

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE – UERN
CAMPUS AVANÇADO DE PATU – CAP
DEPARTAMENTO DE LETRAS – DL

MARIA FABRICIA DANTAS

**DISCURSOS SOBRE O CORPO *FITNESS* NO *INSTAGRAM*: UMA ANÁLISE
DOS PERFIS DE JUJU SALIMENE E GRACYANE BARBOSA**

PATU-RN

2018

MARIA FABRICIA DANTAS

**DISCURSOS SOBRE O CORPO *FITNESS* NO *INSTAGRAM*: UMA ANÁLISE
DOS PERFIS DE JUJU SALIMENE E GRACYANE BARBOSA**

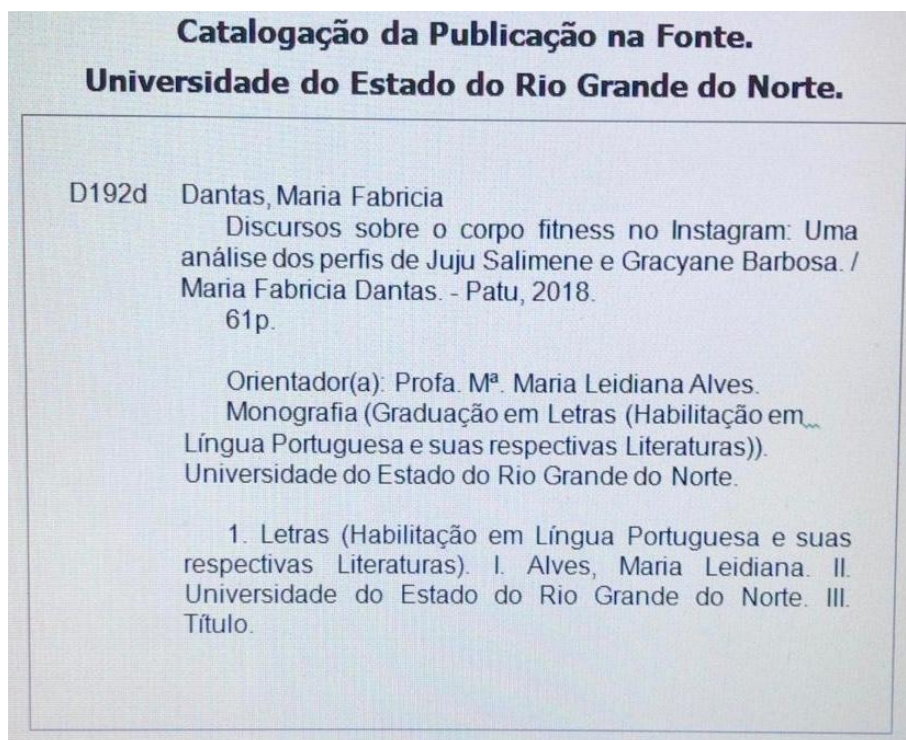
Monografia apresentada à Universidade do Estado do Rio Grande do Norte-UERN-*Campus* Avançado de Patu-CAP, Departamento de Letras, como requisito obrigatório para obtenção do título de Licenciada em Letras- Língua Portuguesa.

Orientadora: Prof^ª Ma. Maria Leidiana Alves

PATU-RN

2018

© Todos os direitos estão reservados a Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do(a) autor(a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu(a) respectivo(a) autor(a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.



O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pela Diretoria de Informatização (DINF), sob orientação dos bibliotecários do SIB-UERN, para ser adaptado às necessidades da comunidade acadêmica UERN.

MARIA FABRICIA DANTAS

**DISCURSOS SOBRE O CORPO *FITNESS* NO *INSTAGRAM*: UMA ANÁLISE
DOS PERFIS DE JUJU SALIMENE E GRACYANE BARBOSA**

Monografia apresentada à Universidade do Estado do Rio Grande do Norte-UERN-*Campus* Avançado de Patu-CAP, Departamento de Letras, como requisito obrigatório para obtenção do título de Licenciatura em Letras- Língua Portuguesa.

Orientadora: Prof^ª Ma. Maria Leidiana Alves

Aprovado em ___/___/___.

Banca Examinadora

Prof^ª Ma. Maria Leidiana Alves - orientadora
Universidade Estadual do Rio Grande do Norte- UERN

Prof. Dr. Francisco Vieira da Silva
Universidade Federal do Semi-árido - UFERSA

Prof^ª Ma. Antonia Sueli Da Silva Gomes Temóteo
Universidade Estadual do Rio Grande do Norte- UERN

Dedico primeiramente esse trabalho a Deus por ter me dado o dom da vida e ter me ajudado a chegar até aqui onde estou. Em segundo lugar, a minha família, o meu porto seguro. Em especial a minha mãe Maria Deuzanete Dantas essa mulher maravilhosa que sempre caminhou ao meu lado me incentivando a ser sempre uma pessoa melhor, aos meus amigos que me incentivaram direta e indiretamente na minha formação acadêmica. E, por fim, a todos os meus professores que assim como eu querem ver o nosso país com uma boa educação para todas as crianças/ jovens. O meu muito obrigada! FELICIDADE E GRATIDÃO são as palavras que me expressam nesse momento.

AGRADECIMENTOS

Foram quatro anos de muita luta, experiências, esforço e determinação. Durante essa jornada da minha vida acadêmica, não foi nada fácil construir esse sonho. Sonho este, que também era um grande sonho para minha família em especial para a minha mãe. Fiz da minha dificuldade a minha motivação para continuar caminhando na busca do meu objetivo. Enquanto você sonha e batalha por esse sonho, Deus trabalha por você.

Nesse momento tão esperado e ao mesmo tempo tão especial, quero agradecer a Deus, que sem ele não estaria nesse momento aqui e não teria conseguido chegar onde estou. Quero agradecer também à minha família por todo o apoio, ao meu pai Francisco Valdo Bandeira que sempre esteve presente nas minhas conquistas, por ter sido um grande pai durante todos esses anos, à minha irmã Maria Fernanda Dantas que sempre me apoiou mesmo eu sendo uma pessoa explosiva, ela sempre manteve a calma e tentou me ajudar. Agradecer também à minha segunda mãe (avó) Antônia Assis Dantas, dando conselhos e também não deixando me faltar nada, agradecer também aos meus tios e tias, meus primos que de forma direta e indireta contribuíram bastante ao longo desses quatro anos. Quero agradecer à pessoa mais especial da minha vida, a minha guerreira, a dona de casa que tinha um grande sonho em ver suas filhas formadas, a mulher que fez o possível e o impossível pra eu chegar até aqui, a minha mãe Maria Deuzanete Dantas, o meu porto seguro, ao meu lado conseguiu me ajudar a vencer essa jornada.

Quero agradecer também a todos os meus amigos que sempre estiveram presentes direta e indiretamente me ajudando a chegar até aqui, principalmente à minha amiga Vilanubia Silva. Agradeço também a todos os meus colegas do curso de Letras, em especial ao nosso grupinho formado desde dos primeiros dias de aula, os “avoetes” e à minha amiga Natália. Mas meus agradecimentos vão especialmente para duas pessoas que são mais que amigos/irmãos: Aristóteles e Lorena. Ajudaram sempre a continuar firme nessa jornada, mesmo passando por diversos momentos difíceis. Obrigada por ter me proporcionado essa grande amizade no decorrer do curso, irei guardar todos os nossos momentos para o resto da minha vida.

Agradeço também a todos os meus professores pela paciência que tiveram comigo durante todo o curso, em especial a minha professora, orientadora mestre Maria Leidiana Alves por toda paciência e dedicação na orientação deste trabalho. Agradeço

também à minha banca que será composta por dois grandes professores Prof^a Ma. Antonia Sueli Da Silva Gomes Temóteo e Prof. Dr. Francisco Vieira da Silva que ajudaram a enriquecer meu trabalho.

O MEU MUITO OBRIGADA!

“Um corpo perfeito começa com bons pensamentos, autoestima elevada, amor e prazer nas coisas simples.”

(Jacqueline Batista)

LISTA DAS FIGURAS

Postagem 01-----	34
Postagem 02-----	39
Postagem 03-----	46
Postagem 04-----	53

RESUMO

Com o avanço da tecnologia, muitas redes sociais destacam-se como potentes agentes de difusão de mídias, entre eles, o *Instagram* ganha ênfase como um agente de divulgação, com alta aceitação por parte dos internautas. Considerando essa realidade, o presente estudo objetivou uma análise dos discursos sobre o corpo *fitness* feminino em perfis do *instagram*. Discursos esses que podem ser enquadrados dentro dos padrões estéticos impostos hoje pela sociedade. Principalmente direcionados às mulheres que costumam ser o público mais afetado. Nesse sentido, buscou-se identificar os discursos sobre o corpo *fitness* da figura feminina construídos a partir de publicações e de comentários das páginas do *Instagram* das famosas: Gracyane Barbosa e Juju Salimene, a partir do interdiscurso e da memória discursiva retomados. O *corpus* é composto por quatro publicações, duas de Juju Salimene e duas de Gracyane Barbosa, bem como alguns comentários sobre as publicações. A pesquisa é de natureza qualitativa e documental. Para tanto, utilizou-se como embasamento teórico os estudos discursivos na perspectiva de Brandão (2004), Foucault (2012), Orlandi (2002), Gregolin (2007), Vasconcelos (2004), Boltanski (1984), entre outros. Partindo desses princípios, percebemos como a figura feminina especificamente pelo seu corpo é influenciada e estereotipada pela mídia. As famosas em suas publicações podem ser vistas como recursos persuasivos, pois o público se identifica com elas, pelo fato de representarem, serem adeptas aos treinos, almejando seus resultados expostos. Dessa forma, encontramos diversos estereótipos criados pelos discursos sobre as famosas como musas, deusas, perfeição, gostosa, criados para enaltecer o corpo feminino na mídia, tendo o corpo *fitness* como inspiração e utopia para diversas seguidoras.

Palavras-chave: Corpo feminino. Discursos. Corpo *fitnes*. *Instagram*.

ABSTRACT

With the technology advancing, many social networks stand out as powerful agents of diffusion of media, among them, the Instagram gains emphasis like a agent of disclosure, with high acceptance by the netizens. Considering this reality, the present study aimed at an analysis of the discourses about the female fitness body in instagram profiles. These discourses that can be framed within the aesthetic standards imposed by society today. Mostly targeted to women who are usually the public most affected. In this sense, we sought to identify the discourses about the fitness body of female figure constructed from publications and comments from the pages on Instagram of the famous: Gracyane Barbosa and Juju Salimene, from interdiscourse and discursive memory resumed. The *corpus* is composed of four publications, two by Juju Salimene and two by Gracyane Barbosa, as well as some comments on the publications. The research is qualitative and documentary. For that, we use as theoretical material the discursive studies in the perspective of Brandão (2006), Foucaut (2012), Orlandi (2002), Gregolin (2007), Vasconcelos (2004), Boltanski (1984) and others. Starting from these principles, we perceive how the female figure is influenced and stereotyped by the media specifically by her body. The famous in their publications can be seen as persuasive resources, because the public identifies with them, wherefore they represent, being adept to workout, aiming at their exposed results. In that way, we find several stereotypes created by the discourses about the famous as muses, goddesses, perfection, delicious, created to enhance the female body in the media, having the fitness body as inspiration and utopia for several followers.

Keywords: Female body. Discourses. Fitness body. Instagram.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1 CONSIDERAÇÕES SOBRE A ANÁLISE DO DISCURSO (AD)	16
1.1 CONTRIBUIÇÕES DIALÓGICAS PARA AD	17
1.2 DISCURSO, IDENTIDADE E MÍDIA.....	19
2. CORPO E MÍDIA	23
2.1 CORPO FEMININO E SUAS TRANSFORMAÇÕES NO TEMPO	26
2.2 DISCURSO SOBRE O CORPO FITNESS	28
3. O CORPO FITNESS.....	33
3.1 JUJU SALIMENE.....	34
3.2 GRACYANE BARBOSA	46
CONCLUSÃO	58
REFERÊNCIAS.....	60

INTRODUÇÃO

No mundo pós-moderno, a busca por um corpo perfeito não é mais uma questão de estética, e sim um ideal de vida. Nesse contexto, a mídia tem o papel de influenciadora e doutrinadora de tendências que, intrinsecamente, demandam padrões “perfeitos” para uma pessoa comum, principalmente nos casos da figura feminina. Quem não se adequa a esses padrões é excluído das esferas sociais e midiáticas em que a sociedade vive. Dessa forma, muitas mulheres recorrem a diversas dietas inadequadas sem acompanhamento profissional, procedimentos cirúrgicos (lipoaspiração) radicais e clandestinos em muitas situações, tratamentos invasivos, que apresentam risco à integridade física e pode provocar distúrbios como a anorexia, que causam, em determinados casos, morte.

Um dos grandes “atrativos” da atualidade está vinculado à popularidade e reconhecimento nas mídias digitais. A quantidade de seguidores, amigos, “likes” e comentários, estão diretamente ligados à sua popularidade e nível de influência dentro do espaço de convívio nas redes de comunicação. Dessa forma, há uma atenção especial voltada para a mulher e seu estilo de vida (corpo escultural, dietas regradas, estilo de roupa diferenciado, etc.). Encontramos exemplos de mulheres que possuem esse corpo desejado por diversas pessoas nas seguintes “celebridades”: Gracyanne Barbosa e Juliana Salimene, ambas apresentando corpos esculturais, regrados através da musculação e dietas, que vêm atraindo a atenção de pessoas que desejam copiar seu estilo de vida e beleza, ou apenas olhares curiosos e/ou admiração.

Dentro dessa perspectiva, a presente pesquisa destina-se a analisar os discursos sobre o corpo *fitness* feminino em postagens do perfil do *Instagram* de Gracyane Barbosa e Juliana Salimene frente às influências e efeitos da estética e dos padrões de beleza, investigando a forma como eles refletem os interdiscursos na busca por uma boa forma. Aspectos que espelham o padrão feminino obtido e exibido na mídia como objeto de desejo e sua influência na construção da identidade feminina atual.

A partir dos estudos da construção de identidade, algumas páginas do *Instagram*, como por exemplo, as de Gracyanne Barbosa e Juliana Salimene, vêm sendo grandes influencer digital no que diz respeito à personalidade do ser humano, especificamente da figura feminina. Esses padrões da mídia fazem com que diversas mulheres que não possuem corpos musculosos, iguais aos delas, sintam-se diminuídas diante da sociedade

e até mesmo nas redes sociais, provocando a insatisfação por algo que muitas vezes não conseguem, levando a pensarem e agirem de maneira mecanizada, de acordo com o que é exposto pelas celebridades citadas.

No ambiente midiático digital, um dos meios influenciadores é o *Instagram*, no qual diversas pessoas expõem, por meio das publicações, *stories*, e também por meio das propagandas veiculadas nas páginas citadas, que além de compartilhar um pouco do seu dia a dia, apontam traços de personalidades, dos gostos e até mesmo dos seus valores na tentativa de criar uma imagem para a sociedade. Desta forma, a mídia digital é utilizada como objeto de entretenimento, mas acaba por induzir de forma inconsciente seu público um padrão de beleza único a um dado padrão, alimentando, assim, resistências à mulheres gordas.

A pesquisa de caráter monográfico se justifica por estudar a exposição da mulher na mídia e suas consequências num processo de mudanças drásticas impostas por padrões de beleza e *status* nas redes sociais. A mídia vem crescendo cada vez mais e nos proporcionando diversas formas de entretenimentos, como o *Instagram* uma rede social de bastante acesso que a cada dia, amplia seus atrativos, páginas de humor, cosméticos, e musculação vem aumentando a visualização e os números de seguidores a partir de suas publicações, como percebemos nas páginas de Juju Salimene com mais de 13,4 milhões de seguidores e Gracyane Barbosa com mais de 7,1 milhões, mulheres com corpos musculosos vem disponibiliza em suas páginas o seu dia a dia, treinos pesados, dietas rigorosamente regradadas, dicas de suplementações e em outros, chamando a atenção de diversos seguidores, conquistando um seguidor a partir do seu corpo.

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva interpretativa e documental. Segundo Marconi e Lakatos (1999). A característica da pesquisa documental consiste em sua fonte na coleta de dados restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser recolhidas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois. A pesquisa tem como foco principal as publicações das famosas citadas, trazendo como base a utilização do *Instagram* como local de coleta e análise de material do *corpus* constituído por propagandas postadas nas páginas de Gracyane Barbosa e Juju Salimene.

O estudo está dividido em quatro capítulos, começando pela introdução ao tema exposto e toda a estrutura do trabalho monográfico, em seguida, temos o referencial teórico, que nos norteia a respeito dos discursos sobre o corpo feminino na mídia e a

história da análise do discurso nos trazendo pontos importantes para enriquecer a nossa pesquisa, com autores como: Vasconcelos (2004), Boltanski (194), Brandão (2004), Foucault (2012), Orlandi (2002), Gregolin (2007), entre outros, que contribuem com o interdiscurso e com o corpo feminino na mídia.

Em seguida, vem à análise dos discursos que a mídia constrói, idealizando o corpo da mulher, em diversos comentários ao chamá-las de “Deusa”, “musa”, “perfeição” e em outros, analisaremos todos esses estereótipos que os seguidores julgam como “corpo perfeito”, considerando também a memória discursiva e interdiscurso retomados nessas materialidades discursivas, buscando fazer uma reflexão voltada para a compreensão da figura da mulher e a exposição do corpo na mídia. Utilizaremos para fazer essa análise o *corpus* constituído por quatro postagens mais os comentários, sendo duas da página de Juju Salimene e dos perfis de Gracyane Barbosa, publicadas no seu *Instagram*, observando pontos influenciadores que possam levar aos discursos sobre o a busca pelo corpo *finnes*, perfeitos, refletindo sobre os estereótipos construídos nessa materialidade discursivizada, e por último, a conclusão da pesquisa.

1 CONSIDERAÇÕES SOBRE A ANÁLISE DO DISCURSO (AD)

A discussão sobre os fundamentos teóricos que envolvem a AD, em seu início e progresso, se desenvolve com pensamentos de grandes autores que contribuem com a discussão dentro da área. O foco se volta para discorrer sobre as condições, formações e discursivas e ideológicas que despertam a memória discursiva dentro do interdiscurso, ao retomar discursos anteriores dentro de formações específicas.

A linguagem enquanto objeto de estudo em seu correr histórico tem os ensinamentos de Saussure como base para ser estudada dividida entre a dicotomia de língua e fala responsável pela representação e construção da realidade (BRANDÃO, 2004). A linguagem se torna ferramenta responsável pela construção de sentidos na sociedade, através de signos que acompanham o desenvolver das ideologias presentes na sociedade atual. Brandão argumenta que:

Como elemento de mediação necessária entre o homem e sua realidade e como forma de engaja-lo na própria realidade, a linguagem é lugar de conflito, de confronto ideológico, não podendo ser estudada fora da sociedade, uma vez que os processos que a constituem são histórico-sociais. (BRANDÃO, 2004, p. 11).

Assim, a linguagem é uma mediação entre sociedade e realidade, sendo responsável por situar e motivar o ser humano a descobrir e compreender o real. A conscientizar que existem confrontos e conflitos ideológicos dentro da linguagem, condição que não permite excluí-la da sociedade, mas sim envolvê-la como recurso de construção de identidade e ideológica.

A AD surge para se comprometer em acompanhar e estudar os fenômenos que ocorrem na linguagem, sobre sua estrutura e capacidade de produção de sentido. A AD ascendeu na Europa, a partir do interesse de formalistas russos em estudar o campo linguístico (BRANDÃO, *apud* MAINGUENAU, 2004). Garcia aponta que o nascimento da AD serviu como reação às concepções, as ideologias de linguagem e teorias sociais na França, na década de 60 (GARCIA, 2003). Nesta visão, é aceitável que a AD aparece como ferramenta para desvendar os efeitos e sentidos dentro da linguagem quando manifestada pela sociedade. Brandão discorre sobre a AD incluído em uma perspectiva interdisciplinar também dentro das correntes teóricas francesas:

Nos anos 60, sob a égide do estruturalismo, a conjuntura intelectual francesa propiciou, em torno de uma reflexão sobre a "escritura", uma

articulação entre a linguística, o marxismo e a psicanálise. A AD nasceu tendo como base a interdisciplinaridade, pois ela era preocupação não só de linguistas como de historiadores e de alguns psicólogos. (BRANDÃO, 2004, pág. 16.).

A autora apresenta a AD como uma perspectiva teórica interdisciplinar, pois era uma temática que poderia ser de interesse de outros públicos pesquisadores além dos linguistas. Áreas como o marxismo e a psicanálise também se demonstravam interessadas em discutir a AD, através de seus pesquisadores. *Status* que estendia a AD além da compreensão discursiva, propiciava também a oportunidade de conhecer a relação do sujeito com a escrita em sua história como recurso de identificação e também de equilíbrio mental. Brandão expõe que a AD assiste seu sentido se diversificar para outras áreas, carregando ao sentido interdisciplinar. Uma proliferação que manifesta o sentido da polissemia, quando há mais de uma voz presente em um discurso (BRANDÃO, 2004). Situação que ocorre na AD ao envolver visões de áreas distintas, manifestando um sentido fluído, algo heterogêneo, aberto a presença de compreensões e vozes diferentes, que se confrontam em sua estrutura ideológica.

Orlandi em sua tradução de *Inquietação do Discurso* (2003) argumenta também sobre as raízes da AD e o seu papel inicialmente [...] “uma máquina discursiva e um instrumento de reviravoltas que lançava questões fundamentais sobre os textos, a leitura e os sentidos” (ORLANDI, 2003, p. 152). A AD surge para revolucionar os estudos linguísticos. Ela concede a oportunidade de conhecer a linguagem em sua estrutura e sentido. Sua crítica é concentrada nas resoluções sobre o fazer o discurso, explicar o processo de construção discursiva.

1.1 CONTRIBUIÇÕES DIALÓGICAS PARA AD

Na influência francesa na AD, duas linhas de conceito se destacam: a ideologia e o discurso. A primeira baseada nos ensinamentos de Althusser, e a segunda nos pensamentos de Foucault, assim delimita Brandão (2006).

Althusser discute em seu livro *Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado* (1970) os meios que fazem e moldam o pensamento da população de forma manipuladora, como afirma o autor [...] para manter sua dominação, a classe dominante gera mecanismos de perpetuação ou de reprodução das condições materiais, ideológicas políticas de exploração [...] (BRANDÃO, 2004, p. 23). O mesmo autor ainda aponta

que havia denominações específicas: O ARE (Aparelho do Estado) que representa a polícia, as prisões, a administração, os tribunais, e os AI (Aparelhos Ideológicos) que compreendiam instituições como a informação, a escola, política, cultura e etc (1970). Essas ferramentas funcionam como ideologia e têm como característica influenciar o indivíduo de forma ideológica, sendo responsáveis por sua formação pensante e crítica. Uma ação que em muitos casos levava o sentido de manipulação.

A linha discursiva tem os pensamentos de Foucault como apoio teórico que conceitua o discurso como uma forma de dispersão sem ter compromisso algum com unidades, e AD seria responsável por estudar esses discursos e condicionar determinadas regras que manifestem as formações discursivas (BRANDÃO, *apud* FOUCAULT, 2004). Assim, o discurso se mostra sem ter o dever de se prender ou de depender de algo único, mas torna-se objeto de algo mais amplo, a sociedade. A AD situa os discursos em suas propícias formações discursivas através da criação de regras, que servem para sistematizar e condicionar o aprendizado sobre a língua em sua fala.

O autor argumenta que essa dispersão também pode ser ligada a um nível de desnivelamento discursivo, como o mesmo retrata em sua obra *A Ordem do Discurso* (1996):

Em suma, pode-se supor que há, muito regularmente nas sociedades, uma espécie de desnivelamento entre os discursos: os discursos que "se dizem" no correr dos dias e das trocas, e que passam com o ato mesmo que os pronunciou; e os discursos que estão na origem de certo número de atos novos de fala que os retomam, os transformam ou falam deles, ou seja, os discursos que, indefinidamente, para além de sua formulação, *são ditos*, permanecem ditos e estão ainda por dizer. (FOUCAULT, 1971, p. 22).

O autor condiciona o discurso como elemento em constante movimento em meio à sociedade, passível a reformulações, retomadas ou referências no uso da fala. O discurso não se perde, ao ser dito ele se integra na sociedade servindo de ponto de ignição para os discursos posteriores. Esse condicionamento coloca um *status* de que ninguém é dono do seu discurso, pois sempre terá como referência algum que tenha sido mencionado anteriormente. Eles permanecem conectados através das formações discursivas que são colocados com seus fins e meios. Esse ambiente é o que causa o desnivelamento alegado por Foucault, os discursos permanecem em constante movimento através das trocas de falas no dia a dia, favorecendo o desenvolvimento da linguagem e construção de sentidos.

Orlandi em seu livro *Análise do Discurso* (2002), também explica sobre a formação discursiva, com foco na relação das palavras que se interligam quando o discurso é dito: “As palavras falam com outras palavras. Toda palavra é sempre parte de um discurso. E todo discurso delinea na relação com outros: dizeres presentes e dizeres que se alojam na memória” (ORLANDI, 2002, pág. 43). Assim, a autora diz que as palavras ocasionam um diálogo entre elas, permitindo uma situação de dependência e ligamento nos discursos que se concretizam através das palavras que tomam como base elas mesmas, que sempre fazem retomadas a outros discursos, enfatizando a ideia de que não é possível ser dominador do discurso. As palavras precisam de alguma referência para serem manifestadas, sejam os discursos correntes na atualidade, sejam os discursos que concretizaram no passado. Orlandi (2002) explica que essa condição se exterioriza por causa da relação de sentidos entre os discursos:

As condições de produção, que constituem os discursos, funcionam de acordo com certos fatores. Um deles é o que chamamos relação de sentidos. Segundo essa noção, não há discurso que não se relacione com outros. Em outras palavras, os sentidos resultam de relações: um discurso aponta para outros que o sustentam, assim como para dizeres futuros. (ORLANDI, 2002, pág. 39).

Dessa forma, o discurso pode ser visto como objeto passível a amplitude, que concede continuidade ou progresso de outro discurso, uma relação contínua, que seguirá referenciando discursos anteriores e servindo de gatilho para os posteriores. Não há como delimitar onde começa e termina os dizeres, eles são correntes, estão em constante movimento, não permanecem estáveis, pois se manifestam através da linguagem que acompanha o caminhar da sociedade, atribuindo um sentido interdiscursivo.

1.2 DISCURSO, IDENTIDADE E MÍDIA

Para manifestar os efeitos dentro de cada dizer a AD toma conhecimento de condições de produção que levam ao sentido do interdiscurso. Orlandi (2002) explica que esses dois pontos são importantes para buscar a relação de sentido entre as palavras dentro do discurso. As condições de produção compreendem o papel do sujeito e a situação criada, envolvendo a memória como elemento determinante para produção de sentido (ORLANDI, 2002). A autora aponta que as condições de produção serão o ponto determinante para as produções de sentido e relação entre as palavras no discurso, levando em conta que a memória trabalha em conjunto, retomando os discursos já ditos

e possibilitando que outros sejam ainda ditos. O autor enfatiza a relação da memória com o interdiscurso:

A memória por sua vez, tem suas características, quando pensada em relação ao discurso. E, nessa perspectiva, ela é tratada como interdiscurso. Este é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Ou seja, é o que chamamos memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pre-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando a tomada da palavra. (ORLANDI, 2002, pág. 31).

Dessa forma, a memória pode ser tratada como interdiscurso, pois possibilita o manifesto do discurso em lugares e tempos, através das referências e retomadas dos dizeres anteriores, e também posteriores através de muitos meios como a mídia, que se torna na sociedade atual um dos principais meios discursivos. O interdiscurso pode inferir no sujeito em sua significação através dos dizeres, manifestando sentidos como a identidade e desejo. Aspectos que estão presentes na mídia.

Gregolin (2007) explica que os sentidos acompanham os textos que envolvem a sociedade. O interdiscurso pode não ser visto, é mascarado dentro dos discursos criados com base em outros, condição de memória, necessária para satisfazer o interdiscurso, pois o sujeito não é dono e nem origem do sentido, impossibilitando de enxergar o interdiscurso produzido socialmente no cotidiano, assim delimita a autora. O sujeito nem sempre consegue identificar ou compreender o interdiscurso a sua frente, é necessário a familiaridade, o contato diário para que se possa enxergá-lo nos textos, ou então, serão considerados textos sem sentidos, sem propósito. A autora retrata a necessidade de certas condições para poder ser enxergado o interdiscurso nos textos:

O efeito de coerência e unidade de cada texto é construído por agenciamentos discursivos que controlam, delimitam, classificam, ordenam e distribuem os acontecimentos discursivos em dispersão e permitem que um texto possa “estar em relação com um domínio de objetos, prescrever uma posição definida a qualquer sujeito possível, estar situado entre outras performances verbais, estar dotado, enfim, de uma materialidade repetível” (FOUCAULT, apud. Gregolin, 2007, pág. 16).

Nas palavras de Foucault (2007), a autor explica que para a construção do interdiscurso são necessários condicionamentos para delimitar, classificar, ordenar e distribuir os dizeres que se dispersam na sociedade. Eles permitem que o texto esteja ligado ao objeto e que construa o sentido do sujeito em suas performances verbais e não

verbais. O interdiscurso então é considerado ferramenta fundamental para que sujeito se identifique e se integre em meio à sociedade. Não seria diferente com a mídia, que envolve os tipos textuais mais lidos atualmente.

Gregolin coloca as mídias sociais como elementos importantes e necessários para o ser humano nesse contexto contemporâneo, pois através delas ele pode construir e produzir sentidos através de relações:

A criação dessa ilusão de “unidade” do sentido é um recurso discursivo que fica evidente nos textos da mídia. Como o próprio nome parece indicar, as *mídias* desempenham o papel de mediação entre seus leitores e a realidade. O que os textos da mídia oferecem não é a realidade, mas uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta. (GREGOLIN, 2007, pág. 16).

A autora reflete sobre a sociedade atual que demonstra maior preferência para os textos midiáticos, pôr na maioria das vezes serem textos menores, e de linguagem mais compreensível, possivelmente, mas o que se pode destacar nas palavras dele é que as mídias representam a tipologia textual atualmente. Elas mediam a relação de seus leitores com a realidade, não trazendo a realidade em si, e simbologias que servem como representação, que o sujeito deve estar apto para identifica-las para poder construir o sentido da realidade que o cerca. Essa possibilidade de construção de sentidos é o que relaciona ao interdiscurso.

Gregolin (2007) considera que as mídias sociais são o gênero discursivo que melhor simboliza a realidade, permitindo a construção de uma “história do presente” como um evento que provoca a memória e o esquecimento. A mídia configura a historicidade que infere e constrói a sociedade atual, manifestando tanto a identidade ligada ao passado como ao presente.

As mídias nas palavras de Gregolin (2007), possuem esse *status* de melhor meio para historicidade por oferecer discursos que simbolizam a realidade que circula o sujeito, influenciando a construir suas identificações e ideologias consequentemente:

[...] os discursos se fundam na relação interdiscursiva, o que se deve é “construir um sistema no qual a definição de rede semântica que circunscreve a especificidade de um discurso coincide com a definição de relações deste discurso com seu Outro. (BRANDÃO, 2004, pág.91).

Brandão (2004), argumenta que as redes semânticas do discurso devem se identificar com o outro, ou seja, o leitor, para que assim se manifeste o interdiscurso e

sujeito possa construir suas ideologias e identidades. Fator que ocorre com as mídias, pois elas são as mediadoras do ser humano no contexto atual da sociedade, buscando a aproximação do sujeito através de sua forma. As relações semânticas que possibilitam o sujeito compreender os sentidos que envolvem sua realidade, só ocasionam devido à intensa motivação de discursos sem parar. Os discursos são contínuos, retomam e produzem dizeres constantemente, aspecto que pode estar ligado à memória que terá papel fundamental na construção do interdiscurso, e não poderia ser diferente nas mídias.

Nunes em seu livro *O Papel da Memória* (1999) também trabalha a importância da memória para a produção do interdiscurso:

Analisando a construção discursiva do sentido e o funcionamento dos implícitos, Pierre Achard mostra que a memória não pode ser provada, não pode ser deduzida de um corpus, mas ela só trabalha ao ser reenquadrada por formulações do discurso concreto em que nos encontramos. (GREGOLIN, 2007, p. 08).

O autor traz a memória como ferramenta também de produção de discurso para influenciar também o sujeito em seu papel na sociedade para enxergar os sentidos contidos nos discursos que o cercam como as mídias. Como já mencionado, a memória se torna elemento determinante para produção de interdiscurso. O fato de as mídias serem vistas como melhores para “história do presente”, provocando memória e esquecimento, colocam a memória também como instigadora à identificação com os discursos, pois eles estão se reproduzindo, eles não desaparecem.

Por meio dessas redes simbólicas, a mídia faz parecer que a identidade é essencialmente resultado de uma construção do próprio eu; assim, cria-se a idéia de que ela é projeto de cada indivíduo, criado ao longo da sua vida e desenvolvido a partir de suas próprias escolhas. (GREGOLIN, 2004, pág. 01).

Gregolin (2004), apresenta a mídia como instrumento de identificação de massa. A identidade sendo um resultado da construção do eu, a mídia apresenta esse aspecto como necessário para o sujeito, fazendo-o buscar de qualquer forma, se identificar, sem considerar o fato de que se deve construir a identidade de maneira natural. Esse contexto se manifesta em recorrência dos discursos que a memória pode manifestar e motivar, dentro de um ciclo em constante movimento. A autora enfatiza que a identidade se origina dos efeitos de sentido manifestados pelas retomadas e reformulações do discurso com a memória:

Rememoração e esquecimento fazem derivar do passado a interpretação contemporânea, pois determinadas figuras estão constantemente sendo recolocadas em circulação e permitem os movimentos interpretativos, as retomadas de sentidos e seus deslocamentos. Os efeitos identitários nascem dessa movimentação dos sentidos. (GREGOLIN, 2007, pág. 16).

É desta forma que o sujeito consegue se identificar com os textos da sua realidade, através da retomada de discursos e os seus deslocamentos. A rememoração constrói e integra a identidade do sujeito em sua realidade. Para Gregolin (2007), como já mencionado, as mídias são os principais textos com que o sujeito mais se identifica, permitindo assim ser um dispositivo discursivo para construir “a história do presente”. Esse evento se manifesta por causa da importância da memória, conseqüentemente também o interdiscurso, já que a memória é um elemento que está inserido dentro dele. O deslocamento de discursos provoca a movimentação de sentidos que criam, que inferem no sujeito a possibilidade de identificação.

Não se pode ignorar o fato de os discursos poderem ter uma relação por meio das palavras, seria restringir todos os efeitos discutidos e também tirar o valor da AD. Brandão (2004), alerta sobre esse detalhe enfatizando sobre o inegável dialógico, caráter dialógico que há em todos os discursos, a interação dos dizeres (BRANDÃO, 2004). Para enxergar os sentidos por trás dos discursos, então é necessário, antes de tudo considerar que ele dialoga com outros, sejam eles anteriores ou posteriores. É desta forma que as condições para produção de efeitos de sentidos se manifestam, se for o contrário, o discurso irá parecer um elemento sem possibilidade de produção de sentido.

Com as mídias, o sujeito só consegue a identificação pelo fato de perceber que elas também dialogam com outros discursos, mesmo que de maneira inconsciente. Gregolin (2007) aponta que os sujeitos apresentam características sociais e sentidos históricos, condições que motivam os discursos a se confrontarem, expressarem suas lutas e desejos dentro de dispositivos indenitários que dispersam o discurso (BRANDÃO, 2004).

2. CORPO E MÍDIA

Ao que sobra só resta encobrir-se; o decoro das atitudes esconde os corpos, a decência das palavras limpa os discursos. (FOUCAULT, 1992, p.124).

Com base na epígrafe que abre este capítulo vemos a importância que o corpo tem na sociedade em geral, e isso vai além do corpo biológico, mas até mesmo no que difere entre mental e físico. Este corpo que Foucault cita é aquele que está encoberto na sociedade, seja por códigos linguísticos ou por roupas sociais.

No corpo, percebemos (re)significações, mudanças, lugares de desejo e utopias. É ele quem faz com que repensemos as experiências vividas e transcorridas ao longo dos tempos. Assim, Foucault afirma que:

[...] sobre o corpo se encontra o estigma dos acontecimentos passados do mesmo modo que dele nascem os desejos, os desfalecimentos e os erros; nele também eles se atam e de repente se exprimem, mas nele também eles se desatam e entram em luta, se apagam uns aos outros e continuam seu insuperável conflito. (FOUCAULT, 1979, p. 22).

Esse corpo que o autor cita vai muito além do passado em que este percorre, mas torna-se lugar de desejos, erros, acertos, manifestações e lutas que entram em contato com as memórias discursivas.

Assim, o corpo se torna um acontecimento discursivo, e percorre discursos de outros e de nós mesmos, constituindo-se não apenas de elementos linguísticos, por exemplo, mas também de capacidades inerentes aos seres humanos.

Quando pensamos em corpos como utopias, ou seja, como corpos pensados para satisfazer outros desejos, pensamos em algo que atravessa sonhos, formas não reais e criações do pensamento humano; mas o que é necessário que entendamos é que, mesmo diante de muitas realidades em que os corpos pertencem, as pessoas trazem novos significados a esse conceito, criando novas formas (utopias) para exibir seus corpos como objetos biológicos.

O corpo é também um grande ator utópico quando se pensa nas máscaras, na maquiagem e na tatuagem. Usar máscaras, maquiar-se, tatuar-se, não é exatamente, como se poderia imaginar, adquirir outro corpo, simplesmente um pouco mais belo, melhor decorado, mais facilmente reconhecível. Tatuar-se, maquiar-se, usar máscaras, é, sem dúvida, algo muito diferente; é fazer entrar o corpo em comunicação com poderes secretos e forças invisíveis. A máscara, o sinal tatuado, o enfeite colocado no corpo é toda uma linguagem: uma linguagem enigmática, cifrada, secreta, sagrada, que se deposita sobre esse mesmo corpo, chamando sobre ele a força de um deus, o poder surdo do sagrado ou a vivacidade do desejo. A máscara, a tatuagem, o enfeite coloca o corpo em outro espaço, o fazem entrar em um lugar que não tem lugar diretamente no mundo, fazem desse corpo um fragmento de um espaço imaginário, que entra em comunicação com o universo das divindades ou com o universo do outro. Alguém será

possuído pelos deuses ou pela pessoa que acaba de seduzir. Em todo o caso, a máscara, a tatuagem, o enfeite são operações pelas quais o corpo é arrancado do seu espaço próprio e projetado a outro espaço (FOUCAULT, 2012, p.134).

Foucault (2012) toca na “ferida da sociedade”. Aquela que utiliza maquiagens, enfeites, tatuagens, entre outros para modificar corpos, tentando deixa-los um pouco mais belos ou decorados, ou, para transparecer aquilo que sentem. Daí a chamada “utopia”, pois é algo criado, imaginado e transformado em formas corporais, ou seja, para o autor, outro corpo.

O corpo serve não apenas como objeto de estudo em academias ou escolas, mas torna-se um sujeito portador de ideologia, já que se considerarmos por exemplo um corpo trans, vemos que através dele ideologias de vida são manifestadas, desejos consolidados e formas de viver podem ser aceitas ou não. Trata-se do corpo que olha e que se expõe ao olhar do outro. O corpo intangível e o corpo que se deixa manipular. O corpo como lugar do visível e do invisível. (FERREIRA, 2013, p.4).

Neste processo surge o corpo como acontecimento, pois por meio dele os sujeitos poderão se situar na história, trabalhando o utópico e inconsciente. Assim, quando pensamos em um corpo não físico e nem biológico, longe de toda empiricidade, logo estamos pensando em um corpo discursivo, ou seja, um corpo que é criado através de discursos que fazem parte de um cotidiano pessoal e interpessoal. “O corpo entraria no dispositivo como constructo teórico e lugar de inscrição do sujeito”. (FERREIRA, 2013, p.4).

“O corpo em sua materialidade inacabada, porque discurso sempre a ser construído, repetido e transformado, poderia ser tomado como afirmação pessoal, colocando em evidência” (MILANEZ, 2004, p.5). Baseados nisso, entendemos que o corpo nunca está estável, ou seja, é transformado ao longo dos anos, construído ou repetido.

Em alguns casos, o tomamos como suporte, e é isso que faz com que os corpos variem e possuam livre arbítrio para que seus proprietários tomem decisões. Por outro lado, existem casos em que o corpo não consegue suportar os tantos fardos causados pelas excessividades de seu proprietário, como é o caso de corpos que passam por excessos de cirurgias - o que acaba por criar corpos difusos e impotentes.

Assim, percebemos as constantes necessidades em que nossos corpos vivem a suportar, sendo elas boas ou prejudiciais. Para isso, entendemos que corpos buscam

produção de subjetividades, ou seja, tentam uma adaptação às divergentes culturas – sendo estas variantes de gênero, por exemplo.

As transsexuais e travestis alteram radicalmente seus corpos, demonstrando a falácia do discurso de gênero, pois suas posturas não podem mais ser tomadas apenas como masculinas ou femininas. Os transhomens, como Thomas Beatie, um dos primeiros homens a gerar filhos, não podem mais ser colocados em uma ou outra categoria desse falso binarismo. Esses corpos rebeldes apontam para a falsidade da verdade heterossexista que ordena os corpos para uma docilidade que lhes poda a liberdade de movimentos, de gestos, de atos ao inscrevê-los na cultura. (CAMARGO, 2013, p.13)

Assim, quando se opta por mudar um corpo é para adaptar-se a uma ideologia, pois nem sempre são tratadas como iguais na sociedade. Estes corpos passam por várias modificações, mas não deixam de ser corpos, pois carregam consigo materialidades e memórias discursivas presentes em todos, independente de formas variadas de vida.

Portanto, podemos concluir que corpos são criados, em muitos casos, por materialidades discursivas, ou seja, dependem de proprietários, de modos de vidas e subjetividades. Neste sentido, a AD torna-se campo fundamental para analisar todas essas manifestações.

2.1 CORPO FEMININO E SUAS TRANSFORMAÇÕES NO TEMPO

As histórias que se contavam antigamente sobre mulheres que possuíam corpos não padronizados conforme atualmente eram das mais variadas possíveis. Na idade média, desde o século XVII, princesas só eram aptas a arranjar um casamento se tivessem cinturas largas, e fossem “roliças”, para que o seu par masculino pudesse ter em que tocar.

Alguns viam a gordura como excesso de comida, já para outros era sinônimo de saciedade e fartura. Só depois de um certo tempo, pesquisas foram descobrindo que esse excesso de fartura não era normal, e que isso tratava-se de problemas de saúde. A partir daí começaram a ver que ter corpo gordo não era mais bonito, e sim significava ser impotente (VIGARELLO, 2010).

Partindo dessas afirmações, vemos que o corpo vem sofrendo desde outros momentos históricos, o que para nós não é novidade, considerando que a mídia digital atual exerce forte influência nos corpos, exibindo padrões que as mulheres

necessariamente precisam seguir. (VIGARELLO 2010, p.14) diz que corpos gordos são tratados “[...] como se as formas do corpo gordo devessem obedecer às manipulações materiais mais exageradas, como se tivessem que ceder aos aspectos mais cerrados [...]”. Ou seja, é como se a sociedade tivesse que obedecer aos diversos padrões exigidos.

O corpo desempenha diversas funções, sejam elas tratadas de boas formas ou não. É nesse sentido que entendemos que ele também produz cultura midiática, e varia de acordo com determinadas culturas, já que muitas pessoas não se importam em mediatizar seus corpos, e utilizam-no da forma como melhor se sentem.

como um objeto cuja posse marca o lugar do indivíduo na hierarquia das classes, pela sua cor (descorada ou bronzeada), textura (flácida e mole ou firme e musculosa), pelo volume (gordo ou magro, rechonchudo ou esbelto), pela amplitude, forma ou velocidade de seus deslocamentos no espaço (desajeitado ou gracioso) é um sinal de status - talvez o mais íntimo e daí o mais importante - cujo resultado simbólico é tão maior, pois, como tal, nunca é dissociado da pessoa que o habita (BOLTANSKI, 1979/1984, p.183).

A maneira como cada indivíduo trata seu corpo é um reflexo daquilo que ele é, ou do que pretende ser, dependendo de diversas variantes que causem determinado efeito. Se tomarmos, por exemplo, as mulheres dos séculos passados, vemos que estas cultuavam seus corpos, preservando-os para o marido depois do casamento. Atualmente, o que percebemos é a necessidade de liberdade, fazendo com que muitas se tornem escravas do seu próprio corpo, e isso é visto, principalmente com o avanço da mídia digital, que a todo instante reafirma essa necessidade de coisas novas.

Nesse sentido, como afirmamos anteriormente, a mídia exerce esse papel de reafirmação:

Os meios de comunicação desempenham importante papel na divulgação e assimilação desses espaços compartilhados onde os sentidos são produzidos. Pode haver um corpo unitário pensado sociologicamente, mas não há um corpo unitário pensado discursivamente. O universo midiático pode ter campos sociológicos pré-definidos, estáveis no nível de uma compreensão sócio-cultural, mas tem um outro viés que aponta para a existência de um campo de sentidos onde categorias mais amplas como gêneros (homem/mulher), corpo, beleza, sexualidade, saúde, etc., são desdobradas e semantizadas por diferentes saberes, tornando-se uma construção por operações de sentidos inerentes e desenvolvidas pelas gramáticas e estratégias midiáticas. (MARGARETH, 2012, p.8).

Portanto, a mídia faz com que entendamos os conceitos de sujeitos fortemente influenciados pelos aspectos de “boas maneiras”, sendo que uma mulher só é bem vista se seu corpo estiver em consonância com os aspectos que a mídia impõe.

Outro discurso importante que a mídia utiliza para influenciar os corpos, é de que estes também estão aliados a outras questões que vão desde o interesse em agradar os homens, até a normatização e idealização do “perfeito”. Com essas pressuposições, a mídia faz com que muitas pessoas que não possuam um corpo nos padrões ideais sejam negadas em capas de revistas, praias, entre outras. E assim ficam insatisfeitas, sofrendo opressão social.

A "imagem do corpo ideal é acompanhada de conotações simbólicas de sucesso, autocontrole, autodisciplina, liberação sexual, classe e competência. O fracasso em atingir este ideal passa a ser equacionado com falta de força de vontade, preguiça e fraqueza" (MORGAN & AZEVEDO, 1998, p.89). Com isso, “crises de identidade”, como cita Hall (1992) surgem, fazendo com que os indivíduos mudem socialmente, fisicamente, e emocionalmente. Ao trabalharmos com a mídia, temos a variedade de opções que se conectam, também, com os vários discursos, pois a circulação de ideias, sentidos, entre outros aspectos, fazem com que os discursos popularize o que está sendo exposto.

A mídia tem, portanto, um papel fundamental na construção e divulgação de uma realidade homogênea, visto que tem um poder de evocação, de fazer existir representações e ideias sobre um determinado grupo (BOURDIEU, 2002). Com isso, o corpo, ao ser exposto na mídia digital, passa a não ser só um objeto físico, mas um acontecimento, um fato até mesmo histórico.

A mídia digital faz com que os corpos pareçam ressignificações, subjetivações (incluindo sempre o sujeito), que pode ser modelado, configurado para que possa atender a todos os aspectos “perfeitos”. Essa ideia de corpo na mídia digital, também influencia a muitos a se sentirem sociáveis em algumas ocasiões, podendo escolher, individualmente, as intervenções que precisam ou não fazer para sentir-se bem com seu(s) corpo(s), pois “as escolhas que faz são na verdade impostas pela cultura midiática, espaço privilegiado de enunciação do cuidado de si”. (MICHEL, 2007, p.17).

2.2 DISCURSO SOBRE O CORPO *FITNESS*

A sociedade contemporânea está amplamente marcada pela globalização e a sua lógica de mercado. De acordo com Giddens (1991), a globalização é um movimento que acaba por transformar os espaços locais, e que, ao alterar a vida cotidiana dos indivíduos, acaba por gerar uma alteração na existência do sujeito. (GIDDENS, 1991 *apud* VASCONCELOS, 2009, p. 04).

Essa globalização faz com que as pessoas queiram de todas as formas, adaptem-se a um mundo em que os padrões de beleza são estereotipados, e ter um corpo gordo, por exemplo, é sinônimo de rechaço entre as outras pessoas que possuem um corpo “politicamente correto” e que segue os padrões sociais de corpos magros.

As capas de revistas sempre serão um exemplo dessa produção de sentidos: elas quase sempre retratam corpos esbeltos, figuras femininas com curvas bonitas, e mulheres que, se não aderirem, de fato, a modas sociais são vistas como possuidoras de corpos não perfeitos e que não atendem aos padrões impostos. A função apelativa que esses enunciados apresentados repassamos sujeitos, faz com que muitos indivíduos tentem mudar e esculpir seus corpos para se encaixarem na “sociedade moderna”.

A obsessão em se alcançar um corpo magro, como se através dele fosse possível encontrar o equilíbrio, a felicidade, ou ao menos, externamente teríamos a imagem de uma pessoa feliz, traz à tona também a questão de uma imposição de um tipo ideal de corpo que, na maioria das vezes, é inatingível e que relega à periferia da sociedade as pessoas que não partem nesta busca e acabam sendo tidas como desviantes. (VASCONCELOS, 2004, p.3).

Neste sentido, vemos que a subjetividade trabalhada faz com que muitas mulheres só se sintam felizes se estiverem esculpindo um corpo magro, “bonito”, e conforme os padrões de beleza do século XXI. Essa insatisfação com os corpos gordos é influenciada quase sempre pela idealização da magreza, em que só se é aceita pela classe masculina, ou pela mídia digital, quando adere-se a dietas “milagrosas”.

Com isso, Goffman (1963) diz que “a negação e insatisfação com o próprio corpo traduz um mal-estar interiorizado de "uma ruptura entre si e o que se exige de si", revelando insatisfações permanentes, uma tradução da opressão social que surge mesmo quando apenas o indivíduo e o espelho estão em cena”. A partir daí surge a concepção de um corpo flexível, que pode estar inserido em diversas ideias, e emagrecer já se torna sinônimo de bem-estar social.

Os indivíduos estão cada vez mais a procura de corpos que meçam seus desempenhos. Se tenho um corpo magro é porque vou à academia, pratico exercícios e tenho uma dieta equilibrada, mas em oposição a isso, se possuo um corpo gordo é sinal que sou sedentário, fraco fisicamente e mentalmente, feio e inútil.

Em uma entrevista com a diretora da revista *Capricho*, a editora cita uma “receita” básica para mulheres que buscam as passarelas como forma de vida, e o corpo ideal que a mídia favorece:

A altura tem de ficar entre 1,75 e 1,80 metro: os quadris, de 88 a 90 centímetros (os melhores são os de Naomi Campbell). A personalidade deve ser forte como a de Cindy Crawford (...). Para o busto, o ideal é ter as medidas entre 85 e 90 centímetros, com um formato parecido com o de Stephanie Seymour; Karen Mulder é paradigma de cintura - entre 60 e 65 centímetros. As pernas têm de ser longilíneas, de 1,10 metro, como as de Nadja Auermann (...) Ah, o traseiro! Precisa ser rígido e firme. (LILIANA GOMES, 2012 ex editora da revista *capricho*).

Vemos no depoimento acima como devem ser os corpos “perfeitos” exigidos na sociedade, principalmente quando se trata da exposição em uma revista ou passarela. A mídia digital, sempre será o maior dispositivo de críticas a pessoas que não possuem um corpo ideal, pois a concorrência está cada vez maior. Uma rede de televisão, por exemplo, não escolheria expor em seus programas de maior audiência a figura de uma mulher com corpo gordo, e sim a exposição de mulheres que exibissem corpos para chamar a atenção do público. Se diferente fosse, a mulher de corpo gordo seria transformada em objeto cômico nas redes de televisão.

Um exemplo bastante pertinente é o caso de um programa de televisão (*The night*, com Danilo Gentili), em que na escolha de sua assistente de palco, o apresentador optou por uma mulher negra e com corpo gordo. Ao ser questionado sobre sua escolha, escolha esta que gerou muitas polêmicas, o apresentador citou a importância de se valorizar “a mulher brasileira”, e que, mesmo as pessoas buscando impor a todo instante uma forma ideal, ele estava cansado de abrir as redes sociais e se deparar apenas com corpos “politicamente corretos”, visto que a escolha que ele fez quebrava esses padrões.

De qualquer forma, os jornais e revistas estão a todo o momento enfatizando a importância de que se alguém possui um corpo fora desses padrões é porque está com algum problema de saúde.

A ideia de que o sujeito deve exercitar-se, cuidar-se e que deve controlar o seu peso e assim sua saúde, adotando uma rotina saudável, faz entrever o ideal de corpo: "é

possível ter uma boa tonicidade muscular, diminuir o percentual de gordura e aumentar a massa corporal magra através da prática regular de atividade física, associada a uma reeducação alimentar" (VASCONCELOS, 2004, p.12).

Codco e Sene (1985) citam a "corpolaria" como objeto principal da busca por essa idealização. Muitas vezes as pessoas necessitam do consumismo, esse que fará com que seus corpos sejam lindos e esbeltos.

Outro fator que pode ser considerado é o da autoestima das mulheres, visto que a mídia constrói estereótipos que na maioria dos casos, infere na construção do sujeito, diversas mulheres só se sentem amadas e lindas se forem magras ou musculosas.

Os estereótipos da beleza, as regras capazes de garantir a saúde corporal e as diversas técnicas disponíveis para que cada um administre a metamorfose adequada de sua imagem são continuamente difundidos e servem como referência estética. As solicitações contemporâneas para que as pessoas modifiquem sua aparência, na tentativa de se adaptar aos padrões midiáticos, estão relacionados ao culto ao corpo. (COUTO, 2000, p.18).

A moda também se torna fator responsável pelos fatos mencionados na citação acima. Foram criadas modas plussize, que é a moda para gordinhas, mas o que se percebe é que não existem muitas novidades, e que, mesmo existindo essa moda, o ideal são as roupas feitas exclusivamente para corpos magros.

Através da mídia, a moda e a publicidade apresentam meios pelos quais é possível aproximar-se dos modelos apresentados, mulheres que se consideram cunhas acreditam na possibilidade de melhorar sua aparência física ao ponto de se compararem a modelos e celebridades, adotando certas regras de vida, que consuma determinados produtos estipulados pela mídia com promessas milagrosas de beleza estética. Assim, esses hábitos são adotados na busca de bem-estar, felicidade, realização pessoal e prazer em viver. (COUTO, 2000, p.13)

Os investimentos no ramo publicitário fazem com que as etiquetas de moda, padrões estéticos, comportamentais, de sensualidade entre outros façam com que seja possível criar-se um molde corporal.

Na expectativa de atingir resultados bastante satisfatórios e em curto prazo, sem a necessidade de investir muito tempo e esforço físico na modelação do corpo, percebe-se o intenso crescimento na venda de medicamentos para emagrecer, o aumento das cirurgias plásticas, clínicas de estéticas cada vez mais frequentadas, a realização contínua de dietas rigorosas, muitas vezes prejudiciais à saúde. (AZEVEDO, 2007, p.132)

A busca por esse corpo perfeito faz com que as pessoas comecem a utilizar medicamentos caros, tratamentos mirabolantes, mas que tragam o resultado ideal para que estas se sintam felizes e realizadas. Já os sujeitos que não conseguem chegar a esse resultado, seja por qual motivo for, sentem-se insatisfeitos, cobrados e tristes, não deixando de procurar soluções imediatas para que a realidade possa ser outra.

Neste sentido, todo e qualquer indivíduo precisa entender que a idealização de um corpo perfeito não é necessariamente obrigatória, e que tudo isto depende da forma como cada indivíduo é. A beleza pode variar dependendo de muitas condições, sejam elas sociais, culturais, étnicas e históricas, mas entendendo que o corpo feminino não pode ser tratado como mercadoria.

3. O CORPO FITNESS

Nos dias atuais a busca pelo corpo perfeito vem se tornando cada vez maior, a imagem que a sociedade impõe de “corpo perfeito”, está cada vez mais influenciando o público feminino. Essa busca pelo corpo *fitness* acaba fazendo com que pessoas saiam da sua zona de “conforto” e comecem a frequentar academias, muitas vezes só para obter apenas um corpo cheio de curvas e de músculos, tendo como o principal olhar o público masculino, por serem pessoas famosas e com um grande público de seguidores.

Muitas mulheres chegam a querer seguir a mesma rotina por não se sentirem confortavelmente adequadas com o seu próprio corpo, desencadeando uma negação da sua autoestima do seu corpo e levando-as a fazerem dietas inadequadas, uso de medicações inconvenientes, cirurgias desnecessárias causando até mesmo a própria morte. Essa negação do corpo feminino traz uma autorreflexão com seu interior, causando uma grande negação de sua autoestima (GOFFMAN 1963). A autora traz em sua concepção a ideia que a preocupação da figura feminina se atenta apenas ao exterior, fazendo-a se indagar ao seu interior sendo suficiente pela sua conformação.

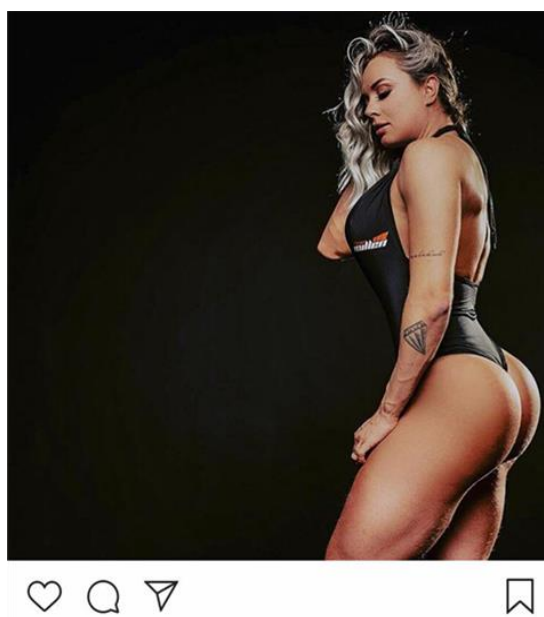
A mídia digital nos mostra diversas maneiras de encontrar toda essa idealização, um dos meios bastante utilizados por diversas pessoas é o *Instagram*, que vem a cada dia se tornando uma “febre” no dia a dia dos adolescentes. Muitos procuram por dicas de beleza, musculação, tentando se adequar em um mundo totalmente diferente do convívio de cada um. O *Instagram* promove a exposição de publicações de pessoas comuns, “famosas”, nos colocando a participar da sua rotina diária, despertando o desejo e um sentimento de inveja por algo que não conseguimos ter ou ser.

No decorrer dessa pesquisa temos como objetivo analisar os diferentes estereótipos causados a partir do corpo feminino na mídia, o que os seguidores pensam a partir desses estereótipos, trazendo também as memórias interdiscursivas nas publicações. Diante disto, analisaremos dois perfis de famosas bastante conhecidas no mundo virtual, tendo como suporte o *Instagram*, do qual foram escolhidos dois perfis, de Gracyane Barbosa e Juju Salimene, duas mulheres que utilizam a maior parte do seu tempo em academias e fazendo dietas e são a partir das suas postagem e comentários que encontraremos diversos estereótipos de “corpos perfeitos” para muitos dos seus seguidores do gênero masculino e feminino.

3.1 JUJU SALIMENE

O perfil da famosa Juju Salimene¹ com mais de 13 milhões de seguidores, vem nos trazer todas essas idealizações do “corpo perfeito”, que no caso do perfil escolhido nos mostra um corpo musculoso, que muitos seguidores procuram. Através dos seus *stories* ferramenta do *instagram* em que diversas pessoas vêm compartilhar seu dia a dia, dando dicas de beleza, treinos, dietas, entre outros. Em suas publicações ela exhibe como é a rotina de uma mulher que passou por várias transformações em seu corpo, com aumento de peso e de massa muscular, utilizando diversos procedimentos estéticos, medicamentos e treinos bastante pesados, se tornando uma das mulheres mais desejadas pelo mundo fitness, pelo seu esforço diário, sua determinação em seus exercícios, com isso elevando bastante o seu número de seguidores.

Postagem 1 – Perfil @jujusalimeniofial



Fonte: Perfil do Instagram @jujusalimeniofial

Esta publicação de Juju Salimene que se trata da divulgação de uma marca de suplemento newmillensuplementos divulgada no seu perfil do *Instagram* a partir da sua

¹ Famosa bastante conhecida no mundo fitness por possuir um corpo cheio de curvas e músculos. Em sua página do *Instagram* ela divulga o seu dia a dia, seus treinos, suas dietas entre outras dicas adequadas ao mundo fitness. @jujusalimeniofial

foto tem o objetivo de persuadir o maior número de seguidores ao consumo do produto. Fica evidenciado ao perceber que a marca do produto está com o nome em destaque logo um pouco acima do seu peito quase imperceptível favorecendo mais o seu físico como objeto persuasivo. É notável como o corpo da famosa Juju Salimene influencia e infere no público adepto de táticas estéticas e de academia em busca do corpo ideal, apresentando estereótipos desejados pelo mesmo grupo como veias saltantes, curvas desejadas, músculos definidos em suas pernas e bumbum bem levantado. É interessante ressaltar que as famosas não apresentam atributos físicos comuns em mulheres como estrias ou celulite, conseqüentemente por fazer tratamentos estéticos que favoreçam ainda mais o seu corpo. Aspectos que enaltecem o desejo do público feminino em obter esses estereótipos e admiração do público masculino ao elogiar o belo corpo. Estereótipos que são politizados na nossa cultura, como ideais e necessários para quem busca um corpo perfeito (VASCONCELOS, 2004).

Na mesma imagem, ainda podemos observar o cenário montado para exibir a figura da celebridade. O maiô que a celebridade está usando com a logomarca de suplementação são chamativos e favorece seu corpo musculoso, criando um ar de sensualidade para despertar admiração e também desejo em seus seguidores que a tem como ícone da boa forma e beleza feminina. As cores fortes do plano de fundo ressaltam o seu corpo, pois é da mesma cor que o maiô, abrindo espaço apenas para o seu físico escultural, causando muitas curtidas e chamando bastante atenção dos seguidores que surgem com diversos comentários que a idealizam com estereótipos de mulher desejada. O objetivo da marca era fazer a propaganda do suplemento newmillernsuplementos a partir do seu corpo, por ser bastante desejado pelo público masculino, e seu corpo ser adepto ao mundo *fitness*, chamaria bastante atenção do público, fazendo com que a marca gerasse bastante lucros a partir da utilização do seu corpo na propaganda.

Observa-se o físico de Juju, abrindo espaço para partes do corpo mais valorizadas e desejados pelo público, situação que manifesta um sentido padronizado, pois a logomarca não teria chamado alguém que não fosse adepta a musculação e alimentação balanceada.

O fato de a imagem ter sido feita com o objetivo de chamar a atenção e admiração de seguidores também retoma outros discursos, relacionados ao grupo social que se identifica com a beldade, que busca também o corpo ideal, perfeito. O fato de ela atrair esse grupo social adepto a cuidados com o corpo através de musculação e

alimentação balanceada faz com que se manifestem outros discursos motivando assim o evento do interdiscurso, que ocorre quando há mais de uma voz que retoma outras (ORLANDI, 2004).

Comentário 01 sobre a postagem 01



kleber_vaz Perfeição!!! De longe a mulher mais linda do mundo!!!



17w [Responder](#)

Fonte: Perfil do *Instagram* @jujusalimeniofial

Neste comentário de um de seus seguidores, é perceptível os estereótipos sobre o corpo de Juju Salimene ao conceituá-la como uma mulher perfeita, a mulher mais linda do mundo. O comentário se eleva ao nível de uma hipérbole, um exagero intencional, com finalidade expressiva, excluindo qualquer outra mulher que também se dedique a essa rotina de treinamentos, de musculação, alimentação balanceada. É fato que a motivação de comentários desse tipo, seriam as curvas e excesso de músculos da famosa, chamando bastante atenção ao público masculino, criando esses estereótipos sobre ela. Como já mencionado, era intenção também da marca de suplemento despertar na figura masculina essa atração, pois a imagem favorece o corpo escultural de Juju dentro de um sentido de sensualidade também o induz ao pensamento de que o suplemento pode levar a resultados de um corpo musculoso como o exibido por Juju na sua publicação.

Comentários 02 sobre a postagem 01



daiana_vier Preciso ficar assim pra ser considerada bonita??!! Então estou totalmente fora dos padrões, infelizmente 🥲🥲🥲🥲
#mepreparandopromimimi



17w [Responder](#)



lilian_lilly2 Dona da Porra toda que chama!? 🥰🥰🥰🥰🥰 Linda demais
👍🥰



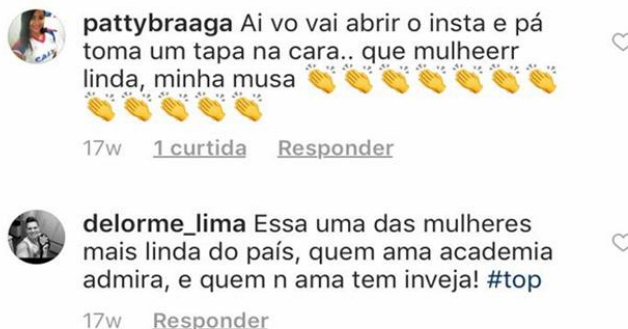
Fonte: Perfil do *Instagram* @jujusalimeniofial

Nestes comentários de suas duas seguidoras, vimos no primeiro mais uma vez o padrão de beleza imposto sobre a famosa Juju Samilene, ao interrogá-la sobre esse padrão de beleza exibido em sua foto. No comentário pode-se perceber que a seguidora não se enquadra neste corpo desejado por diversos seguidores o qual Juju exibe na sua página, chega a perguntar se para ser considerada bonita diante da sociedade seria necessário ter esse corpo musculoso e cheios de curvas. Ainda neste comentário da seguidora também é notável um tom irônico ao questionar na postagem “se para ser bonita é preciso ficar assim?” discordando dos outros comentários recentes que estavam valorizando o corpo da famosa, a seguidora não considera o corpo de Juju o padrão de beleza a ser seguido e não precisaria se enquadrar a esses impostos para se sentir realizada com seu corpo.

Ainda no mesmo comentário ao usar o hashtag “mepreparandopromimimi” ela causa uma discordância tomando os discursos a favor como sua referência e os confronta por se atentarem a esses padrões do seu corpo, motivando a memória com base nos comentários anteriores ao discordar deles. O interdiscurso dito anteriormente é o que motiva o comentário da seguidora. (ORLANDI, 2005), demonstrando uma opinião contrária aos diversos comentários dando o seu ponto de vista um tom irônico que para ser bonita, não é preciso necessariamente ter um corpo malhado, cheios de músculos e curvas.

No comentário de uma das suas seguidoras adolescentes, chega a usar gírias bastante utilizadas nas redes sociais, ao falar: “dona da porra toda que chama!?” Percebemos o exagero da seguidora ao comentar na publicação a forma como ela se expressa em reação a boa forma de Juju Salimene, estereotipando mais uma vez como um padrão de beleza que a sociedade “exige” para que uma mulher possa ter. Percebemos também neste comentário mais uma vez o exagero que a seguidora utiliza na sua forma de chama-la de “linda demais”, excluindo qualquer outro tipo de beleza de qualquer outra mulher e dando apenas prioridade a beleza da materialidade analisada.

Comentários 03 sobre a postagem 01



Fonte: Perfil do *Instagram* @jujusalimeniofial

Este primeiro comentário da seguidora na publicação da famosa Juju Salimene, ao chamá-la de “musa” vem designar uma mulher extraordinariamente, perfeita, uma inspiração para o público feminino e que também atrai olhares do público masculino, atribuindo alguns estereótipos do corpo como sucesso, atração sexual, como uma referência como algo sublime, sem defeito (MORGAN & AZEVEDO, 1998). Dando continuidade ao comentário, percebemos também a seguidora comentar que “ao abrir o insta e pá toma uma tapa na cara”, é notável um choque de realidade, no qual a seguidora percebe que não tem um corpo semelhante ao da protagonista em destaque e só resta a admirá-la e elogia-la em suas publicações, elevando-a a um patamar enorme, estereotipando o seu corpo cheio de curvas e músculos definidos.

Neste segundo comentário mais uma vez tendo como público o masculino, percebe-se comentários de elogios à famosa Juju Salimene, chamando-a de “uma das mulheres mais lindas do país”, estereotipando e padronizando a beleza feminina na sua publicação, causando uma desvalorização em relação às outras mulheres, em especial as que não têm especificamente um corpo padronizado como a de Juju, admirando-a por ser uma pessoa determinada em seus exercícios físicos e focada em seu objetivo, o seu corpo.

Em seguida, o seguidor escreve “quem ama academia admira”, ele alega que o público frequentador de academia e adepta a dietas e outros métodos admiram e tem a famosa como inspiração, como símbolo, representante deles. Ele realiza uma generalização, de que o público inteiro, sem exceção, a teria como referência por motivos de seu Bio Físico ser um modelo para o público adepto à musculação e a dietas.

Chega a se pronunciar também sobre aquelas pessoas que a criticam e quem não segue essa linha de desejo por idealização de um corpo musculoso e cheio de curvas, rotulando ela a comentários de que seria apenas músculo ou músculo demais para só uma mulher, que não tem capacidade intelectual. Ao citar a frase “quem não ama tem inveja” ele chama a atenção a esse público que é contrário aos seguidores de Juju Salimene alegando que essa contradição seja inveja, não considerando que nem todos são obrigados a seguir esse padrão estéticos admirados por seus seguidores, o que seria uma visão errônea de não aceitar que as pessoas tenham perfis, padrões de beleza diferentes desse como referência.

Postagem 2 –Perfil @jujusalimenioficial



Fonte: Perfil do *Instagram* @jujusalimenioficial

A foto acima coloca Jugu Salemeni em uma situação de amostra do seu corpo frontalmente, atribuindo destaque ao seu busto, silhueta e também suas coxas malhadas (parte do corpo com maior visibilidade) que fazem parte dos objetivos da marca de suplemento. O fato de as coxas estarem com mais destaque remonta os discursos de mulheres que desejam ter pernas maiores e torneadas como na foto anterior, o cenário escuro prevalece e combina com a vestimenta que usa, deixando as curvas e parte do seu corpo com maior destaque. A publicação a coloca dentro de um *status* que desperta

um desejo que se divide em gêneros onde ambos terão visões diferentes. A mulher com um desejo de obter o mesmo corpo e o homem no sentido de possessão pelo corpo da famosa dentro de uma perspectiva de vivacidade. (FOUCAULT, 2012).

Comentário 01 sobre a postagem 02



tamirissilva.ts29 @jujusalimeni queria ter esse corpo sei n e impossível mais quando a pessoa e viciada mais e viciada msm em refrigerante e quase impossível queria muito uma ajuda sua algumas dicas pra poder eu ter uma alimentação saudável mim ajuda juju



25w [Responder](#)

Fonte: Perfil do *Instagram* @jujusalimenioficial

No comentário acima, vemos a seguidora admirar a forma física de Juju Salemeni, como uma referência a ser seguida. Diante da situação, ao pedir dicas a Juju Salemeni, ela coloca a celebridade como um símbolo, um parâmetro. Ela coloca o corpo da famosa como ideal para ela, para sua realização feminina em beleza, admiração e também atração.

O comentário apresenta os discursos relacionados aos estereótipos femininos do público adepto a musculação, pois expressa o desejo de obter todas as atribuições que são conquistadas através de muita dedicação em treinos e abdicção de muitos alimentos considerados ofensivos à saúde e com o consumo de refrigerantes, também resultantes de acúmulo de gordura – estereótipos que em casos pode colocar a mulher a margem, fazê-la se sentir menos desejada, desmotivada em sua vaidade, pois seu físico acaba se enquadrando em padrões considerados não exemplares, visto que a mulher costuma ser cobrada para se enquadrar nos padrões estéticos impostos, de sempre estar com um corpo magro e admirado.

Vejamos mais discursos:

Comentário 2 sobre a postagem 02



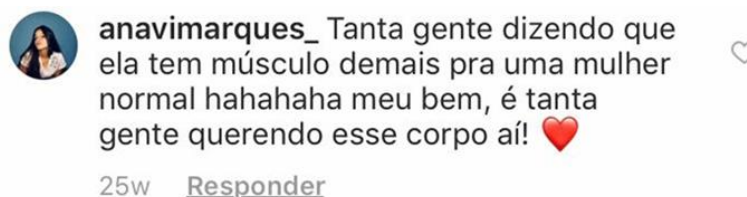
Fonte: Perfil do *Instagram* @jujusalimenioficial

No comentário acima, vemos uma situação em que a seguidora relaciona Juju Salemeni à perfeição, que não há defeito em seu corpo, que ela é um símbolo de admiração e padrões a serem seguidos para se obter um corpo ideal. Ao mesmo tempo em que elogia o corpo da famosa ela dualiza seu estado sentimental em relação ao físico de Juju. A seguidora alega se sentir motivada ao ver as postagens no *Instagram*, para seguir uma vida de dedicação a musculação e alimentação para obter um corpo semelhante, mas também diz que atualmente se sente desmotivada para tal vida. O imaginário que se cria é que ao acompanhar a rede social ela se sente motivada ao ver cada nova publicação, mas que logo desanima ao lembrar da dedicação necessária para se obter um físico assim.

O fato de se sentir motivada e ao mesmo tempo não, também pode estar relacionado ao desânimo da seguidora, que impõe a si mesma o corpo de Juju um modelo de admiração e também inalcançável para ela, que não consegue seguir e acompanhar os meios necessários para chegar a essa forma física.

Acompanhemos outros comentários a seguir:

Comentários 03 sobre a postagem 02



Fonte: Perfil do *Instagram* @jujusalimenioficial

No primeiro comentário da postagem, a seguidora remete aos discursos que se contrapõem a figura de Juju, alegando que ela é músculo demais para uma mulher, que não tem beleza e nem é um padrão a ser seguido, remetem ao interdiscurso que se distancia dos padrões de beleza expostos pela propaganda e recebido por parte dos seguidores. Os discursos que se contrapõem e colocam que musculação demais é um aspecto mais masculino do que feminino, mas nas entrelinhas do comentário da seguidora, toda a crítica se trata do desejo e inveja pelo corpo da famosa (ORLANDI, 2002). Sua intensa musculatura desqualificaria seu corpo, abonando sua beleza natural. Uma mulher normal não entenderia que para estar realizada precisaria exagerar no crescimento de sua musculatura, de que um comportamento desse tipo, seria considerado anormal, alienado, um vício sem controle. No comentário ela faz a referência a esse público, mas contradizendo ele comentando que há muitas mulheres que iriam querer obter um corpo igual ou semelhante ao de Juju, através de uma rotina também intensa dedicada a musculação e alimentação balanceada.

No segundo comentário da postagem também vemos o seguidor colocar Juju Salemeni como razão por ter começado a malhar. As formas obtidas pela famosa em sua rotina dedicada e de treinamentos com cargas pesadas serve de inspiração e motivação para muitos seguidores iniciarem suas vidas como adeptos a academia e treinos de musculação; e alimentação balanceada. Comportamentos relacionados a pessoas que procuram um corpo mais musculoso, ganho muscular a partir do Whey um suplemento que ajuda a ganhar massa muscular a partir dos treinos diários em academias e disposição, instigados pela imagem de Juju enquanto referência de boa forma, de uma vida *fitness*, de beleza e desejo.

Ainda no segundo comentário vemos o seguidor fazer referência à marca de suplemento a qual Juju Salemeni divulga, a Whey. O fã relaciona os efeitos do produto às características físicas de Juju, quando alega que ao tomar Whey o “aumento” está garantido. O aumento a que se refere é sobre o ganho de massa, músculo para ficar com um corpo semelhante da famosa. A marca utiliza Juju como recurso argumentativo e representativo, pelo fato da mesma ser adepta a musculação e também ter a sua fama, já conquistada como integrante de outros programas, onde já expunha as curvas do seu corpo. A imagem também pode atrair o público masculino que ao ver ela sente-se atraído pelas formas físicas, uma atração física que pode motivar a compra do produto.



Fonte: Perfil do *Instagram* @jujusalimenioficial

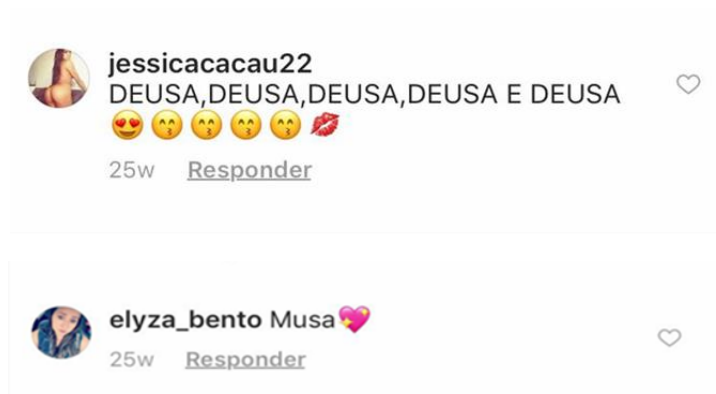
Nessa postagem já vemos os três comentários se enquadrarem em elogios na construção dos estereótipos de Juju Salemeni, comentários a respeito da sua forma física que se sobressaem na imagem, motivando os comentários que irão ressaltar sua forma física como admiração para o público.

No primeiro comentário da seguidora, observa-se a utilização do vocabulário informal, mais usado para elogiar e descrever o público adepto a academia. Ela inicia sua escrita com um comentário constantemente usado pelo público masculino, em sinônimo de desejo, obtenção, admiração pelo corpo da famosa, regado à prática de musculação, em seguida finaliza seu comentário com vocabulário que enaltece o corpo de Juju como perfeito, um verdadeiro espetáculo, digno de todas as admirações.

No segundo comentário, a seguidora joga com a interpretação do não dito ao iniciar seu comentário com uma pergunta sobre um possível defeito no corpo da famosa, mas que a resposta já está lá, insinuadas nas entrelinhas, o não dito, que a deixa específico de que não há defeito no corpo de Juju Salemeni, que é perfeito, admirável, um símbolo de realização para mulheres, como corpo ideal. Ao continuar seu comentário após a pergunta, ela elogia uma parte do corpo que não é a mais destacada e que não havia sido ainda citada nos comentários dessa postagem da famosa, o rosto, sem deixar de reverenciar a forma física da famosa. É comum ver comentários direcionadas a outras partes do corpo como pernas, bumbum e cintura que sofrem efeitos mais visíveis com a rotina de treinamentos e alimentação adequada.

O terceiro comentário da imagem traz um seguidor elogiando a forma física, se enquadrando dentro dos estereótipos que regem as mulheres adeptas à musculação que tem seus corpos enaltecidos como símbolo de desejo pelos homens que sentem-se atraídos, atribuindo comentários que adjetivam o corpo feminino a uma curiosidade de sabor, satisfação e prazer.

Comentários 05 sobre a postagem 02



Fonte: Perfil do *Instagram* @jujusalimenioficial

No comentário acima, a seguidora usa repetidamente a palavra “DEUSA” ao elogiar a forma física de Juju Salemeni, com o objetivo de passar o sentido de que não se pode relacionar à beleza a outra coisa que não seja “DEUSA”. Qualificá-la assim é relacioná-la ao sentido de perfeição, a algo que não pode mostrar defeito, que está acima dos demais, neste caso, a seguidora coloca acima das outras mulheres, como uma referência.

A descrição como “DEUSA” também pode ser relacionada às deusas da mitologia grega que recebiam homenagens como estátuas construídas a sua imagem, de maneira que passasse também a perfeição. Corpos sendo transformados com o passar dos tempos, nunca permanecendo nessa materialidade de imperfeição no olhar feminino. (MILANEZ, 2004), Seguindo esse viés do autor, percebemos que o corpo feminino está em constante transformação, hoje o corpo perfeito para algumas mulheres não é mais o corpo magro igual nos tempos anteriores, atualmente o corpo ideal para algumas seria esse corpo musculoso, cheios de curvas.

Já neste segundo comentário, vemos a seguidora utilizar um mesmo adjetivo para a Juju Salemeni ao elogiá-la, musa. A palavra pode passar o sentido de inspiração, algo a ser seguido, que motiva. É o que ocorre com os fãs que ao acompanharem as postagens de Juju, sentem-se inspirados, motivados a adotarem e seguirem uma vida

regrada a alimentação balanceada e treinamentos intensivos na academia a buscarem por essa vida fitness. Dentro desse contexto, é importante ressaltar a influência da famosa sobre a comunidade adepta a esse estilo de vida, principalmente as mulheres, que buscam incessantemente melhorar seus corpos, em sentido de vaidade, para se sentirem mais realizadas como figura feminina. Essa inferência de Juju também recai ao uso da marca de suplemento que divulga na postagem, pois é comum o público que frequenta academia utilizar suplementos para obterem os resultados mais rápidos.

3.2 GRACYANE BARBOSA

Gracyane Barbosa² também é conhecida nacionalmente, sua fama ascendeu quando se tornou esposa do cantor Belo. A beleza logo conseguiu bom *status* como referência ao público que frequenta academia e se dedica a alimentação balanceada com o objetivo de conseguir o corpo ideal. A forma física de Gracyane chama atenção nas campanhas em que trabalha e vídeos que compartilha diariamente nas redes sociais. Sua conta no *Instagram* atualmente é seguida por cerca de sete milhões de fãs, que acompanham suas postagens de campanhas, vídeos de treinos, eventos e lazer. Em todas as situações suas curvas se destacam, chamando atenção e recebendo críticas tanto a favor como contra o seu Bio Físico. O fato é que ela se tornou um ícone, um símbolo de admiração e desejo para o público. Para as mulheres, uma referência de vida mais saudável e corpo ideal. Para os homens, uma objetificação, por se sentirem atraídos pelas suas curvas, fazendo o imaginário do público masculino.

Postagem 3 - Perfil @gracyannebarbosaoficial



² Famosa bastante conhecida no mundo fitness a partir do seu corpo musculoso. Em seu perfil do *Instagram* ela divulga para os seus seguidores dicas de treinos, suplementos para ganho de massa muscular, entre outros. @gracyannebarbosaoficial

Curtido por [marqueesbianca](#) e outras 125.334 pessoas

graoficial Apaixonadaaaa pelo TOP WHEY 3w da @maxtitaniumsuplementos 😍😍 sabe aquele whey maravilhoso , que costumo a usar nas minhas receitas? Agora tem na versão café com leite , aqui em casa todos gostam! Com água ou com leite (depende da dieta de cada um), fica uma delicia! Saboroso , cremoso , da pra usar em varias receitas , fiz algumas em casa ,depois vou mostrar lá no @cozinhasaudaveldagra , quem tiver sugestões pode me mandar lá tbm que irei fazer. Quem aqui já provou?

#delicia #cremoso #edicaolimitada #topwhey3w #cafecomleite #adorooo #vempramax #maxtitaniumsuplementos #teamgracyanne

Ver todos os 1.438 comentários

11 DE JULHO · VER TRADUÇÃO

Fonte: Perfil do *Instagram* @gracyanebarbosaoficial

Na postagem acima da famosa, vemos a divulgação da marca de suplemento Whey próprios para pessoas que procuram ganhar força nos exercícios e ter bons resultados na massa muscular, a marca do suplemento usa Gracyane como incentivo e inferência ao público para consumir o produto, pois como já foi citada na sua descrição, ela pratica musculação, vive de alimentação balanceada para ganho de massa e tonificar o corpo.

A imagem ressalva as curvas do corpo de Gracyane, dando destaque ao busto, cintura fina, a barriga de fora e chapada, as pernas desenvolvidas e ao volume do bumbum, desenvolvidos e regrados a malhação com cargas intensivas que favoreçam o esforço a aplicado nas séries na academia. O destaque a essas partes retoma os objetivos do público que decide frequentar academia e alterar alimentação, principalmente o feminino que põe uma dedicação maior ao desenvolvimento das pernas e bumbum, que são destacados na imagem acima de Gracyane. O público masculino sente-se atraído pelas partes destacadas, que despertam o desejo e fazem o imaginário, consequentemente influenciando no consumo do produto que a beldade divulga.

Gracyane, para favorecer a marca de suplemento, legenda a postagem afirmando que a utiliza em sua alimentação, em várias receitas, ressaltando que o público pode usar como preferir, dependendo da alimentação de cada um, objetivando a criar um incentivo, motivar e inferir para que o público seguidor se identifique e consuma o produto. Conforme podemos observar nos comentários a seguir, as marcas de suplementos ao divulgarem seus produtos com modelos favorecem as partes do corpo que buscam ser desenvolvidas e que atraem o público ao ingressar em academia

para treinos intensivos, que concedam ganho de massa e proporcionem a definição da musculatura, unido ao consumo de suplementos, como o da marca divulgada, Whey.

Comentários 01 sobre a postagem 03



Fonte: Perfil do *Instagram* @gracyanebarbosaoficial

No primeiro comentário, a seguidora classifica Gracyane como musa, que passa o sentido de influenciadora, e como é colocada no comentário, a famosa é posta pela seguidora como inspiração para ela e outras mulheres, para continuarem com dedicação na busca pelo corpo perfeito. Ao mesmo tempo enaltece a figura de Gracyane, colocando-a acima dos demais que frequentam a academia, acima de um mortal, comparando-a a algo divino, uma deusa, sem defeito, a imagem do corpo ideal, que qualquer mulher gostaria de ter.

No mesmo comentário a seguidora também parabeniza Gracyane pela dedicação em manter seu físico com a prática de musculação e rejeitando muitos alimentos. Pelo compromisso diário com sua forma física, tão elogiada, influenciadora e referência para muitas mulheres que desejam também aumentar o seu corpo com muita dedicação também. O fato dela seguidora agradecer a Gracyane por se comprometer com uma vida

assim enfatiza a influência da famosa na identificação e decisão da seguidora em adotar os hábitos saudáveis.

O segundo comentário da imagem da postagem ressalva o suplemento Whey da Max, relacionando o produto aos resultados obtidos por Gracyane. Apenas esse suplemento poderia ajudar a famosa a conseguir as curvas que conseguiu, finalizando seu comentário com um *emotion*, que claramente pode ser relacionado ao público que frequenta academia com o objetivo de aumentar e tonificar o músculo. É possível também observar que ela também usa, já que a seguidora faz a saudação ao produto, é considerável retirar o fato de que ela também consome o produto, que deve ter acrescido sua certeza ao ver a famosa divulgando e indicando o produto para junção com os treinos e alimentação.

O comentário seguinte é postado por um seguidor masculino, usando vocabulário típico do mesmo público quando vão se referir a mulheres frequentadoras de academia, mas escrito de maneira informal. A fala pode ser relacionada ao desejo de consumo que muitos sentem pelas mulheres desse público, que manifestam como vontade provar, como algo que proporciona um sabor diferenciado, a ser experimentado, a objetivação do corpo feminino, algo que já é motivado com as intenções da marca do suplemento na propaganda ao destacar as curvas de Juju. A cena já é um gatilho para esses comentários que estão inseridos entre os homens ao se referirem a mulheres com esses estereótipos de corpos moldados pela malhação, dietas e tratamentos estéticos. A propaganda a usa de maneira sexualizada, o que motiva pelo lado masculino os comentários objetificando o corpo, como um produto a ser consumido e dominado.

No quarto comentário, a seguidora escreve uma situação diferente das outras postagens, pois não elogia a famosa. Ela deixa duas perguntas que passam o sentido de que estava instigada em saber até que ponto Gracyane se preocupa com seu corpo. A primeira pergunta é sobre se a famosa pretende ter filho e a segunda se ela teme que seu corpo se modifique após o término da gravidez e que tenha o filho. O comentário retoma os resultados que uma mulher pode ter depois de uma gravidez, como estria, acúmulo de gordura, cicatriz na barriga para ter a criança e etc. A seguidora passa a ideia em seu comentário de que Gracyane teme isso, e por isso não pretende ter filho, para não correr risco de perder as curvas do seu corpo, não recuperar a forma física que tem hoje. Tudo giraria em manter seu padrão estético sem risco de mudança ou desvio de sua vida dedicada a cuidar do seu corpo. Ainda sobre esse mesmo comentário, é

importante destacar que o comentário também retoma discursos sobre papéis que persistem na sociedade ao tentar definir a função da mulher como a de ter filhos, posto como missão, que a realização estaria ao reproduzir. O comentário da seguidora parte desse discurso sobre o papel da mulher em ter filhos. Um dizer que retoma outros que sedimentados na memória, que servem de base para discursos posteriores. Os discursos constroem-se através da relação com outros (ORLANDI, 2002). Discursos que estimulam e servem de memória nas entrelinhas do comentário. Esse questionamento combate os discursos já mencionados sobre o papel da mulher em meio a sociedade, para que se tenha filhos, por exemplo.

Comentários 02 sobre a postagem 03



Fonte: Perfil do *Instagram* @gracyanebarbosaoficial

Na sequência de comentários acima, os três primeiros se assemelham transmitindo o mesmo sentido, pois as seguidoras elogiam as curvas do corpo de Gracyane, qualificando-o como padrão a ser seguido, o corpo desejado, buscado para realização. Elas colocam a famosa como inspiração, e objetivo a ser alcançado,

desejando obter o mesmo corpo que Gracyane algum dia. Comentários que se enquadram nas perspectivas de criação de estereótipos que regem o público feminino. Essa obsessão que muitos almejam para alcançar esse corpo perfeito como se a partir dele podem encontrar a felicidade na realização do corpo, sendo muitas vezes influenciadas pela sociedade para se conquistar esse ideal que tanto procura. (VASCONCELOS, 2004). Neste sentido vemos pessoas tentando moldar o corpo para se enquadrar a “mulher do século XXI” e é a partir daí que começam a frequentar academias, ganhar massa muscular para que possam ser relacionados ao corpo de Gracyane como mostra a imagem, onde ela aparece dando destaque a sua barriga e volume de pernas e bumbum.

Na imagem acima, vemos no quarto comentário selecionado uma reverência à barriga chapada, sem nenhum percentual de gordura de Gracyane por parte da seguidora, que deseja ter uma igual. Comentário que torna a barriga da famosa, um estereótipo de corpo ideal e perfeição. A admiração e desejo que os ingressantes em academias objetivam em seus treinos, a busca pela barriga chapada, seca com uma cintura sem gordura localizada, que vem através de muito trabalho e dedicação, da aliança entre academia e alimentação balanceada.

É interessante ressaltar que o comentário surge de maneira estimulada, pois na imagem Gracyane divulga uma marca de suplemento, a Whey da Max como indicação de consumo, deixando a barriga de fora, pernas e volume do bumbum em destaque, para enfatizar sua divulgação. Os produtos de suplementos não teriam impacto dominante para consumo se colocassem alguém visivelmente fora dos padrões do público frequentador de academia. Eles precisam de alguém que represente que se dedique também à vida “fitness”.

O comentário seguinte joga com a ironia, o humor, para elogiar o corpo de Gracyane. A seguidora ao dizer que se possível existir algum defeito é no interior do corpo da famosa, em referência a como é o corpo humano por dentro em todas as pessoas. Se tiver por dentro não importa. Ninguém vê. Diante desse contexto, ao colocar essa condição, ela também joga com o não dito que também fica nas entrelinhas, qualificando Gracyane como a imagem da perfeição com seu corpo.

Continuando a discursivização sobre o corpo, analisamos os comentários seguintes:

Comentários 03 sobre a postagem 03



Fonte: Perfil do *Instagram* @gracyanebarbosaoficial

Já nesta imagem, vemos o primeiro comentário selecionado ser escrito por um seguidor masculino, com rótulos, estereótipos, reverenciando as curvas do corpo de Gracyane. Diferente das mulheres, pois muitas não desejam ter esse corpo cheios de músculos, muitos chegam até causar um certo “espanto” com tantos músculos. Não é um elogio que deseja alcançar as formas dessas curvas, mas, sim, de admirar, desejar ter essas curvas para satisfação e prazer. Rotula o corpo da beldade também como padrão a ser desejado. É interessante observar que ele não usa dos comentários que geralmente são usados pelo grupo masculino ao se referir a mulheres que frequentam academia, objetificando-as.

Na postagem 3, vemos no segundo comentário, a seguidora elogiar o bumbum de Gracyane Barbosa, como volumoso e grande. É possível deduzir que a seguidora tenha se identificado, por desejar ter um bumbum semelhante ao de Gracyane. É a partir da mídia e das publicações que mulheres começam a adotar certas regras para se assemelharem aos famosos, assim, essas regras são adquiridas para conseguir um estilo de vida melhor. (COUTO, 2000). Diante disto, podemos perceber o quanto a famosa possui essa influência em seus seguidores a ter essa boa forma, chegando a causar muitas vezes sentimentos de inveja por não ser esse Bio Físico igual o de Gracyane na publicação citada. Como já citado antes, as mulheres ao ingressarem em academias, costumam dedicar-se ao desenvolvimento de partes como pernas e bumbum, focando para que fique sempre mais levantado e destacado. O fato de ela possivelmente se

identificar também coloca o bumbum da famosa como referência e modelo a ser adotado e almejado por outras mulheres.

O último comentário, escrito por um seguidor retoma as falas dos frequentes ditos que o público masculino comenta sobre o público feminino que frequenta academia, como se fossem algo feito para ser provado, experimentada ao ser relacionado a vocabulários como “gostosa”, “deliciosa” e “saborosa”. Comentários que tornam o corpo da mulher objetificado. Percebe-se, assim, que a postagem de Gracyane não atingiu apenas o público feminino, mas também o público masculino, despertando o desejo, a atração pelo corpo da famosa.

Postagem 4 - Perfil @gracyannebarbosaoficial



105.936 curtidas

graoficial Meus amores , bom dia! Quem já conhece o ISO DRINK da @maxtitaniumsuplementos ? Ele foi elaborado para nos auxiliar , a conquistar melhores desempenhos nas atividades físicas. Tem três sabores maravilhosos: maracujá , água de coco e morango com banana. Pra quem gosta de praticidade e eficiência , essa é a minha super dica! Quem ainda não experimentou , experimente e sinta a diferença!

•27G DE PROTEÍNA POR GARRAFA •7G DE BCAA
 •BEBIDA PROTEICA TRANSPARENTE E SABOROSA
 COADJUVANTE NA FORMAÇÃO DE MASSA MUSCULAR
 •PRATICIDADE (PRONTA PARA BEBER)
 •PROTEÍNA ISOLADA DO SORO DO LEITE (WHEY PROTEIN ISOLADO)
 •RECUPERAÇÃO MUSCULAR PÓS-TREINO

Demais, né? Disponível nas melhores lojas de suplementos.

#VemPraMax #maxtitanium #isowhey #delicia

#proteinaisolada #teamgracyanne
 Foto @wamsantos

Fonte: Perfil do *Instagram* @gracyannebarbosaoficial

Esta postagem de Gracyane Barbosa traz a divulgação de um drink da linha de suplementos que auxilia no desempenho de melhores atividades físicas que é o seu maior foco em sua página com mais de sete milhões de seguidores. Em suas publicações, ela mostra o seu dia a dia, suas dietas totalmente controladas e regradas por nutricionistas, uso de suplementação e seu treino extremamente pesado, a utilização do seu *Instagram* que serve para todo o seu trabalho de divulgações, ajudou bastante a divulgar, dar dicas para público, levando-a a conseguir diversos fãs por todo mundo.

É notável nessa imagem a exposição, definição do corpo da famosa, aspectos estereotipados desejados por diversos de seus seguidores, uma barriga trincada, sem nenhuma gordura, braços musculosos e bem definidos, seios avantajados e por fim um bumbum grande, desejado por diversos públicos, feminino e masculino que a seguem. Um corpo extremamente regrado por suplementações, dietas e treinos, chegando a padronizar os estereótipos discursivizados do corpo feminino.

Comentário 01 sobre a postagem 04



Fonte: Perfil do *Instagram* @gracyanebarbosaoficial

Neste primeiro comentário, de um dos seguidores masculinos, na postagem de Gracyane Barbosa, percebemos as palavras exageradas, que objetificam o corpo dela ao chamá-la de “deliciosa”, “muito gostosa”, palavras frequentes no vocabulário masculino ao se referir a mulheres com esse perfil físico. No mesmo comentário, percebemos o desejo do seguidor pelo corpo de Gracyane, chegando a chamar de “mulherão”, a utilização também desses emojis, principalmente das chamas, representam a admiração, a paixão, o desejo de consumo pelo corpo da famosa que ele sentiu ao abrir o seu insta e se deparar com essa foto. É importante destacar que o fato de Gracyane Barbosa se apresentar dessa forma na imagem já incita os discursos desse nível, é um gatilho para a memória social, e a mesma consequentemente já esperava comentários desse nível. As publicações de propagandas para divulgação de produtos ao usarem a imagem da mulher, buscam torná-la um objeto de atração, persuasão para o público que a segue,

buscando destacar partes do seu corpo que sensualizem sua imagem como as coxas malhadas e busto.

Trata-se de um comentário frequente no vocabulário do público ao elogiarem mulheres com esses padrões físicos, enaltecendo as partes que lhes chamam mais atenção como coxa, glúteos e busto. Como comentado anteriormente, o fato da publicação expor essas partes do corpo, estimulam e encorajam a escrita desses comentários na postagem, que já são esperados pela famosa, pois soam como repercussão para divulgação da marca, soam como o alcance dos objetivos de quem se adequa a uma vida de treinos de musculação e alimentação balanceada, que são o ganho de massa, definição dos músculos e diminuição de gordura. Um vocabulário que remonta a objetificação do corpo feminino, como se fosse algo a ser provado, experimentado, consumido para o prazer sexual do público masculino apenas.

Comentários 02 sobre a postagem 04



Fonte: Perfil do *Instagram* @gracyanebarbosaoficial

A seguidora do primeiro comentário da imagem acima, o inicia com uma pergunta que expressa sentido de surpresa e admiração pelo corpo de Gracyane Barbosa, possivelmente em razão de ver as formas (barriga trincada, braços musculosos e volume de pernas e bumbum) da famosa em destaque na imagem. No mesmo comentário, ela ironiza alegando que não consegue prestar atenção no Whey divulgado como drink, pois a famosa chama a atenção toda com sua forma física.

Ao finalizar seu comentário ele rotula o corpo de Gracyane Barbosa como perfeito, impossível de perceber algum defeito ao dizer que ela é linda tanto por dentro como por fora. O mundo virtual muitas vezes acaba mostrando apenas as aparências das pessoas, inclusive de pessoas famosas como no caso de Gracyane Barbosa. A seguidora

ao se referir em seu comentário que ela era linda tanto por dentro está se referendo a Gracyane mulher, fora todos esses estereótipos, pois muitos só elogiam seu corpo .

Nessa discursivização, corpo da famosa seria como um espelho para o público utilizar, se motivar e se inspirar na busca por uma forma física semelhante. Configura-se como o corpo utópico.

Comentário 03 sobre a postagem 04



Fonte: Perfil do *Instagram* @gracyanebarbosaoficial

O seguidor, diferente dos comentários que normalmente vem do público, elogia bastante Gracyane Barbosa e sua influência para valorização do produto. No início ele atribui a famosa o estereótipo de “Deusa” que pode ser relacionado à ideia de perfeição, divino, acima dos demais, neste caso acima das outras mulheres. Ele continua argumentando que o fato da famosa estar divulgando o drink, torna o produto mais reconhecido e valorizado pelo público. Essa exposição do produto para que o público possa investir no corpo vem crescendo bastante, muitas vezes acabam prejudicando a saúde desse público que procuram resultados imediatos. (AZEVEDO, 2007). Em busca de conquistar o corpo perfeito, pessoas procuram por medicamentos contraindicados por médicos, apenas por exposições em propagandas e muitas vezes acabam prejudicando a própria saúde. E a propaganda vem almejar esse consumo do produto, por isso expõe a famosa como representante da comunidade fiel a academia, já que a mesma é bastante dedicada a esse estilo de vida e apresenta resultados esperados por quem frequenta academias e procura produtos que favoreça tais resultados.

É importante ressaltar que o fato de Gracyane Barbosa além de na imagem divulgar o produto consumindo-o, e também descreve-lo na legenda da publicação enfatizando que ela o utiliza em sua rotina de treinos para ganho de energia e disposição. Um recurso que alia escrita e imagem, verbal/visual, e que também reforça a

eficiência do drink em sua divulgação e contribui para criar a ideia de corpo como anúncio publicitário.

Nesta conjuntura, as postagens retiradas da página do *Instagram* das famosas Juju Salimene e Gracyane Barbosa vêm mostrar a mulher do corpo musculoso, a sua vida *fitness* em academias, dietas e suplementos. Conquistando diversos seguidores e fãs da musculação. Pode-se perceber, a partir das suas postagens, os discursos construídos sobre os corpos das famosas Juju Salimene e Gracyane Barbosa que veiculam diversos estereótipos, construídos a partir dos corpos musculosos, *fitness*, ao receber diversos adjetivos de seguidores masculinos e femininos como “musa”, “perfeição”, “gostosa”, “deusa” o quanto a sua imagem, o seu Bio Físico chama atenção de diversos seguidores, chegando a quererem se assemelhar ao seu corpo musculoso.

Esse padrão de beleza, divulgado e exigido por parte da sociedade que considera que para a mulher ser bonita seja preciso estar com um corpo em forma, cheio de curvas e musculoso, é bastante recorrente na análise sobre postagens dos perfis de Juju e Gracyane que vêm deixar bastante claro esses padrões discursivizados na mídia atual.

CONCLUSÃO

Na contemporaneidade percebemos o quanto que a mídia nos influencia a partir de diversas redes sociais, o *Instagram* tem sido uma mídia acessada por diversas pessoas, conquistando diversos seguidores. Essa rede que vem invadindo o mundo inteiro divulgando informações, dando acesso à privacidade de diversas pessoas. A partir daí, pessoas começam a interagir à procura de perfis através dos quais possam obter uma orientação de moda, páginas de humor, dietas e musculação, atendendo todos os gêneros e faixas etárias. Diante disso, a pesquisa destina-se a analisar os discursos sobre o corpo *fitness* da mulher no perfil do *Instagram* de Gracyane Barbosa e Juliana Salimene frente às influências e efeitos da estética e dos padrões de beleza, investigando a forma como eles refletem os interdiscursos e a memória discursiva nos discursos sobre a boa forma. Em seus perfis, Juju Salimene e Gracyane Barbosa compartilham o seu dia-a-dia com diversos seguidores, dando dicas de treinos, dietas e entre outros assuntos relacionados e endereçados ao público adepto a musculação e alimentação balanceada.

Dessa forma, estudar e pesquisar esse tema constitui-se de uma necessidade estabelecida por diversas pessoas sobre o que seria “corpo *fitness*”, a mídia tendo bastante influência nessa formação de pensamentos em diversas pessoas, no quesito de “corpo *fitness*”, que nas duas páginas analisadas a partir das suas postagens e comentários de diversos seguidores, identificamos diversos estereótipos construídos sobre o corpo *fitness* como ideal de beleza.

Ainda identificamos ao que se refere aos interdiscursos nas publicações escolhidas a partir de comentários que nos levem a fazer uma autorreflexão e que nos voltem a assuntos que causam polêmicas, os comentários remontam discursos enquadrados na busca e desejo por uma forma física melhor. Capaz de servir como referência, satisfação e desejo. As falas dos seguidores enaltecem a imagem das famosas, e como todo discurso se constrói tendo como ponto de partida discursos enraizados, enfatizando a ideia de que o sujeito não é dono do seu discurso. Com base nesse contexto, essas publicações nos trazem os discursos sobre a busca incessante pela forma física ideal, colocando os corpos de Juju Gracyane como modelos, representações a serem seguidas. Discursos em que a mulher com corpos musculosos, e cheios de curvas são bem “aceitos” pela sociedade, diante desse mundo virtual que é a mídia, através do *Instagram*, são veiculados.

Mediante as questões que nos propomos a analisar, percebemos que em ambos os perfis predominaram nos comentários das postagens estereótipos que padronizam esse corpo de mulheres que dedicam as suas vidas para conseguirem um Bio Físico tido como ideal, cheio de músculos, desejado por muitos e o quanto isso influencia na vida de cada pessoa.

O impacto da influência social dessas famosas, chega a ter alta repercussão e aceitação entre os internautas que seguem seus perfis que, muitas vezes, são impostos por propagandas feitas por essas famosas que chegam a realizarem dos mais diversos atos, como por exemplo, usarem medicamentos sem prescrição médica, almejando obter a forma corporal das famosas. Portanto, com base nos dados descritos e explorados, consideramos que esta pesquisa constituiu uma fonte necessária e propícia para o processo de formação acadêmica. Possibilitando um olhar mais crítico e reflexivo mediante a todos esses estereótipos do corpo perfeito, da mulher ser colocada como uma deusa, diva na sociedade a partir do seu corpo musculoso, cheios de curvas, que para estar dentro dos padrões da sociedade é necessário ter um bom biofísico, cheio de curvas e músculos, que chamam a atenção de diversas pessoas.

Diante do percurso teórico traçado, identificou-se a predominância de uma construção discursiva conivente a beleza estética e física da morfologia feminina. O padrão de beleza e idealização do corpo *fitness* é expresso por meio de comentários e publicações que elucidam a padronização de estética como temática central, por muitas vezes, oportunizadas por meio de treinos, musculação e uso de substâncias suplementares que facilitam o ganho de massa muscular, e assim, influenciar os internautas que acompanham os perfis de muitos famosos do *Instagram*.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do estado**. Lisboa: Editorial Presença, 1970

_____. **As palavras e as coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 2000b.

AZEVEDO, S.N. Em Busca do Corpo Perfeito: **Um estudo do narcisismo**. Curitiba: Centro Reichiano, 2007.

BOURDIEU, P. (2002). **O poder simbólico**. 5a ed. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil. Originalmente publicado em 1989.

BOLTANSKI, L. (1984). **As classes sociais e o corpo**. 3a ed.. Rio de Janeiro: Graal. Originalmente publicado em 1979.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução a análise do discurso**. Editora Unicamp. São Paulo, 2004

CAMARGO, Fábio. **Corpos que querem poder**. Vitória da Conquista, 2013

COUTO, E.S. **O homem satélite**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2000.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Edições Loyola. São Paulo, 1996

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000a.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas**. São Paulo, 1992. Ed: Saberes.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade**. Vol 1. São Paulo, 2012.

GARCIA, Tirza Myga. **A análise do discurso frances: uma introdução na irônica**. UFSC, N.7, 2003

GIDDENS, A. 1991. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: UNESP.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades – Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, vol. 4 N. 11. P 11-25 Nov. 2007.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Discurso, história e a produção de identidades na mídia**. In: XIV Encontro da ANPOLL, 2004, Maceió, AL, 2004.

HALL, S. 2002. **A identidade cultural na pós-modernidade** 7a ed. Rio de Janeiro: DP& A. (Originalmente publicado em 1992).

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 4 ed. – São Paulo, Atlas, 1999.

MARGARETH, Michel. **O corpo na mídia**, São Paulo, 2012.

MORGAN, C. M., & Azevedo, A. M. C. 1998. **Aspectos socioculturais**. In M. A. A.

NUNES, J. C. Appolinário, A. L. G. Abuchaim & W. Coutinho. **Transtornos alimentares e obesidade** ppp. 86-93. Porto Alegre, 2000. RS: Artmed.

NUNES, José Horta. **Papel da memória**. Editora Pontes, São Paulo, 1999.

ORLANDI, Enio. **A inquietação do discurso**. MS, Editora Cortez, 2003.

ORLANDI, Enio P. **Análise do discurso**. Editora Pontes, 2002

VASCONCELOS, NAUMI. **Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia**, 2004, Rio de Janeiro.

VIGARELLLO, G. **Metamorfoses do gordo**. Trad. Denise Bernuzzi de Sant' Anna. Petrópolis/RJ, 2010.

WITZEL, Denise. **Corpo viril nos discursos midiáticos: do triunfo à crise**, Porto Alegre, 2013