, jun. 1997.
- MENDES DIZ, A. M. et al. (Coord.). La construcción histórico-social de la juventud: una aproximación a la promoción de la salud en el ámbito escolar. **Aprendizaje Hoy**, año 24, n. 58, 2004. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5665417.pdf>>. Acesso em: 08 dez. 2017.
- MENDES DIZ, A. M.; SCHWARZ, P. (Coord.) **Juventudes y género: sentidos y usos del cuerpo, tiempos y espacios em los jóvenes de hoy**. Buenos Aires: Lugar Editorial, 2012.
- MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. Traduzido por Carlos Alberto Ribeiro de Moura. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- MIGRAÇÃO de TVs para internet é tendência, diz especialista. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/migracao-de-tvs-para-internet-tendencia-diz-especialista-18273434#ixzz51f8LsxNY>>. Acesso em: 18 dez. 2017.
- MIRANDA, D. S. de. **Uma análise genealógica da objetivação mulher em documentos do UNICEF**. 2012. 100 f. Dissertação (Mestrado)–Universidade Federal do Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Belém, PA, 2012.

- MITTALL, B. et al. **Consumer behavior: how humans think, feel and act in the marketplace**. Cincinnati: OH: Open Mantis, 2008.
- MO SUNG, J. **Corpo, cristianismo e capitalismo**. 2003. Disponível em: <<http://www.servicio-skoinonia.org/>>. Acesso em: 16 maio 2018.
- MORGAN, D. **Focus groups as qualitative research**. London: Sage, 1997.
- MORIN, E. **A comunicação pelo meio** (teoria complexa da comunicação). Porto Alegre: Faneccos, 2003.
- _____. **Cultura de massas no século XX: neurose**. São Paulo: Editora Forense Universitária, 2005.
- MOURA, J. D. P.; VIDAL, J. A. **A influência da mídia no consumismo entre os jovens**. 2013. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernos-pde/pdebusca/producoes_pde/2013/2013_uel_geo_artigo_jose_aparecido_vidal.pdf>. Acesso em: 09 dez. 2017.
- NERI, R. F.; TARQUINI, J. R. Todos querem ser David Beckham – O “Novo Homem” é fruto da mídia ou da sociedade? **Anais do Intercom**. Rio de Janeiro, RJ, 2011.
- NIETZSCHE, F. **Humano, demasiado humano**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2005.
- OKUMA, S. S. Programa para a autonomia da atividade física: fundamentos de uma prática (conferência). In: SEMANA DE EDUCAÇÃO FÍSICA: Por uma prática fundamentada, 4.,1996, Depto. de Educação Física da Universidade São Judas Tadeu. **Anais...** 1996. p. 12-22.
- OLIVEIRA, M. A.; LEÃO, A. L. A constituição da identidade metrosssexual pelo consumo. **Revista de Negócios**, 2011.
- OLIVEIRA, J. E. C. de. O Campo de Atuação do Profissional de Educação Física e Esporte. **Revista Digital EFDeportes.com**, Buenos Aires, n. 161, 2011. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd161/o-campo-de-atuacao-de-educacao-fisica.htm>>. Acesso em: 26 dez. 2017.
- ORTEGA, F. Das utopias sociais às utopias corporais: identidades somáticas e marcas corporais. In: ALMEIDA, M. I. M.; EUGENIO, F. (Org.) **Culturas jovens: novos mapas do afeto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

PAIS, J. M. **Culturas juvenis**. Lisboa: Editora Casa da Moeda, 2003.

PAULANI, L. M. Neoliberalismo e individualismo. **Revista Economia e Sociedade**, Campinas, SP, 1999. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/ecos/article/download/.../10688>>. Acesso em: 11 dez. 2017.

PELBART, P. P. **A vertigem por um fio**: políticas da subjetividade contemporânea. São Paulo: Iluminuras, 2000.

PELEGRINI, T. **Imagens do corpo**: reflexões sobre as acepções corporais construídas pelas sociedades ocidentais. 2006. Disponível em: <http://www.urutagua.uem.br/008/08edu_pelegrini.htm>. Acesso em: 15 jun. 2018.

PEREIRA, A. B. Rolezinhos: o que esses jovens estão roubando da classe média do Brasil? [25 dez. 2013]. **Portal Geledés**. Entrevista concedida a Eliane Brum. Disponível em: <www.geledes.org.br/em-debate/colunistas/22538-rolezinhos-o-que-estes-jovens-estao-roubando-da-classe-media-brasileira-poreliane-brum>. Acesso em: 28 jan. 2014.

PERIÓDICOS vinculados a CAPES. Disponível em: <<http://www.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

PERLOFF, R. M. "The third person effect: a critical review and synthesis". **Media Psychology**, v. 1, n. 4, 1999.

PESQUISA mostra retrato da juventude brasileira. Disponível em: <<http://juventude.gov.br/juventude/noticias/pesquisa-mostra-retrato-da-juventude-brasileira#.WiGninlrzIV>>. Acesso em: 01 dez. 2017.

PINHEIRO, T. Narcisismo e Depressão. In: **CAFÉ FILOSÓFICO**. Campinas, SP: CPFL, 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bMuARtfZTEE>>. Acesso em: 20 maio 2016.

PONDÉ, L. F. Invenção do Contemporâneo: Diagnóstico de Zygmunt Bauman para a Pós-Modernidade. In: **Café Filosófico**. Campinas: CPFL Cultura, 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qx-tRVyMphk>>. Acesso em: 26 jun. 2016.

_____. **A era do ressentimento**. São Paulo: Leya Brasil, 2014.

POPE, H. G. et al. **O Complexo de adônis. A Obsessão Masculina pelo Corpo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000. p. 48-91.

PORTAL TERRA. **Especial Portal Terra**: setor de beleza, saúde e fitness tem crescimento de R\$ 8 bi por ano. 2017. Disponível em: < <https://www.terra.com.br/noticias/dino/setor-de-beleza-saude-e-fitness-tem-crescimento-de-r-8-bi-por-ano,c4ce6b556fd1f8b2aad4cb78b9709b301fy79p5g.html> >. Acesso em: 12 jun. 2018.

QUIVY, R.; CAMPENHOUDT, L. C. **Manual de investigação em ciências sociais**. Lisboa: Gradiva, 1998.

RAMOS, J. J. **Os exercícios físicos na história e na arte**: do homem primitivo aos nossos dias. São Paulo: Ibrasa, 1982.

RIBEIRO, A. **O corpo que somos**: aparência, sensualidade, comunicação. Lisboa: Editorial Notícias, 2003.

RIBEIRO, Elisa. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. In: **Evidência, olhares e pesquisas em saberes educacionais**, Araxá, n. 4. Araxá: Centro Universitário do Planalto de Araxá, 2008.

RIESMAN, D. **A multidão solitária**. São Paulo: Perspectiva, 1995.

ROLNIK, S. **Cartografia sentimental**: transformações contemporâneas do desejo. São Paulo: Estação Liberdade, 1989.

ROSÁRIO, N. M. **Mundo contemporâneo: corpo em metamorphose**. 2006. [versão online]. Disponível em: <http://www.comunica.unisinos.br/semiotica/nisia_semiotica/conteudos/corpo.htm >. Acesso em: 12 abr. 2018.

ROUDINESCO, E. **Por que a psicanálise ?** Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

RÜDIGER, F. “A Desintegração Historial vis-à-vis à Emergência da Cibercultura e do Pensamento Comunicacional.” In: WEBER, M. H.; BENTZ, I.; HOHLFELDT, A. **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

RUSSO, R. Imagem corporal: construção através da cultura do belo. **Movimento & Percepção**, Espírito Santo de Pinhal, SP, v. 5, n. 6, jan./jun. 2005.

SANDEL, M. J. **Contra a perfeição**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. [Coordenação Valdir José de Castro]. São Paulo: Paulus, 2003.

SARTRE, J. P. **O existencialismo é um humanismo**. 3. ed. Tradução de Rita Correia Guedes. São Paulo: Abril Cultural, 1987.

SCHOPENHAUER, A. **O mundo como vontade e representação**. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, 2001.

SEGUNDO Levantamento Nacional de Álcool e Drogas. UNIFESP, 2013. Disponível em: <<https://inpad.org.br/lenad/sobre-o-lenad-ii/>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

SENNETT, R. **A corrosão do caráter**: o desaparecimento das virtudes com o novo capitalismo. Rio de Janeiro: BestBolso, 2012.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 21. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

SIBILLA, P. **O corpo reinventado pela imagem**: Barbarella, 1968. Catálogo da Mostra Cinema 1968. São Paulo: Centro Cultural Caixa Econômica, 2008.

SILVA, N. M. R. da. Fake News: a revitalização do jornal e os efeitos Fact-Checking e CrossCheck no noticiário digital. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 19., 2017. Fortaleza, CE. **Anais...** Fortaleza, CE, 2017. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-0191-1.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

SILVA, F. V. da; LEITE, F. de F. A invenção do lumbersexual: memórias de uma virilidade perdida? **Revista Acta Scientiarum**, 2016. Disponível em: <<http://www.re-dalyc.org/html/3074/3074445371011/>>. Acesso em: 06 nov. 2017.

SODRE, M. **O monopólio da fala**. Petrópolis: Vozes, 2001.

STEINBERG, S. R. **Changing Multiculturalism**: New Times; New Curriculum. Buckingham, UK: Open University Press, 1997.

TAHARA, A. K.; SCHWARTZ, G. M.; SILVA, K. A. Aderência e manutenção da prática de exercícios em academias. **R. bras. Ci e Mov.**, v. 11, n. 4, p. 7-12, 2003.

TIBURI, M. **Há um sentido no feminismo filosófico?** [2007]. Disponível em: <<http://www.marciatiburi.com.br/textos/mulhereseafilosofia.htm>>. Acesso em: 09 dez. 2017.

TOURAINÉ, A. **Crítica da modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1994.

VEIGA, L.; GONDIM, S. M. G. A utilização de métodos qualitativos na Ciência Política e no Marketing Político. **Opin. Publica**, Campinas, SP, v. 7, n. 1, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762001000100001>. Acesso em: 25 out. 2017.

VON-FRANZ, M. L. **Puer aeternus. A luta do adulto contra o paraíso da infância**. São Paulo: Paulus, 1992.

WEBER, M. **A objetividade do conhecimento nas ciências sociais**. São Paulo: Ática, 2006.

WILLIS, S. **Cotidiano para começo de conversa**. Rio de Janeiro: Graal, 1997.

WITZEL, D. G.; KOGAWA, J. M. M. Respostas a uma urgência: a medicalização da virilidade no século XX. In: JÚNIOR, A. F.; SOUSA, K. M. (Org.) **Dispositivos de poder em Foucault: práticas e discursos da atualidade**. Goiânia, GO: Gráfica UFG, 2014. p. 149-170.

ZANELLA, J. C.; KLANOVICZ, L. R. F.; Homens eróticos em prova: representações masculinas na revista *Veja* (1992-1993). In: SIMPÓSIO GÊNERO E POLÍTICAS PÚBLICAS, 3., 2014, Londrina. **Anais...** Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2014. Disponível em: <<http://zip.net/bctH3X>>. Acesso em: 30 ago. 2016.

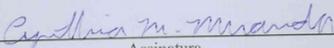
Apêndice A

Declaração do pesquisador responsável

DECLARAÇÃO DO PESQUISADOR RESPONSÁVEL

Eu, **Cynthia Mara Miranda**, abaixo assinado, pesquisadora responsável envolvida no projeto intitulado: Mídia e construção de um ideal de corpo masculino entre jovens: um estudo com frequentadores de duas academias de musculação de Palmas, **DECLARO** estar ciente de todos os detalhes inerentes à pesquisa e **COMPROMETO-ME** a acompanhar todo o processo, prezando pela ética tal qual expresso na Resolução do Conselho Nacional de Saúde - CNS no. 466/12 e suas complementares, assim como atender os requisitos da Norma Operacional da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa - CONEP no. 001/13, especialmente no que se refere à integridade e proteção dos participantes da pesquisa. **COMPROMETO-ME** também à anexar os resultados da pesquisa na Plataforma Brasil, garantindo sigilo. Por fim, **ASSEGURO** que os benefícios resultantes do projeto retornarão aos participantes da pesquisa, seja em termos de retorno social, acesso aos procedimentos, produtos ou agentes de pesquisa.

Palmas, 10 de 12 de 2017.


Assinatura

Apêndice B

Perfil dos Participantes



CENTRO UNIVERSITÁRIO LUTERANO DE PALMAS

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

Dados pessoais

Nome: _____
Data de nascimento: _____ Sexo: () Masculino () Feminino
Idade: _____
Estado civil: () Solteiro () Casado/União Estável () Divorciado/Separado () Viúvos
Tem filhos? Se sim, quantos? _____
Escolaridade:
() Ensino Médio () Ensino Superior Incompleto () Ensino Superior () Pós-Graduação
Renda Média Mensal Familiar: R\$ _____
Possui algum pertencimento religioso? Se sim, qual? _____

Apêndice C

Roteiro de perguntas

PERGUNTAS

- 1 - Há quanto tempo vocês frequentam a academia?
- 2 - O que faz vocês malharem?
- 3 - Vocês fazem alguma dieta ou suplementação para ajudar no desempenho da musculação?
- 4 - Quais os ganhos/benefícios ao se frequentar uma academia de musculação?
- 5 - Há produtos midiáticos - tais como novelas, filmes, editoriais em redes sociais e etc. - que servem de motivação para a prática de atividades físicas?
- 6 - Qual a influência da família sobre a frequência junto a uma academia de musculação?
- 7 - Vocês conhecem alguém que lhes inspira a almejar um corpo como o dele?
- 8 - Quais as mídias mais comuns usadas por vocês?
- 9 - Nas redes sociais, qual o modelo de corpo masculino que influencia vocês?
- 10 - Vocês costumam compartilhar suas rotinas de academia nas redes sociais eletrônicas?
- 11 - Se a resposta anterior for sim, o que os motiva a compartilhar?
- 12 - As pessoas com quem vocês convivem têm uma rotina de atividades físicas semelhantes as suas?
- 13 - Vocês acreditam que um modelo de corpo apresentado pelos produtos midiáticos pode influenciar na decisão de buscar pelos serviços de musculação em academia?
- 14 - Vocês se sentem melhores hoje, ao ter uma rotina de malhação, ou antes de malhar?
- 15 - Se a resposta da questão anterior for 'hoje', o que faz vocês sustentarem esta ideia?
- 16 - Vocês pretendem ampliar a suas práticas de malhação? Se sim, vocês se inspiram em alguém em especial, conhecido ou celebridade?
- 17 - Que impacto uma pessoa com um corpo malhado pode provocar nas pessoas próximas a ela?
- 18 - Já passaram por algum procedimento cirúrgico de caráter estético? Se não, têm interesse?
- 19 - Vocês acreditam que veículos como rádio e TV influenciam mais que as redes sociais?

Apêndice D

Termo de consentimento livre e esclarecido



CENTRO UNIVERSITÁRIO LUTERANO DE PALMAS

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

Termo de consentimento livre e esclarecido

Convidamos-lhe para participar da Pesquisa intitulada “Os produtos midiáticos e a construção de um ideal de corpo masculino entre jovens: um estudo com frequentadores de duas academias de musculação de Palmas”, oriunda da Universidade Federal do Tocantins a ser realizada com usuários de duas academias, ambas em Palmas-TO, sob a responsabilidade do pesquisador Sonielson Luciano de Sousa, solteiro, residente em Palmas - TO, filósofo, professor e comunicador social, o qual pretende: primeiramente realizar o processo de gravação do questionário seguido de diálogo entre os integrantes que comporão os grupos focais, para entender as variantes que motivam os participantes a frequentarem as academias. Como objetivos específicos, apresenta: 1) Observar se há relação entre mídia e construção de ideais de corpo; 2) Observar quais produtos midiáticos mais impactam os homens jovens na construção de um ideal de corpo; 3) Averiguar qual o impacto que outras variáveis, como núcleo parental e grupos sociais, têm sobre a busca de um ideal de corpo pelos jovens.

Sua colaboração se fará por meio de participação em grupos focais, a serem gravados (em áudio) e/ou registrados a partir da assinatura desta autorização. Os grupos focais serão conduzidos pela orientadora deste estudo e o autor do mesmo, e por um observador que terá a função de

auxiliar durante todas as sessões. Durante as supervisões a orientadora/supervisora do estudo balizará sobre eventuais dúvidas oriundas no processo de coleta de dados. Os dois grupos focais contará com, aproximadamente, um total de dois encontros únicos com duração média de uma hora e meia cada um. Os encontros serão realizados nas dependências das academias, em data e horário a confirmar. As supervisões serão realizadas todas as quintas-feiras, na UFT. Participarão do grupo somente os frequentadores do sexo masculino, jovens, matriculados em uma das duas academias, e que estão de acordo com os critérios de inclusão e exclusão desta pesquisa.

Os eventuais riscos decorrentes de sua participação na pesquisa são sentir algum mal-estar ou incômodo durante as sessões, pois serão tratadas questões voltadas à sua formação identitária, bem como situações que levaram a busca de um ideal de corpo. No entanto em qualquer momento, se você sofrer algum dano comprovadamente decorrente desta pesquisa, você terá direito a indenização.

Caso seja necessário, o(a) Sr.(a) terá acompanhamento e assistência permanente durante o estudo, ou mesmo após o término ou interrupção do estudo, podendo procurar o pesquisador no endereço Quadra 305 Sul, Qi 1, Alameda 10, Lote 28, Plano Diretor Sul, CEP: 77015-428 Palmas - TO, inclusive para encaminhamento a uma unidade médica, com despesas para o pesquisador. Casos de urgência e emergência decorrentes de sua participação na pesquisa procurar o Centro de Saúde mais próximo de onde estiver e contatar o pesquisador pelo telefone: (63) 9 8112.9265, para que este providencie total assistência.

Se aceitar participar, estará contribuindo para a realização do processo compreensão acerca da eventual influência dos produtos midiáticos - bem como de outras variáveis como núcleo parental e meio ambiente - sobre a construção de ideal de corpo entre homens jovens.

A sua participação é voluntária e a recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade ou perda de benefícios. Depois de consentir sua participação, o(a) Sr.(a) poderá desistir de continuar participando, tem o

direito e a liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da coleta dos dados, independente do motivo e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. O(a) Sr.(a) não terá nenhuma despesa e também não receberá nenhuma remuneração. Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas sua identidade não será divulgada e será guardada em sigilo.

O acesso aos dados coletados será permitido a orientadora/supervisora deste estudo, professora Dra Cynthia Mara Miranda, docente no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins - UFT. Todo o material coletado ficará sob a responsabilidade do pesquisador Sonielson Luciano de Sousa por cinco anos.

Para informações, esclarecimentos ou dúvidas sobre a pesquisa, em qualquer fase do estudo, o(a) Sr.(a) poderá entrar em contato com o pesquisador no endereço: Quadra 305 Sul, Qi 1, Alameda 10, Lote 28, Plano Diretor Sul, CEP: 77015-428 Palmas - TO; telefone: (63) 9 8112.9265, e-mail: sonielson.sousa@ceulp.edu.br. Caso queira poderá entrar em contato com a Orientadora da pesquisa Profa. Dra. Cynthia Mara Miranda pelo telefone: 63 98111.4684 ou e-mail: cynthiamara@uft.edu.br. Em caso de desavença com o pesquisador o(a) Sr.(a) poderá fazer contato com o Comitê de Ética em Pesquisa, no Centro Universitário Luterano de Palmas – Ceulp/Ulbra, localizado na Avenida Teotônio Segurado, 1501 Sul, Palmas – TO, CEP 77.019-900, contato (63) 3219-8076 em dia e horário comercial.

Esta pesquisa corresponde e atende às exigências éticas e científicas indicadas na Res. CNS 466/2012 que contém as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Estou ciente de que o resultado do trabalho poderá ser publicado em artigo científico ou outro meio científico de divulgação, preservando em sigilo o nome dos participantes. Este termo de consentimento será guardado pelos pesquisadores e, em nenhuma circunstância, ele será dado a conhecer a outra pessoa.

Eu, _____, fui informado (a) sobre o que a pesquisadora quer fazer e porque precisa da minha colaboração, e entendi a explicação e que caso me interessar, posso receber os resultados da pesquisa quando forem publicados. Por tudo isso, eu concordo em participar do projeto, sabendo que não receberei nenhum tipo de compensação financeira pela minha participação neste estudo e que posso sair quando quiser. Também sei que caso existam gastos adicionais, estes serão absorvidos pelo orçamento da pesquisa. Reclamações e/ou insatisfações relacionadas à participação do trabalhador na pesquisa poderão ser comunicadas por escrito à Secretaria do Comitê de Ética do Ceulp/Ulbra, e o seu nome será mantido em anonimato. Este documento será assinado em duas vias, uma via ficará comigo e outra com o pesquisador.

Assinatura do Participante

Acadêmico Pesquisador

Sonielson Luciano de Sousa

Orientadora e pesquisadora responsável

Prof. Dra Cynthia Mara Miranda

Pesquisadora Responsável: Professora Dra. Cynthia Mara Miranda, Endereço: Avenida NS 15, Quadra 109 Norte | Plano Diretor Norte, Sala 15, Bloco II - Palmas/TO | 77001-090. Fones: 63 98111.4684, E-mail: cynthiamara@uft.edu.br

Acadêmico Pesquisador: Sonielson Luciano de Sousa, Endereço: 305 Sul, Qi 1, alameda 10, Lote 28,- Plano Diretor Sul, Palmas-TO CEP 77.015-428. Fones: (63) 98112-9265, E-mail: sonielson.sousa@ceulp.edu.br

Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário Luterano de Palmas – CEP/CEULP: Endereço: Avenida Teotônio Segurado, nº 1501, sala 542, prédio 5, Palmas – TO CEP 77.019-900. Telefone: (63) 3219-8076. E-mail: etica@ceulp.edu.br.

Palmas/TO, _____ de _____ de 2018.

Apêndice E

Termo de participação da pessoa como sujeito de pesquisa



CENTRO UNIVERSITÁRIO LUTERANO DE PALMAS

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

Consentimento da participação da pessoa como sujeito da pesquisa

Eu, _____, RG
(CPF/ s/n) _____, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e ter tida a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício.

Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimento sempre que desejar.

Diante do exposto expressei minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento sem que isto leve a qualquer penalidade.

Local e data: _____, ____ de _____ de _____.

Assinatura do(a) Participante

Assinatura do Acadêmico Pesquisador

Assinatura da Pesquisadora Responsável

Apêndice F

Declaração de instituição participante



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

DECLARAÇÃO DE INSTITUIÇÃO PARTICIPANTE

Eu, **ADRIANO CHIARANI DA SILVA**, abaixo assinado, responsável pelo CEULP/Ulbra, participante no projeto de pesquisa intitulado **MÍDIA E CONSTRUÇÃO DE UM IDEAL DE CORPO MASCULINO ENTRE JOVENS: UM ESTUDO COM FREQUENTADORES DE DUAS ACADEMIAS DE MUSCULAÇÃO DE PALMAS**, que está sendo proposta pela pesquisadora **Dra. Cynthia Mara Miranda (UFT)**, orientadora do mestrando **Sonielson Luciano de Sousa** (vinculado ao Centro Universitário Luterano de Palmas - CEULP-Ulbra), **DECLARO** ter lido e concordar com a proposta de pesquisa do pesquisador proponente, bem como conhecer e cumprir as Resoluções Éticas Brasileiras, em especial a Resolução CNS466/2012 e a Norma Operacional CONEP 001/13. Esta instituição está ciente de suas co-responsabilidades e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos participantes, dispondo de infraestrutura necessária para a garantia e realização das ações previstas no referido projeto, visando a integridade e proteção dos participantes da pesquisa.

Palmas, 29 de novembro de 2017.



Adriano Chiarani da Silva
Reitor
Adriano Chiarani da Silva
Reitor
Portaria AULBRA nº 13.563/4

Apêndice G

Concordância da instituição co-participante

CONCORDÂNCIA DA INSTITUIÇÃO CO-PARTICIPANTE

Senhor/a

Declaramos que nós da Workout Academia, envolvida no projeto **MÍDIA E CONSTRUÇÃO DE UM IDEAL DE CORPO MASCULINO ENTRE JOVENS: UM ESTUDO COM FREQUENTADORES DE DUAS ACADEMIAS DE MUSCULAÇÃO DE PALMAS**, estamos de acordo com a condução do projeto de pesquisa sob a responsabilidade da profa. Dra. Cynthia Mara Miranda (UFT), nas nossas dependências, tão logo o projeto seja aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do CEULP/Ulbra, até o seu final em outubro de 2018.

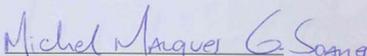
Estamos cientes que os participantes da pesquisa serão escolhidos previamente, de acordo com critérios de inclusão e exclusão, bem como de que o presente trabalho deve seguir a resolução 466/ 2012 do CNS e complementares.

Outrossim, informamos que, uma vez cientes do parecer exarado pelo Comitê de Ética, emitiremos outro documento em conformidade com as exigências da CONEP, autorizando a execução do projeto em tela.

Sendo o que se nos apresenta para o momento, enviamos nossas cordiais saudações.

Atenciosamente,

Palmas, 29/11/2017.


Michel Marques Gomes Soares
Proprietário Workout Academia

Apêndice H

Interface de Aprovação de projeto ao Comitê de Ética do CEULP/ULBRA

plataformabrasil.saude.gov.br/visao/pesquisador/gerirPesquisa/gerirPesquisa? ... comite de ética ceulp →

SITUAÇÃO DA PESQUISA

<input type="checkbox"/> Marcar Todas	<input type="checkbox"/> Não Aprovado no CEP	<input type="checkbox"/> Recurso Submetido ao CEP
<input checked="" type="checkbox"/> Aprovado	<input type="checkbox"/> Pendência Documental Emitida pela CONEP	<input type="checkbox"/> Recurso Submetido à CONEP
<input type="checkbox"/> Em Apreciação Ética	<input type="checkbox"/> Pendência Documental Emitida pelo CEP	<input type="checkbox"/> Recurso não Aprovado no CEP
<input type="checkbox"/> Em Edição	<input type="checkbox"/> Pendência Emitida pela CONEP	<input type="checkbox"/> Retirado
<input type="checkbox"/> Em Recepção e Validação Documental	<input type="checkbox"/> Pendência Emitida pelo CEP	<input type="checkbox"/> Retirado pelo Centro Coordenador
<input type="checkbox"/> Não Aprovado - Não Cabe Recurso		
<input type="checkbox"/> Não Aprovado na CONEP		

Buscar Projeto de Pesquisa Limpar

LISTA DE PROJETOS DE PESQUISA:

Tipo	CAAE	Versão	Pesquisador Responsável	Comitê de Ética	Instituição	Origem	Última Apreciação	Situação	Ação
P	83669418.4.0000.5516	1	SONELSON LUCIANO DE SOUSA	5516 - Centro Universitário Luterano de Palmas - ULBRA		PO	PO	Aprovado	

CENTRO UNIVERSITÁRIO
LUTERANO DE PALMAS -
ULBRA



Continuação do Parecer: 2.536.204

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

PALMAS, 09 de Março de 2018

Assinado por:
Fernando Rodrigues Peixoto Quaresma
(Coordenador)

A Editora Fi é especializada na editoração, publicação e divulgação de pesquisa acadêmica/científica das humanidades, sob acesso aberto, produzida em parceria das mais diversas instituições de ensino superior no Brasil. Conheça nosso catálogo e siga as páginas oficiais nas principais redes sociais para acompanhar novos lançamentos e eventos.



www.editorafi.org
contato@editorafi.org