



**UFES**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO FÍSICA**

**Guilherme de Castro Ribeiro Ferreira e Silva**

**SOBRE OS INVESTIMENTOS E CUIDADOS COM O CORPO NA SOCIEDADE DE  
CONSUMIDORES: INTERPRETAÇÕES A PARTIR DE ESTUDANTES DO ENSINO  
MÉDIO DO COLÉGIO PEDRO II**

**VITÓRIA**  
**2017**

Guilherme de Castro Ribeiro Ferreira e Silva

**SOBRE OS INVESTIMENTOS E CUIDADOS COM O CORPO NA SOCIEDADE DE  
CONSUMIDORES: INTERPRETAÇÕES A PARTIR DE ESTUDANTES DO ENSINO  
MÉDIO DO COLÉGIO PEDRO II**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Educação Física da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação Física.

Linha de pesquisa: Educação Física, Corpo e Movimento Humano.

Orientador: Dr. Ivan Marcelo Gomes

VITÓRIA

2017

**Guilherme de Castro Ribeiro Ferreira e Silva**

**SOBRE OS INVESTIMENTOS E CUIDADOS COM O CORPO NA SOCIEDADE DE  
CONSUMIDORES: INTERPRETAÇÕES A PARTIR DE ESTUDANTES DO ENSINO  
MÉDIO DO COLÉGIO PEDRO II**

Conceito final:

Aprovado em: \_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Ueberson Ribeiro de Almeida (UFES)

---

Prof. Dr. Felipe Quintão de Almeida (UFES)

---

Orientador: Prof. Dr. Ivan Marcelo Gomes (UFES)

Vitória, 30 de junho de 2017.

À memória de meu pai, ao sorriso de Lívia.

## AGRADECIMENTOS

À Livia, pelo apoio e incentivo desde o processo seletivo à finalização deste trabalho. Seu carinho foi imprescindível! Obrigado!

Aos meus pais, Geraldo (*in memoriam*) e Ana, por valorizarem o estudo e entenderem que a docência em Educação Física é o que me faz feliz.

Aos meus irmãos, Gabriel (Zezinho) e Gustavo (Giggio), obrigado pela atenção e carinho em diferentes momentos.

Ao meu orientador, Ivan Marcelo Gomes, pelo jeito simples, humano e profissional no qual conduziu todo o processo de orientação. Você foi fundamental! Obrigado também pela amizade e preocupação, bem como por ter me apresentado o melhor bolinho de carne do bar (do João) mais descolado da América do Sul, quiçá, do mundo!

Aos professores e coordenadores do Programa de Pós-graduação em Educação Física, pelos momentos de reflexão.

Aos professores que participaram da banca de qualificação e defesa, Ueberson Ribeiro de Almeida e Felipe Quintão de Almeida, pelas contribuições e reflexões acerca do trabalho.

Aos estudantes do Colégio Pedro II – *Campus* São Cristóvão III, pelo carinho e atenção para com a pesquisa. Ao Pedro II, tudo ou nada? Tudo!

Aos professores da equipe de Educação Física do *Campus* São Cristóvão III do Colégio Pedro II, Fernanda, Celso, Fabiano e Leandro, pelo esforço em fazer com que eu tivesse tempo suficiente para me dedicar aos estudos. Vocês são demais!

Aos meus queridos amigos do Laboratório de Estudos em Educação Física (LESEF/UFES), pela maneira carinhosa e humana como me receberam, assim como pelo estudo, diálogo e reflexão sobre temas tão caros a Educação Física, que contribuíram muito para minha formação e a construção deste trabalho. Da mesma maneira, nunca vou me esquecer da carta assinada por cada um de vocês e a mim enviada, em um dos momentos mais difíceis da minha vida. Obrigado!

Aos amigos da “Dido Fontes” e “Oxumaré”, Kiko, Élder, Abib e Brunão, pelo acolhimento, boas conversas e tentativas gastronômicas sempre regadas a uma boa cerveja.

Ao Élder, pela parceria, amizade e boas conversas. Valeu!

Ao Abib, pela amizade e flanadas ímpares por Vitória! O respeito não voltou;  
ele sempre esteve aqui!

Ao Uebinho, pela amizade, boas conversas e bons conselhos. Você é massa!

Ao Brunão, pela preocupação e parceria em diferentes momentos.

A todos que, de alguma maneira, contribuíram com este trabalho.

Obrigado!

## RESUMO

O objetivo do estudo foi analisar como os estudantes do ensino médio do Colégio Pedro II investem e cuidam do corpo no que Zygmunt Bauman convencionou chamar de sociedade de consumidores. A pesquisa desenvolveu-se com setenta e cinco estudantes do ensino médio regular e integrado do Colégio Pedro II – *Campus São Cristóvão III*. A coleta de informações se deu a partir de dois instrumentos: (1) Questionário Survey on-line e (2) Grupo Focal. No questionário survey on-line setenta e cinco estudantes responderam sobre questões relacionadas a quatro grandes eixos-tema: corpo e consumo; intervenções no corpo; cuidados com a alimentação; e práticas corporais. O grupo focal teve um encontro e contou com a participação de sete estudantes, selecionados a partir da análise das respostas do questionário survey on-line. A organização – roteiro – deu-se a partir dos quatro grandes eixos-tema e de dados do questionário survey on-line. Os dados foram analisados a partir do cruzamento das informações do questionário survey on-line e do grupo focal, privilegiando o diálogo com a abordagem sociológica de Zygmunt Bauman. As análises desenvolvidas demonstraram que os estudantes do Colégio Pedro II, mesmo vivendo e estudando em um ambiente plural no que tange as questões sociais, políticas, econômicas e culturais, bem como tendo acesso a discussões e reflexões sobre o corpo a partir da diferença e compreendendo esse corpo dentro de uma sociedade pautada pelo consumo, não estão imunes aos discursos imperativos das instituições que ora regulam o corpo, como a indústria do corpo. Nesse sentido, o discurso dos estudantes sobre os investimentos e cuidados com o corpo na sociedade de consumidores se mostram ambivalentes, pois muitos estudantes disseram gostar de seus corpos, mas, no decorrer do trabalho, muitos se mostraram insatisfeitos e/ou inseguros com seu corpo, buscando por meio de intervenções no corpo, cuidados com a alimentação e práticas corporais, satisfazerem suas necessidades/desejos/vontades na busca por um corpo magro e atlético, sinônimo de beleza e sucesso. Dessa maneira, corroborando com Zygmunt Bauman, o trabalho demonstrou que estar insatisfeito com o corpo é uma condição da sociedade de consumidores.

Palavras-chave: corpo, adolescência, educação, sociedade de consumidores.

## ABSTRACT

The objective of the study was to analyze how the high school students of Colégio Pedro II invest and take care of the body in what Zygmunt Bauman agreed to call consumer society. The research was developed with seventy five regular and integrated high school students from Colégio Pedro II – São Cristóvão III *Campus*. The information collection was based on two instruments: (1) Survey Questionnaire online and (2) Focus Group. In the online survey questionnaire, seventy five students answered questions related to four major themes: body and consumption; interventions in the body; care with food; and bodily practices. The focus group had a meeting and had the participation of seven students, selected from the analysis of the answers of the online survey questionnaire. The organization - guide - was based on the four main themes and data of the online survey questionnaire. The data were analyzed from the cross-referencing of the online survey questionnaire and the focus group, favoring the dialogue with the sociological approach of Zygmunt Bauman. The analyzes demonstrated that the students of the Pedro II College, even living and studying in a plural environment on social, political, economic and cultural issues, as well as having access to discussions and reflections on the body from the difference and understanding this body within a consumer oriented society are not immune to the imperative discourses of the institutions that now regulate the body, such as the body industry. Therefore, students' discourse on investing and caring for the body in the consumer society is ambivalent, as many students have said they like their bodies, but in the course of their work many have been dissatisfied and/or insecure with their bodies, seeking through interventions in the body, caring for food and corporal practices, satisfy their needs/desires in the search for a lean and athletic body, synonymous with beauty and success. In this way, corroborating with Zygmunt Bauman, work has shown that being dissatisfied with the body is a condition of the consumer society.

Key words: body, adolescence, education, consumer society.



## SUMÁRIO

|          |  |     |
|----------|--|-----|
|          | <b>INTRODUÇÃO</b> .....  | 9   |
| <b>1</b> | <b>SOBRE A CONSTITUIÇÃO DO CORPO NA SOCIEDADE DE CONSUMIDORES</b> .....  | 17  |
| 1.1      | ENTRE A SOLIDEZ E A LIQUIDEZ DO MUNDO MODERNO.....   | 18  |
| 1.2      | DO CORPO PRODUTOR AO CORPO CONSUMIDOR: PRIMEIRAS APROXIMAÇÕES.....   | 21  |
| 1.3      | O CORPO CONSUMIDOR NA SOCIEDADE LÍQUIDA MODERNA.....   | 24  |
| <b>2</b> | <b>DEFINIÇÃO DO CAMPO DE PESQUISA E ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS</b> .....  | 42  |
| 2.1      | COLÉGIO PEDRO II: TRADIÇÃO E VANGUARDA.....  | 42  |
| 2.2      | ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS E CAMINHOS PERCORRIDOS.....  | 47  |
| 2.2.1    | <b>Tipo de pesquisa</b> .....  | 48  |
| 2.2.2    | <b>Caracterização dos instrumentos de pesquisa, sujeitos do estudo, seleção e tamanho da amostra</b> .....                     | 48  |
| <b>3</b> | <b>O CORPO JOVEM EM DESTAQUE: REFLEXÕES ACERCA DOS INVESTIMENTOS E CUIDADOS COM O CORPO NA SOCIEDADE DE CONSUMIDORES</b> ..... | 65  |
| 3.1      | EIXO-TEMA 1: CORPO E CONSUMO.....  | 65  |
| 3.2      | EIXO-TEMA 2: INTERVENÇÕES NO CORPO.....  | 86  |
| 3.3      | EIXO-TEMA 3: CUIDADOS COM A ALIMENTAÇÃO.....   | 96  |
| 3.4      | EIXO-TEMA 4: PRÁTICAS CORPORAIS.....   | 107 |
| <b>4</b> | <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....  | 117 |
|          | <b>REFERÊNCIAS</b> .....   | 120 |
|          | <b>APÊNDICES</b> .....   | 126 |

## INTRODUÇÃO

*“O corpo ocidental está em plena metamorfose. Não se trata mais de aceitá-lo tal como ele é, mas sim de corrigi-lo, transformá-lo e reconstruí-lo.”*

(David Le Breton)<sup>1</sup>

A partir da leitura um tanto quanto informal e despretensiosa do livro *Nu & Vestido: Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*, organizado por Mirian Goldenberg (2002), durante as viagens que fazia entre as cidades do Rio de Janeiro/RJ e Vitória/ES para assistir às aulas do mestrado no Programa de Pós-graduação em Educação Física da Universidade Federal do Espírito Santo, passei a olhar com outros olhos para temáticas que até então não havia explorado, como os estudos sobre o corpo. Porque digo isso, saberemos mais a frente.

Minha trajetória acadêmica foi marcada por estudos com temáticas relacionadas à Educação Física escolar, como práticas pedagógicas e pedagogia do esporte. Por vezes, participava de discussões e reflexões acerca dos estudos sobre o corpo, mas nunca desenvolvendo pesquisas que envolvesse esse tema.

A “preferência” por temáticas relacionadas à prática pedagógica em Educação Física talvez seja fruto de minha formação. Fiz licenciatura em Educação Física, pela Universidade Federal de São João del-Rei, e participei do PIBID (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação a Docência) e diversas outras iniciativas que discutiam a Educação Física no contexto escolar, principalmente as práticas pedagógicas. O interesse por essa temática de estudo se reforçou quando iniciei minha carreira docente na Educação Básica, primeiro no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais, em que ministrava aulas de Educação Física para o ensino médio e de recreação e lazer para o curso Técnico em Turismo, e no Colégio Santos Dumont, ministrando aulas de Educação Física para o primeiro segmento do ensino fundamental. Nesse período, fiz duas especializações: uma em Ciência do Treinamento Desportivo, na Universidade

---

<sup>1</sup> Trecho do prefácio feito por David Le Breton no livro *Nu & Vestido: Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*, organizado por Mirian Goldenberg (2002).

Federal de Juiz de Fora, pois queria aprofundar questões que ficaram muito superficiais na graduação, e outra em Ensino da Educação Física para Educação Básica, no Colégio de Aplicação João XXIII, também da Universidade Federal de Juiz de Fora, em que buscava maiores subsídios teórico-práticos para minhas intervenções como docente na Educação Básica.

Foi durante a especialização no Colégio de Aplicação João XXIII, sob orientação da Profa. Dra. Eliete do Carmo Garcia Verbena e Faria, que conheci a obra *Modernidade Líquida*, do sociólogo Zygmunt Bauman. Inicialmente, chamou-me atenção o modo como o autor trata o processo moderno, sobretudo as metáforas utilizadas para caracterizar os diferentes períodos, comumente conhecidos por modernidade e pós-modernidade, mas caracterizados por Bauman de solidez (modernidade sólida) e liquidez (modernidade líquida). As leituras vieram, e a vontade de compreender a Educação Física dentro de uma perspectiva baumaniana também, tanto que não demorou muito para o primeiro trabalho utilizando as obras de Bauman como referencial teórico aparecer: “Educação Física na Escola: desafios e propostas para a prática pedagógica no contexto da modernidade líquida”. Esse texto investigou como as transformações da sociedade líquida moderna têm influenciado a prática pedagógica de professores de Educação Física no Colégio Pedro II, mais especificamente no *Campus* de São Cristóvão II – segundo segmento do Ensino Fundamental.

Em meio a esse processo, surgiu o concurso para professor efetivo do tradicional Colégio Pedro II (CPII), situado na cidade do Rio de Janeiro. Ingressei no Pedro II no ano de 2014, lotado no *Campus* de São Cristóvão III e ministrando aulas de Educação Física para turmas regulares e integradas do ensino médio. Durante esse período, comecei a amadurecer a ideia de fazer o mestrado, queria continuar utilizando o sociólogo Bauman como referencial teórico, bem como estudando temáticas voltadas para a Educação Física escolar. Durante o curso de especialização no Colégio João XXIII, realizei diferentes leituras de artigos e livros<sup>2</sup> dos professores Ivan Marcelo Gomes, que viria a ser meu orientador, Valter Bracht e

---

<sup>2</sup> ALMEIDA, Felipe. Q. de; BRACHT, Valter. **Emancipação e diferença na educação**: uma leitura com Bauman. Campinas, SP: Autores Associados, 2006.

ALMEIDA, Felipe. Q. de; BRACHT, Valter; GOMES, Ivan. M. **Bauman & a Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

Felipe Quintão de Almeida, sobre Educação Física e Educação a partir do referencial teórico *baumaniano*.

Tanto Ivan Marcelo Gomes quanto Valter Bracht e Felipe Quintão de Almeida são professores do Programa de Pós-graduação em Educação Física (PPGEF) da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), programa pelo qual me interessei, mas, temendo que a distância fosse um empecilho, busquei outras referências na cidade do Rio de Janeiro/RJ. Sem sucesso, resolvi arriscar e me aventurar por terras capixabas. No fim de 2014, participei do processo seletivo para a turma de mestrado 2015-2017 do PPGEF/UFES, sendo aprovado na linha de pesquisa Educação Física, Corpo e Movimento Humano.

O pré-projeto apresentado tinha como objetivo compreender a Educação Física no CPIL a partir das transformações ocorridas no contexto da modernidade líquida. Durante o mestrado, a construção do projeto foi sofrendo grandes alterações, muito devido às aulas no programa, como a disciplina “Políticas do corpo na modernidade: uma análise a partir de Zygmunt Bauman”, que ampliou meu olhar sobre as possibilidades de pensar e pesquisar o corpo a partir da perspectiva *baumaniana*. Somam-se a isso minhas experiências ministrando aulas no CPIL, pois é comum que, durante as aulas sobre Atividade Física e Saúde, Atividades Aquáticas e outros conteúdos que compõem o currículo da Educação Física, os estudantes se queixarem sobre seus corpos e suas medidas, assim como a sensação de vergonha e discriminação por não se enquadrarem em determinados padrões corporais.

Ao propor e mediar as reflexões sobre o corpo, passei a perceber que não apenas os estudantes sofriam com o processo de insatisfação corporal: eu, como sujeito que também vive imerso dentro dessa sociedade de consumidores, em que o corpo magro e atlético se apresenta como sinônimo de beleza e sucesso, também sinto-me, por vezes, inseguro com meu corpo. Além disso, o Rio de Janeiro é uma cidade com muitos contrastes econômicos e sociais, e isso também se reflete no CPIL, pois dividem o mesmo espaço estudantes moradores de diferentes regiões da cidade, como favelas/comunidades e bairros com IDH de países de primeiro mundo, o que, de certa maneira, influenciam na forma de conceber e pensar o corpo na modernidade líquida. São a partir dessas questões que começo a me interessar pela temática do corpo, principalmente na tentativa de compreendê-lo dentro do que

Zygmunt Bauman chama de sociedade líquida moderna ou sociedade de consumidores.

Após apresentar de maneira sucinta minha trajetória acadêmica e profissional, passo para a apresentação do objeto deste trabalho: o corpo na sociedade de consumidores (líquida). Dentro dessa perspectiva, o objetivo desta dissertação está em compreender como os estudantes do ensino médio do Colégio Pedro II investem e cuidam do corpo no que Bauman convencionou chamar de sociedade de consumidores.

Para tentarmos compreender a problemática deste trabalho, precisamos, de maneira preliminar, situarmos o corpo na sociedade de consumidores. A passagem da modernidade sólida para a modernidade líquida (sociedade de consumidores) foi marcada por diferentes mudanças sociais, políticas, econômicas e culturais, sobretudo, nos padrões, códigos e regras que regem a sociedade sólida moderna. Para Bauman:

São esses padrões, códigos e regras a que podíamos nos conformar, que podíamos selecionar como pontos estáveis de orientação e pelos quais podíamos nos deixar depois guiar, que estão cada vez mais em falta. Isso não quer dizer que nossos contemporâneos sejam livres para construir seu modo de vida a partir do zero e segundo sua vontade, ou que não sejam mais dependentes da sociedade para obter as plantas e os materiais de construção. Mas quer dizer que estamos passando de uma era de 'grupos de referência' predeterminados a uma outra de 'comparação universal', em que o destino dos trabalhos de autoconstrução individual [...] não está dado de antemão, e tende a sofrer numerosa e profundas mudanças antes que esses trabalhos alcancem seu único fim genuíno: o fim da vida do indivíduo (2001, p. 14).

Os padrões, códigos e regras que antes eram estáveis e pouco numerosos passam, com o advento da modernidade líquida, a ser mais flexíveis e abundantes, a ponto de se chocarem e contradizerem-se em seus comandos – ambivalência (BAUMAN, 1999a).

Com a flexibilização e universalização dos padrões, códigos e regras, e a perda da estabilidade e segurança, características centrais da sociedade sólida moderna, os sujeitos que vivem na sociedade líquida convivem, segundo Bauman (2001), com sentimentos de instabilidade, insegurança e medo, características que marcam a atual fase líquida moderna. Além disso, ainda de acordo com Bauman, a sociedade líquida moderna privatizou e individualizou a vida social. Agora, cada sujeito é responsável pelos seus sucessos e fracassos, e não mais o Estado, como

na modernidade sólida, o que o sociólogo denominou como um fenômeno de privatização da ambivalência. Sobre o processo de individualização, Bauman escreve que:

A sociedade líquida (acréscimo nosso) é, como resultado, uma versão individualizada da modernidade, e o peso da trama dos padrões e a responsabilidade pelo fracasso caem principalmente sobre os ombros dos indivíduos. Chegou à vez da liquefação dos padrões de dependência e interação. Eles são agora maleáveis a um ponto que as gerações passadas não experimentaram e nem poderiam imaginar; mas como todos os fluídos, eles não mantêm a forma por muito tempo (2001, p. 14).

A privatização das ambivalências coloca nas mãos dos próprios indivíduos a resolução dessa tarefa, sobretudo dentro de uma sociedade de consumidores (líquida).

A sociedade de consumidores é caracterizada pela necessidade de descartar e substituir, assim como pelo excesso e o lixo. Para isso, ela conta com duas estratégias: a primeira é desvalorizar e depreciar os produtos de consumo com rapidez, e a segunda é satisfazer as necessidades/desejos/vontades de uma maneira que nunca deixe de provocar novas necessidades/desejos/vontades nos sujeitos (BAUMAN, 2007a).

Dentro dessa perspectiva, como a sociedade de consumidores concebe e pensa o corpo?

O corpo na sociedade de consumidores não é mais entendido como um conglomerado de músculos, ossos e articulações. Ele agora é mercadoria, assim como provisório, mutável e mutante, propenso a diferentes intervenções com objetivo de “atingir” o corpo “perfeito” – a chamada busca pela boa forma –, aquele magro e atlético, sinônimo de sucesso e beleza concebido pela indústria do corpo e veiculado pela grande mídia.

Para Mirian Goldenberg (2002), a busca pela boa forma ganhou uma dimensão social inédita na segunda metade do século XX: entrou na era das massas. Para a autora,

A industrialização, e mercantilização, difusão generalizada das normas e imagens, profissionalização do ideal estético com a abertura de novas carreiras, inflação dos cuidados com o rosto e com o corpo: a combinação de todos esses fenômenos funda a ideia de um novo momento da história da beleza feminina e, em menor grau, masculina. A mídia adquiriu um imenso poder de influência sobre os indivíduos, generalizou a paixão pela moda, expandiu o consumo de produtos de beleza e tornou a aparência

uma dimensão essencial da identidade para um maior número de mulheres e homens (GOLDENBERG, 2002, p. 8).

Na era do ver e ser visto, cuidar do corpo é mais que uma obrigação; passou a ser um mandamento (BAUMAN, 2010b). Há, como apontou Miriam Goldenberg, um processo de universalização no que tange aos cuidados com o corpo, pois hoje existem produtos e procedimentos para todos os tipos de necessidades/desejos/vontades relacionados ao corpo, com diferentes indicações e recomendações para cada tipo de corpo, ou seja, o processo de individualização é uma condição na sociedade de consumidores. Os diferentes tipos de produtos e procedimentos existentes para os cuidados com o corpo revelam outra característica da sociedade de consumidores: a do excesso. Tal aspecto está presente nos produtos de beleza e estética das mais diferentes marcas, indicações, preços e promessas, além dos procedimentos estéticos e cirúrgicos que podem ser divididos em suaves prestações, reforçando o argumento sobre a universalização dos cuidados com o corpo apontado por Miriam Goldenberg.

O processo de universalização dos produtos e procedimentos voltados para o corpo foi potencializado pelas novas estratégias de marketing e propaganda que criam e universalizam, a partir das grandes mídias, os discursos sobre os cuidados com o corpo (intervenções no corpo, cuidados com a alimentação e práticas corporais), como o estilo de “vida saudável” e a “boa forma”.

Ao fazermos uma busca simples no Google, podemos perceber o quanto é grande a variedade de opções na internet entre sites e blogs sobre saúde, estética, dietas e estilos de vida saudável. Todos os dias, é comum na sessão *Famosos e etc.*, do site Globo.com, reportagens em que “famosas e famosos” apresentam seus corpos “perfeitos” – coloco entre aspas, pois muitas das entrevistadas e entrevistados dizem que ainda não estão satisfeitos com seus corpos –, suas rotinas de treinos, dietas, procedimentos estéticos e até cirúrgicos para milhares de consumidores com acesso à internet e ao portal.<sup>3</sup> Para Ana Márcia Silva:

---

<sup>3</sup> Em duas reportagens na sessão *Famosos e etc.* da Globo.com, uma publicada em 06/06/2016, com o título: “Graciella Carvalho perde 9% de gordura: 'Antes, parecia um tocinho” e outra publicada em 06/09/2016, com o título: “Graciella Carvalho mostra resultado da dieta que inclui jejum de 20 horas”, a musa fitness Graciella Carvalho, apresenta sua rotina de exercícios, dieta (cardápio diário), e assume que, pela boa forma, já utilizou anabolizantes e fez uso de um procedimento estético para colocação de hidrogel no glúteo, esse último (que lhe rendeu alguns dias de internação por complicações na aplicação), segundo ela, sem arrependimentos. Disponível em: <<http://ego.globo.com/beleza/noticia/2016/06/graciella-carvalho-perde-9-de-gordura-antes-parecia->

O que se universaliza é a imagem iconográfica do corpo, o que permanece é uma expectativa imaginária do corpo, apenas desejada e não existente, como todo universo da mídia. O corpo reduzido, naturalizado, quantificado e homogeneizado, que é objeto das ciências biomédicas vai auxiliar e referendar o uso do corpo, sua reprodução, banalização e universalização pela ideologia de consumo e pela mídia (2001, p. 61).

Como apontaram Bauman e Mirian Goldenberg, tudo que se relaciona com o corpo ou os cuidados com ele está entre as informações mais valiosas da atual sociedade de consumidores. A todo o momento, somos lembrados e instigados a cuidarmos de nossos corpos, pois somos nós os responsáveis e culpados por nossa juventude e beleza. É esse o discurso apresentado na maioria das entrevistas, como a de Gabriela Pugliese, publicada no canal *Eu atleta* da Globo.com<sup>4</sup>: “*Saiam da zona de conforto, mexam-se e deixem a preguiça de lado, pois a vida é curta para ficar apenas no sofá*”, ou seja, você deve a seu corpo cuidado, e, se negligenciar esse dever, deve sentir-se culpado e envergonhado. Para Bauman (2001, p. 79), “[...] a redenção do pecado está ao alcance das mãos do pecador, e só de suas mãos”.

Como sugeriram Bauman (2001) e Ana Márcia Silva (2001), a exposição do corpo na sociedade de consumidores, principalmente aquele magro e atlético, gera, muitas vezes, sentimentos de insegurança e medo naquele que não o possui, como os jovens e adolescentes do Colégio Pedro II, que serão os sujeitos desta pesquisa.

Nesse sentido, esta dissertação é fruto de minhas inquietações como docente do Colégio Pedro II, mas também como sujeito que vive imerso às pressões e regulações do corpo na sociedade de consumidores.

A dissertação será dividida em três capítulos: “1 Sobre a constituição do corpo na sociedade de consumidores”; “2 Definição do campo de pesquisa e estratégias metodológicas; e “3 O corpo jovem em destaque: reflexões a cerca dos investimentos e cuidados com o corpo na sociedade de consumidores”.

O primeiro capítulo apresentará, a partir das leituras de diferentes obras de Zygmunt Bauman (2001; 2007a; 2007b; 2008a; 2008b; 2010a; 2010b e 2011), os conceitos centrais de modernidade e sociedade de consumidores, bem como os conceitos centrais – aptidão e boa forma – para pensar o corpo e sua relação com o

---

[um-toicinho.html](#)> e <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/09/graciella-carvalho-mostra-resultado-da-dieta-que-faz-ha-seis-meses.html>>. Acesso em: 31 mar. 2017.

<sup>4</sup> Reportagem publicada em 30 de janeiro de 2015 no site *Eu atleta*, da globo.com com o título: “Musa do fitness, Gabriela Pugliesi estimula seguidoras: ‘Mexam-se!’”. <<http://globoesporte.globo.com/mobile/eu-atleta/guia/musa-do-fitness-gabriela-pugliesi-estimula-seguidoras-mexam-se.html>>. Acesso em: 31 mar. 2017.



mercado, mídia, saúde, estética, insegurança, medo, ansiedade, compulsão e vício, dentro de uma perspectiva *baumaniana*.

O segundo capítulo irá apresentar os caminhos percorridos da pesquisa que foi realizada com setenta e cinco estudantes que cursam o ensino médio regular e integrado no Colégio Pedro II – *Campus* de São Cristóvão III, situado no bairro de São Cristóvão na cidade do Rio de Janeiro/RJ. A pesquisa caracteriza-se por ser do tipo *Survey* exploratória de caráter quanti-qualitativa (RICHARDSON, 1999), aplicada por meio do questionário *survey* on-line e grupo focal. O questionário *survey* on-line foi aplicado a setenta e cinco estudantes – meninos (32,3%) e meninas (67,7%) –, a partir da plataforma *Survey Monkey*, ferramenta para construção e aplicação de questionários on-line, sendo estruturado a partir de quatro eixos-tema (BARDIN, 2011): corpo e consumo; intervenções no corpo; cuidados com alimentação; e práticas corporais. O grupo focal foi realizado na sala do Departamento de Educação Física do Colégio Pedro II e contou com apenas uma única sessão. Participaram do grupo sete estudantes, dois meninos e cinco meninas. O roteiro foi elaborado a partir dos eixos-temas e questões que nortearam o questionário *survey*, bem como teve flexibilidade para se adequar às demandas surgidas durante o grupo. Os resultados quantitativos e qualitativos do questionário *survey* foram tabulados e organizados no programa *Widows Excel*<sup>5</sup>, enquanto a gravação da sessão do grupo focal foi transcrita para o programa *Windows Word* e organizada por eixos-tema (corpo e consumo; intervenções no corpo; cuidados com alimentação e práticas corporais). As análises quantitativas do questionário *survey* passaram por tratamento estático<sup>6</sup>, e tanto as análises qualitativas do questionário *survey* quanto as grupo focal foram analisadas a partir da análise de conteúdo (BARDIN, 2011).

O terceiro capítulo analisou à luz do referencial teórico utilizado, principalmente Zygmunt Bauman, os resultados do questionário *survey* e grupo focal, a partir de quatro grandes eixos-tema: corpo e consumo; intervenções no corpo; cuidados com a alimentação; e práticas corporais.

Nesse sentido, buscamos construir interpretações que propiciaram chaves de leitura que nos deram respostas sobre como os estudantes do Colégio Pedro II investem e cuidam do corpo na atualidade.

---

<sup>5</sup> Programa *Windows Excel*® 2010 – versão 14.0.7181.5000.

<sup>6</sup> Programa *Windows Excel*® 2010 – versão 14.0.7181.5000.

## 1 SOBRE A CONSTITUIÇÃO DO CORPO NA SOCIEDADE DE CONSUMIDORES

Iniciaremos este capítulo apresentando conceitos centrais da teoria de Zygmunt Bauman sobre a modernidade, sobretudo em relação ao contemporâneo, período em relação ao qual nos dedicaremos a compreender, assim como sua relação com o corpo.

De acordo com Bauman,

A modernidade é um período histórico que se iniciou na Europa ocidental no século XVII com uma série de profundas transformações socioestruturais e intelectuais, atingindo sua maturidade primeiramente como projeto cultural, com o avanço do Iluminismo e depois como forma de vida socialmente consumada, com o desenvolvimento da sociedade industrial (capitalista e, mais tarde, também comunista) (1999a, p. 299).

Em *Modernidade Líquida* (2001), Bauman atualiza sua leitura e crítica sobre a modernidade, empregando duas novas metáforas para caracterizar a sociedade moderna: a *solidez* e a *liquidez*.

Desde a mais tenra idade, a modernidade caracterizou-se pelo trabalho de “destruição criativa” ou “criatividade destrutiva” no sentido de “limpar o lugar” em nome do novo e do “melhor”, solapando tradições e profanando o sagrado com vistas a moldar o novo espaço conforme suas ambições (ALMEIDA, BRACHT E GOMES, 2009). Os “sólidos” pré-modernos foram encontrados pelos tempos modernos, e esses se dispuseram a derretê-los na expectativa de substituir “[...] o conjunto herdado de sólidos deficientes e defeituosos por outro conjunto, aperfeiçoado e preferivelmente perfeito, e, por isso, não mais alterável” (BAUMAN, 2001, p. 13). Enquanto, na modernidade sólida, a durabilidade, no que se refere à longa duração, era característica marcante, na modernidade líquida, segundo Bauman, a vida é dinâmica e veloz, marcada pela transitoriedade e imprevisibilidade.

Se Bauman utilizou a metáfora da *solidez* para caracterizar a primeira fase da modernidade, marcada pela “destruição” das tradições em prol de outra, melhor e mais duradoura, na transição para o século XXI, o sociólogo irá utilizar a metáfora da *liquidez* para destacar o novo aspecto da condição moderna, *fluida* e em constante mudança. É esse jogo de oposição, entre *solidez* e *liquidez*, que permitirá a Bauman apontar as diferenças e semelhanças entre nosso modo de vida moderno e aquele vivido por nossos antepassados.

A modernidade sólida, com seus processos radicais balizadores para a conduta individual, entra em declínio e, com o surgimento da modernidade líquida, há uma reorganização das tradicionais referências balizadoras do comportamento humano, implicando na diminuição das expectativas e no recuo das sólidas estratégias de longo prazo. Viver o aqui e o agora, e não mais a construção de um caminho para o mundo novo (sociedade organizada e ordeira), é um dos efeitos da *liquidez* contemporânea. Para as pessoas do mundo líquido moderno, o que importa é o que se pode fazer e não o que deve ser feito ou o que foi feito.

Em *Globalização: as consequências humanas* (1999b), Bauman destaca outro aspecto importante que torna nossa situação distinta de nossas gerações passadas: o mundo passa por profundas mudanças sociais, políticas, econômicas e culturais que estão conectadas e sob o jugo do que se convencionou chamar de globalização (ALMEIDA, BRACHT E GOMES, 2009). Segundo Bauman (1999b), o processo de globalização trouxe a abertura às *ambivalências* e às *diferenças* (*os estranhos*) na sociedade líquida moderna, ao contrário da sociedade sólida moderna, que durante um longo tempo buscou uma homogeneidade étnica, cultural, religiosa e linguística.

Como aponta Bauman (2001), se o império da ordem como tarefa projetava trajetórias de longa duração, a vida privatizada vincula-se à *aptidão*, ou seja, a estar sempre preparado para as oportunidades que se apresentam.

Portanto, vivemos em um tempo caracterizado pela *fluidez* dos padrões, da estabilidade, da segurança e das certezas. São tempos de instabilidade, insegurança e medo.

No decorrer do trabalho, iremos transitar entre as duas fases apresentadas. Entretanto, daremos ênfase maior ao contemporâneo ou modernidade líquida, no sentido de compreendermos o corpo dentro desse contexto.

## 1.1 ENTRE A SOLIDEZ E A LIQUIDEZ DO MUNDO MODERNO

Dentro desse processo de transição de uma sociedade sólida moderna para uma sociedade líquida moderna, destaca-se, para Bauman (2008a), a passagem de uma sociedade de “produtores” (sólida) para uma sociedade de “consumidores”

(líquida)<sup>7</sup>, o que, de certa maneira, será o mote para várias das mudanças profundas ocorridas na modernidade líquida, inclusive na relação que ora se estabelecerá com o corpo. Tentaremos, a seguir, caracterizá-las.

Segundo Bauman (2008a, p. 42), “a sociedade de produtores (sólida) se concentrou na segurança, apostando nos desejos humanos em um ambiente confiável, ordenado, regular, transparente e, como prova disso, duradouro, resistente ao tempo e seguro”. Ainda de acordo com o autor,

Esse desejo era de fato uma matéria-prima bastante conveniente para que fossem construídos os tipos de estratégias de vida e padrões comportamentais para atender a era do “tamanho é poder” e do “grande é lindo”: uma era de fábrica e exércitos de massa, de regras obrigatórias e conformidade às mesmas, assim como de estratégias burocráticas e panópticas de dominação que, em seu esforço para evocar disciplina e subordinação, basearam-se na padronização e rotinização do comportamento individual (BAUMAN, 2008, p. 42).

Consumir mercadorias pesadas e duráveis como imóveis e joias conferiam a seus donos a promessa de um futuro seguro contra as intempéries do destino, além de garantir uma constante sensação de conforto, poder e respeito pessoal. A segurança era a maior posse da sociedade de produtores. Para Bauman (2008a), os bens adquiridos não se destinavam ao consumo imediato, pelo contrário, deveriam ser protegidos da depreciação ou dispersão.

Esse tipo de comportamento era totalmente compatível com a cultura da “acumulação” da sociedade dos produtores, pois acreditava-se na prudência e na segurança, e, sobretudo, na durabilidade em longo prazo.

Tudo isso fazia sentido numa sociedade sólida moderna de produtores, entretanto, como aponta Bauman (2008a), o desejo humano de segurança e os sonhos de um “Estado estável”, definitivo, não se ajustam a uma sociedade líquida moderna de consumidores, como veremos a seguir.

Nossa preocupação com o consumo não é de agora. Todos os seres humanos são e sempre foram consumidores, mesmo antes do advento da modernidade líquida. Todavia, na modernidade líquida, o consumo assume papel central, a economia, assim como sua boa saúde dependem dele, tanto que, para Bauman, o consumo é o motor da economia líquida moderna.

---

<sup>7</sup> Para Bauman, não há uma sociedade apenas de produtores ou de consumidores. Segundo o autor, o que há, de fato, é uma sobreposição ou uma ênfase maior em um determinado modelo econômico.

A sociedade de consumidores possui como característica principal a necessidade de descartar e substituir, e não mais o impulso de adquirir e juntar, característica que marca a sociedade sólida de produtores. O indivíduo da sociedade de consumidores assume características líquidas, ou seja, não mais procrastina seus desejos: o consumo deve ser imediato, não há tempo a perder para “satisfazer” seus desejos.

Para Bauman (2007a), a “satisfação” apenas continuará sedutora enquanto o desejo continuar irrealizável. Para isso, a sociedade de consumidores lança mão de duas estratégias. A primeira está em desvalorizar e depreciar os produtos de consumo tão logo eles façam parte do universo dos desejos do consumidor. A segunda é ainda mais eficaz, pois visa a satisfazer toda a necessidade/desejo/vontade de uma forma que não possa deixar de provocar novas necessidades/desejos/vontades.

A sociedade de consumidores prospera enquanto consegue tornar perpétua a não satisfação de seus membros (e assim, em seus próprios termos, a infelicidade deles). Parece contraditório, pois a sociedade de consumidores tem como um de seus pilares a promessa de *felicidade aqui e agora*, evitando justificar ou legitimar qualquer tipo de infelicidade ou insucesso. Mesmo assim, o resultado dessas estratégias é a transformação daquilo que se inicia como necessidade e termina em compulsão ou vício (BAUMAN, 2007a). As pessoas são estimuladas a procurarem, nas lojas e nos produtos, as soluções para seus problemas, assim como o alívio para as dores e a ansiedade, características marcantes na sociedade líquida moderna.

Para o autor, a insatisfação permanente é fundamental para o sucesso da sociedade de consumidores.

Para que a busca da realização possa continuar e novas promessas possam mostrar-se atraentes e cativantes, as promessas já feitas precisam ser quebradas, e as esperanças de realizá-las, frustradas. [...] Toda promessa deve ser enganosa, ou, pelo menos exagerada, para que a busca continue. Sem a repetida frustração dos desejos, a demanda pelo consumo se esvaziaria rapidamente, e a economia voltada para o consumidor perderia o gás. É o excesso da soma total das promessas que neutraliza a frustração provocada pelo excesso de cada uma delas, impedindo que a acumulação de experiências frustrantes solape a confiança na eficácia final dessa busca (BAUMAN, 2007a, p. 108).

Por essa razão, o consumismo é uma economia do lucro, do excesso e do lixo. Se pensarmos na sociedade de produtores, em que os bens adquiridos não se destinavam ao consumo imediato, pelo contrário, deveriam ser protegidos da depreciação e da conseqüente desvalorização, o excesso e o lixo certamente dariam um atestado de mau funcionamento e, conseqüentemente, apontariam para uma má saúde da economia da sociedade de produtores. Mas, tratando-se da sociedade de consumidores, “o excesso e o lixo constituem uma garantia de boa saúde e o único regime sob o qual uma sociedade de consumidores pode assegurar sua sobrevivência” (BAUMAN, 2007a, p. 108).

Sendo assim, para que as expectativas e os desejos se mantenham sempre acesos e as novas esperanças ocupem o vazio deixado por aquelas já desvalorizadas e descartadas, o caminho da loja à lata de lixo deve ser curto, e a passagem, rápida.

Além de apostar no excesso e no desperdício, a sociedade de consumidores também caracteriza-se por ser uma economia do engano. Ela aposta na irracionalidade dos consumidores, e não em suas avaliações sóbrias e bem informadas, estimula emoções consumistas e não cultiva a razão (BAUMAN, 2008a, p. 65). Assim como o excesso e o desperdício, o engano não apresenta um sinal de problema para economia da sociedade de consumidores, mas sim o contrário. Ele sinaliza uma boa saúde, além de ser uma característica imprescindível para assegurar a sua sobrevivência. A vida dos consumidores é uma infinita sucessão de tentativas e erros (BAUMAN, 2007a, p. 111).

Vejamos agora como o corpo foi concebido, tanto na sociedade sólida moderna (produtores) quanto na sociedade líquida moderna (consumidores).

## 1.2 DO CORPO PRODUTOR AO CORPO CONSUMIDOR: PRIMEIRAS APROXIMAÇÕES

Em alguns parágrafos acima, apontamos que a transição de uma sociedade de produtores para uma sociedade de consumidores gerou grandes mudanças sociais, políticas, econômicas e culturais, desaguando no que hoje metaforicamente Bauman denomina de modernidade líquida. Uma dessas grandes mudanças tem a ver com o imaginário social relacionado à noção de corpo, mais especificamente sobre uma reelaboração no modo como a sociedade o concebe.

Antes de apresentar a discussão do autor sobre a concepção de corpo na sociedade de consumidores, faz-se necessário compreendermos qual ideário ou visão de corpo estava presente na sociedade de produtores.

Na sociedade de produtores, o ideário de corpo estava ligado ao trabalho e ao serviço militar. O corpo era ferramenta *sine qua non* para o desenvolvimento das grandes indústrias e da instituição militar. Era por meio dele que os grandes conglomerados garantiam à manutenção e o crescimento de sua produção, bem como a proteção das fronteiras dos Estados-Nação. Ele, o corpo, portava um significado meramente instrumental, principalmente quando pensamos no corpo do trabalhador ou soldado, e não das elites intelectuais.

O corpo do potencial trabalhador ou soldado era o que mais contava; seu espírito, por outro lado, devia ser silenciado, e uma vez adormecido, logo “desativado” podia ser posto de lado como algo sem consequência e assim, para a maioria das finalidades, deixado de fora ao se elaborar políticas e movimentos táticos. A sociedade de produtores e soldados se concentrava na administração dos corpos a fim de tornar a maior parte de seus membros apta a morar e agir em seu pretense hábitat natural: o chão da fábrica e o campo de batalha (BAUMAN, 2008a, p. 72).

O corpo do produtor deveria ser disciplinado e capaz de reunir a força necessária para responder de pronto aos estímulos e exigências colocadas sobre ele pela sociedade dos produtores (BAUMAN, 2011, p. 157). O autor, em *Legisladores e intérpretes: sobre a modernidade, a pós-modernidade e os intelectuais* (2010c), dedicou algumas reflexões sobre o papel da educação e da Escola no processo de transição de uma sociedade caótica e desordenada do período pré-moderno, em direção àquela organização social moderna, livre de “toda” a ambivalência, refugo ou caos.

A Escola, ao lado de fábricas, hospitais, manicômios e casernas, foram instituições funcionais para o estabelecimento da modernidade como império da ordem, inclusive por meio do corpo. Segundo Bauman (1997), amparada nesses princípios da *solidez*, a Escola na sociedade de produtores deveria ser o espaço para se universalizar os valores utilizados para a integração social, sendo os intelectuais, na figura dos professores e mediante a encarnação dos valores universais desejados pelo Estado, as únicas pessoas capazes de transformar seres incultos e vulgares, em pessoas corretas e de moral. A Escola, assim como o Estado e a sociedade, tinha uma espécie de ojeriza à *desordem*, à *ambivalência*, ao *caos*, ao *estranho*, e a tudo aquilo que era diferente dos mecanismos indenitários

promovidos pelo Estado. A instituição educativa não enxergava com “bons olhos” a presença dos estranhos, tentando a todo momento retificá-los e concertá-los, tornando-os mais eficientes e disciplinados. Nesse aspecto, passado (sólido) e presente (líquido) ainda se misturam, mesmo com os avanços e dilemas de uma educação progressista.

Em *Sociedade Individualizada: vidas contadas e histórias vividas* (2008b), Bauman retoma sua ideia sobre a Educação na sociedade de produtores. O autor caracteriza a Educação escolarizada como fábrica da ordem, destinada à produção de *corpos dóceis, disciplinados e eficientes*. Mais uma vez, vale frisar que esse pensamento estava dirigido às camadas pobres e médias da população, futuros trabalhadores fabris e soldados; nas palavras do autor, aos administrados e não aos administradores.

Estar apto para o trabalho e o serviço militar na sociedade de produtores significava para o corpo estar dentro de padrões preestabelecidos do que se convencionou chamar de “saúde”. Para Bauman:

A saúde, como todos os conceitos normativos da sociedade de produtores, demarca e protege os limites entre “norma” e “anormalidade”. “Saúde” é o estado próprio e desejável do corpo e do espírito humanos – um estado que (pelo menos em princípio) pode ser mais ou menos exatamente descrito e também precisamente medido. Refere-se a uma condição corporal e psíquica que permite a satisfação das demandas do papel socialmente designado e atribuído – e essas demandas tendem a ser constantes e firmes. “Ser saudável” significa na maioria dos casos “ser empregável”: ser capaz de um bom desempenho da fábrica, “de carregar o fardo” com que o trabalho pode rotineiramente onerar a resistência física e psíquica do empregado (2001, p. 91).

“A vida organizada em torno do papel de produtor tende a ser normativamente regulada, e isso inclui os cuidados com o corpo” (BAUMAN, 2001, p. 90). O Estado, por meio de suas agências reguladoras, determinava o que estava dentro ou fora da normalidade, o que era normal ou anormal. Tanto as atividades industriais quanto as militares exigiam força física, em outras palavras, “corpos fortes”. “O tipo de exercício físico exigido pela fábrica e pelo exército definia o que ‘o corpo forte’ significava, ele estabelecia o padrão para a força e fraqueza, saúde e doença” (BAUMAN, 2011, p. 148).

Estar saudável e apto para a função a ser desempenhada no processo de produção e no serviço militar dependia de três fatores: estar livre de doenças, ter boas condições físicas e também psíquicas. Para Bauman (2011), “ser saudável” e



corporalmente “normal” significava estar apto para o trabalho fabril e/ou o serviço militar. O autor reforça esse aspecto ao afirmar que a educação que os membros da comunidade esclarecida propuseram para os pobres buscava melhorar sua saúde e ensinar habilidades adequadas, características imprescindíveis para o corpo produtor daqueles que viviam sob a égide do processo fabril e militar da sociedade de produtores. Ainda sobre o processo de instrução e adestramento escolar,

Constantemente sob os olhos e nas mãos de uma vigilância ativa, todas as horas serão estabelecidas, como à hora de dormir, comer, trabalhar, fazer exercícios, descansar; toda a ordem da vida será regulamentada de forma invariável... Uma regulamentação salutar e uniforme fixará todos os detalhes, e sua imposição constante e fácil garantirá bons efeitos... Uma nova raça humana, forte, industriosa, ordeira e disciplinar [será criada] separada por um muro impenetrável de todo contato impuro com os preconceitos da nossa antiga espécie (BAUMAN, 2010c, p.106).

O corpo moderno, o corpo produtor, “chegou a ser disciplinado – colocado em forma à força por poderes ambientais manipulados com astúcia – e obrigado a realizar movimentos regulares, como na linha de montagem de Taylor, por meio de entornos engenhosamente concebidos” (BAUMAN, 2011, p. 156).

A contribuição do corpo produtor em si era que ele fosse capaz de reunir a força interior necessária para responder de pronto aos estímulos com vigor necessários. Nesse sentido, o corpo produtor, saudável, forte, dócil, disciplinado e eficiente, moldado em grande parte pelas instituições Estatais como a Escola, era parte insubstituível da engrenagem do maquinário social, estando ele a serviço da nova sociedade que se construía.

Adiante, apresentaremos o corpo consumidor.

### 1.3 O CORPO CONSUMIDOR NA SOCIEDADE LÍQUIDA MODERNA

As configurações relacionadas ao mundo do trabalho e ao serviço militar na modernidade líquida sofreram profundas mudanças, e isso vale para o Brasil. O avanço tecnológico deixou marcas sem precedentes no mundo do trabalho e no serviço militar. Na indústria, esse avanço virou sinônimo de corte de pessoal. Os empregos estáveis (aqueles da vida toda), em horário integral e cartão de ponto nas indústrias que em sua maioria eram ocupados por homens, foram substituídos por empregos no setor de serviços, temporários, em meio período e flexíveis.

O serviço militar percorreu trajetória semelhante. Como na indústria, no exército o avanço tecnológico representou corte de pessoal. Para Bauman (2011), essa *configuração* é inadequada para oferecer à ordem social o mesmo serviço pedagógico-disciplinar que se esperava de seus antecessores. Na sociedade de consumidores, o trato pedagógico-disciplinar no que tange à educação do corpo acompanhará as mudanças da nova estrutura social, política, econômica e cultural da modernidade líquida.

A reelaboração do imaginário social relacionado à noção de corpo da qual falávamos um pouco acima, no entendimento de Bauman, inicia-se com uma mudança de direção. A saúde não se apresenta mais como a única preocupação relacionada ao corpo, como na sociedade de produtores, bem como o corpo não é mais visto apenas como um conglomerado de músculos, ossos e articulações. O corpo consumidor não é universal; ele é provisório, mutável e mutante, suscetível a inúmeras intervenções alinhadas ao desenvolvimento científico e tecnológico de cada cultura, assim como sua legislação, seus códigos morais e éticos (GOELLNER; FIGUEIRA, 2002). O corpo na sociedade de consumidores é destaque. As informações sobre ele crescem a cada dia. Vive-se o momento em que o corpo tem sido conscientemente explicitado, modificado, polemizado, explorado e comercializado (COSTA; VENÂNCIO, 2004). Ainda de acordo com Goellner e Figueira, na sociedade de consumidores (acréscimo nosso):

Um corpo não é apenas um corpo. É também o seu entorno. Mais do que um conjunto de músculos, ossos, vísceras, reflexos e sensações, o corpo é a roupa e os acessórios que o adornam, as intervenções que nele se operam, a imagem que dele se produz, as máquinas que nele se acoplam, os sentidos que nele se incorporam, os silêncios que por ele falam, os vestígios que nele se exibem, a educação de seus gestos... enfim, é um sem limite de possibilidades sempre reinventadas, sempre à descoberta e a serem descobertas (2002, p. 2).

Agora, com as novas configurações sociais, políticas, econômicas e culturais apresentadas por Bauman, cujo principal ponto é a privatização e individualização da vida social do tipo faça-você-mesmo(a), a preocupação em relação ao trato com o corpo se situa também no campo da *boa forma/aptidão (fitness)*<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Bauman utiliza os dois termos para discutir e apresentar suas ideias acerca do corpo na sociedade de consumidores. Após a leitura de suas obras na qual se dedicou a tratar sobre o tema corpo, ficou claro, diante da interpretação feita por nós, que os dois termos acima apresentados possuem os mesmos conceitos.

Os próximos parágrafos darão pistas sobre essas mudanças, como também apresentarão as ideias centrais do autor sobre *boa forma/aptidão (fitness)*. Segundo Bauman,

O estado de “aptidão”, ao contrário, é tudo menos “sólido”; não pode, por sua natureza, ser fixado e circunscrito com qualquer precisão. [...] “estar apto” significa ter um corpo flexível, absorvente e ajustável, pronto para viver sensações ainda não testadas e impossíveis de descrever de antemão. [...] “Aptidão” significa estar pronto a enfrentar o não usual, o não rotineiro, o extraordinário – e acima de tudo o novo e o surpreendente (2001, p. 91-92).

“O corpo na sociedade de consumidores é, antes de tudo, um receptor de sensações, ele absorve e digere experiências. A capacidade de ser estimulado torna-o um instrumento de prazer” (BAUMAN, 2011, p. 157).

De acordo com Bauman (2011), a sociedade de consumidores impele os sujeitos à permanente adequação, a estarem sempre prontos para novas sensações, prazeres e querer voláteis.

O corpo consumidor não mais está sujeito à “regulação normativa”, pelo menos não da maneira como o corpo produtor/soldado em outros tempos foi. Bauman (2007a) acredita que o corpo agora é tão “socialmente regulado” quanto antes; o que mudaram foram apenas as agências reguladoras,

O excesso, antes encarado como descontrole, que conduzia ao desperdício e devia ser evitado, agora, é desejado como ‘norma’, significando a ampliação quase ilimitada de possibilidades, para além dos controles, que agora são encarados como limites indesejáveis. Nada é demasiado, se o excesso se faz ‘norma’ [...] O excesso se constitui em um padrão da vida contemporânea, numa existência de exposição frenética à abertura e à experimentação em busca de prazeres, para além de cuidados e limitações (CASTIEL, 2007, p. 9).

Para Bauman (2011), o corpo agora se orienta pela sedução, por necessidades/desejos/vontades sempre crescentes, em que o céu é o “limite”.

A boa forma/aptidão (*fitness*) se difere da saúde no sentido de não poder ser quantificada, medida, mensurada. A ideia de saúde apresentada um pouco acima, por exemplo, supõe uma norma à qual o corpo humano se deve adequar, e os desvios significam sinais de desequilíbrio, doença ou perigo (BAUMAN, 2010a, p. 162). As normas possuem limite inferior e superior. Ultrapassar o limite superior, inicialmente, pode ser tão perigoso e desaconselhável quanto estar abaixo do limite inferior preestabelecido. Para permanecermos saudáveis, devemos sempre estar

dentro de uma margem de tolerância de uma norma. A noção de saúde aponta para a preservação de um “estado constante”, permitindo leves oscilações ao longo do tempo (BAUMAN, 2010a).

Nesse sentido, a partir do momento em que sabemos de maneira genérica qual é o estado normal, e, dessa maneira, podemos medi-lo com alguma precisão, temos em mente o que ambicionar como um “estado final”. Já a boa forma/aptidão (*fitness*) não conhece limite superior. Na verdade, ela é definida pela ausência de limites, mais especificamente, por sua inadmissibilidade. Segundo Bauman (2001), quase se poderia dizer que, se a saúde diz respeito a “seguir as normas”, a aptidão diz respeito a quebrar todas as normas e superar todos os padrões. Seu corpo pode estar em excelente forma, não importa: *sempre será possível melhorar* (BAUMAN, 2007a). Ainda de acordo com Bauman,

Na busca da boa forma, diferentemente do que ocorre com a saúde, não há um ponto em que se possa dizer: agora alcancei, posso muito bem parar e mantê-la e usufruir o que tenho. Não há uma “norma” na boa forma que se possa estabelecer como objetivo e finalmente atingir. A luta pela boa forma é uma compulsão que logo se transforma em vício. Como tal, nunca termina. Cada dose precisa ser seguida de outra maior (2007a, p. 123).

Cada exercício de boa forma/aptidão (*fitness*), por mais espetacular e gratificante que seja, é envenenado por um gosto amargo de uma condição renunciada de estar fora de forma. “Estar fora de forma pressagia a perda de oportunidades de prazer vaticinado” (BAUMAN, 2011, p. 159).

Sendo assim, a boa forma/aptidão (*fitness*) se torna um campo com amplas possibilidades, pois se trata de uma relação subjetiva e individual com o corpo. Ele jamais atingirá a “perfeição”, estando eternamente aberto a novas experiências e sensações. Nesse sentido, na sociedade de consumidores, abre-se um leque de opções, um supermercado com as mais diversas e variadas possibilidades de cuidados para o corpo.

A busca pela boa forma é como garimpar em busca de uma pedra preciosa que não podemos descrever até encontrar; não temos, porém, meios de decidir que encontramos a pedra, mas temos todas as razões para suspeitar de que não a encontramos. A vida organizada em torno da busca pela boa forma promete uma série de escaramuças vitoriosas, mas nunca o triunfo definitivo (BAUMAN, 2001, p. 92).

Reforçando o argumento acima, Bauman (2001) diz que os objetivos podem ser estabelecidos apenas para a presente etapa do esforço sem fim e a satisfação

de “alcançar” um objetivo será apenas momentânea. A busca pela boa forma/aptidão (*fitness*) é um estado de autoexame minucioso, autorrecriação e autodepreciação permanentes, e assim, também de ansiedade contínua (BAUMAN, 2001, p. 93). Para Bauman (2011), o corpo do consumidor é fonte de prazer, mas também de insegurança, incerteza e ansiedade,

A busca de um corpo “realmente em forma” é atormentada por uma ansiedade que talvez nunca seja dissipada. A aptidão do corpo para a sensação e o êxtase vividos está condenada a permanecer aquém do ilusório – daí o fato de que nenhuma quantidade de cuidado ou treino do corpo, em qualquer momento, é capaz de pôr fim à tormentosa suspeita do mau funcionamento (p. 159).

À medida que esse frenesi com os cuidados com o corpo cresce e a intensificação das sensações (satisfações, prazeres e alegrias) corporais caminha para o centro da vida como seu principal propósito, “o corpo é lançado a uma posição única” (BAUMAN, 2007a, p.120).

Nesse sentido, o primeiro ponto a se destacar na leitura que Bauman faz sobre o corpo na sociedade líquida moderna e a busca pela boa forma/aptidão (*fitness*) são os efeitos que o modelo econômico da sociedade de consumidores tem sobre ele. A orientação pela sedução e por necessidades/desejos/vontades sempre crescentes, geram, segundo o autor, uma ansiedade no corpo consumidor. Gilles Lipovetsky (2000) acrescenta que, a partir do século XX, a busca e a incitação pela boa forma/aptidão (*fitness*) (acréscimo nosso) contam não só com a produção industrial em grande escala dos produtos de beleza, mas também com um novo sistema de comunicação e promoção das normas estéticas: a imprensa e a mídia.

O mercado consumidor e os especialistas em marketing produzem desejos, geram ansiedade e frenesi em torno dos cuidados com o corpo, tornando esse nicho uma ótima fonte de lucros. A promessa é sempre a mesma: reduzir ou “eliminar” a ansiedade. Para Bauman (2007a), entre as ofertas do mercado de consumo, essa é a mais sedutora, a mais amplamente procurada e a mais satisfatoriamente abraçada.

Cada exercício de boa forma, por mais espetacular e gratificante que seja, é envenenado por um gosto amargo de uma condição prenunciada de estar fora de forma. A boa forma representa a capacidade do corpo de absorver o que o mundo tem a oferecer agora e o que mais poderá incluir adiante. Um corpo flácido, acomodado, insípido, sem vigor e apetite para a aventura é pouco susceptível de dar conta de tais desafios. Sobretudo, tal corpo não desejaria novas experiências, e é isso que torna a vida excitante. Um antigo

provérbio sugere que é melhor viajar esperançosamente do que chegar. Podemos dizer, portanto, que em sociedades de consumo, é o desejo que conta não sua satisfação (BAUMAN, 2010a, p. 163).

Conforme Bauman (2007a), a ansiedade provocada pela busca da boa forma/aptidão (*fitness*) gerou o aparecimento de patologias específicas da sociedade líquida moderna, como a bulimia, a anorexia e a vigorexia. Ainda no bojo dessa discussão, Castiel (2007, p. 10) acredita que a epidemia de doenças específicas da sociedade líquida moderna “se origina a partir da manipulação dos desejos, ou seja, os problemas de saúde são provocados pela estimulação e pelas posteriores tentativas de conter os impulsos e superar as novidades anteriores que saíram de moda”.

Nos últimos anos, tem crescido o número de pesquisas que abordam a temática da imagem corporal, principalmente com jovens e adolescentes em idade escolar (CONTI; FRUTUOSO; GAMBARDELLA, 2005; AMARAL et al., 2007; ANDRADE; AMARAL; FERREIRA, 2010; PASSOS et al., 2013; MIRANDA et al., 2013; FORTES et al., 2014 e 2015; IEPSSEN; SILVA, 2014; GRACINDO, 2015; ESTEVES; RAMIRES, 2015; SILVA, 2015; FELDEN et al., 2015; MARQUES et al., 2016). Para Carreira Filho, a adolescência pode ser definida como:

O período da vida em que as interferências do grupo social se manifestam com maior intensidade na formação das ideias e dos rumos que serão, possivelmente, estabelecidos pelo jovem, sendo que a opinião dos membros de seu próprio agrupamento é mais considerada em suas decisões (2005, p. 70).

São essas características presente nos jovens e adolescentes que têm despertado a cada dia atenção dos pesquisadores para a temática do corpo jovem, justamente pela característica de transitoriedade e intensa mudança corporal que marcam essa fase. Algumas dessas pesquisas, como a de Amaral et al. (2007), Passos et al. (2013), Miranda et al. (2013) e Fortes et.al. (2014), apontam para essa faixa etária como a mais susceptível às influências da mídia, principalmente no que se refere ao ideal de corpo (cultura do corpo belo, magro e atlético). Para Fortes et al. (2014), a mídia transmite imagens de corpos magros associados ao sucesso, que geralmente se distanciam da realidade dos adolescentes, gerando insegurança e desconforto com sua aparência física (MIRANDA et al., 2013).

De acordo com Amaral et al. (2007), à medida que o corpo desejado para a maioria dos adolescentes se torna algo distante, atitudes de risco à saúde

associadas a “comportamentos alimentares não saudáveis e práticas inadequadas de controle de peso, como o uso abusivo de diuréticos, laxantes, autoindução de vômitos e realização de atividade física extenuante”, podem passar a fazer parte da vida do(a) jovem e adolescente (MIRANDA et al., 2013, p.1.729). Nesse sentido, Gonçalves e Azevedo sinalizam que,

Para melhor se expor ao mundo, são usados todos os meios tecnológicos possíveis: os hormônios ou a dietética aumentam a massa muscular, os regimes alimentares mantêm a silhueta, os *piercing* ou as tatuagens dispensam os sinais de identidade sobre a pele ou dentro dela, ou seja, o indivíduo tenta reivindicar o remanejamento de seu corpo à vontade e também de revelar modos inéditos de criação. Existem alguns que sonham em até agir diretamente sobre a fórmula genética do sujeito para modelar a forma de seus futuros descendentes e diminuir as remodelagens futuras (2007, p. 209).

Jovens e adolescentes com insatisfação corporal alta possuem grande probabilidade de desenvolverem transtornos psíquicos, como bulimia, anorexia e a vigorexia (MIRANDA et al., 2013; BAUMAN, 2007a). Andrade et al. (2007) desenvolveram uma pesquisa com jovens escolares sobre insatisfação corporal e os resultados indicaram que 67% dos jovens estavam insatisfeitos com pelo menos uma parte de seu corpo.

Em outra pesquisa, essa com o objetivo de investigar questões relacionadas a transtorno alimentares em jovens escolares no interior de Minas Gerais, Vilela et al. (2004) observaram que mais da metade dos estudantes estavam insatisfeitos com sua imagem corporal, gerando ansiedade e, conseqüentemente, uma grande predisposição a transtornos psíquicos relacionados à alimentação.

Ainda segundo a pesquisa de Vilela et al. (2004), 40% dos estudantes possuem o hábito de fazer algum tipo de dieta, com predomínio para o sexo feminino. Os autores também apontam que 56% dos jovens e adolescentes que participaram da pesquisa aderem às atividades físicas primordialmente com a finalidade de emagrecer.

Da mesma maneira, os resultados do estudo de Fortes et al. (2015), ao investigarem a influência da autoestima, da imagem corporal e da internalização da magreza nos comportamentos de risco para transtornos alimentares de adolescentes do sexo feminino na cidade de Juiz de Fora/MG, demonstram que 62,3% das adolescentes possuem baixa autoestima, 23,2% estão insatisfeitas com seu corpo e 46,4% apresentam internalização do ideal de magreza. Ainda segundo a

pesquisa, 21,7% das adolescentes possuem comportamentos de risco para transtornos alimentares, principalmente aquelas com insatisfação corporal e um maior grau de internalização do ideal de magreza.

Para os autores, “as adolescentes tendem a adotar dietas restritivas a fim de reduzir o peso corporal para alcançar o ideal de corpo magro difundido na sociedade atual” (FORTES et al., 2015, p. 260). As pesquisas em um primeiro momento apontam para o mesmo caminho que a teoria baumaniana, a insatisfação corporal leva a medidas “drásticas”, pois, como sugeriu Bauman, a busca pela boa forma/aptidão (*fitness*) não possui linha de chegada, apenas de partida.

Uma vez que a busca pela boa forma/aptidão (*fitness*) se tornou um dever, a sociedade líquida moderna passou a estabelecer padrões para uma forma desejável e, como tal, aprovada, em relação à qual cada corpo deve atuar para se aproximar daqueles padrões. A falha em cumprir essas determinações, segundo Bauman (2010a), pode induzir uma sensação de vergonha quando quem não as cumpre se encontre sujeito à rotineira discriminação.

Para Andrade et al. (2007), a busca por um ideal de corpo é cada vez mais comum na adolescência, e, talvez, a explicação esteja na vontade de se inserir em um determinado grupo social. Nesse sentido, qualquer causa que distinga o jovem do seu grupo de amigos pode se tornar algo perturbador. E, se essa diferença estabelece-se a partir de seu corpo, o sofrimento pode se tornar ainda maior, pois os corpos que se distanciam dos padrões estabelecidos socialmente podem ser vistos como defeituosos e marginalizados.

Reforçando o que Bauman (2010a) apresenta acima, Teixeira (1997) e Passos et al. (2013) mostram-nos que a preocupação demasiada com a aparência pessoal deve-se ao fato de o adolescente encontrar-se permanentemente com sensação de “medo e ridículo”, por, de certa maneira, estar fora dos “padrões” ideais de corpo presente no grupo do qual faz parte, ou que gostaria de fazer.

Em *Vida a Crédito* (2010b), Bauman, ao falar sobre engenharia genética, atualiza sua visão sobre o corpo na sociedade de consumidores. Para o autor, o aparecimento da bulimia, a anorexia e a vigorexia estão intimamente ligados ao surgimento da indústria da beleza e ao modo de vida da sociedade líquida moderna (BAUMAN, 2010b). Padrões corporais foram estabelecidos, mas todos nós sabemos que o corpo está longe de atingir tais padrões. O corpo humano, na maioria dos casos, está longe da “perfeição”, e, para Bauman (2010b), dentro de uma



perspectiva consumista, necessita ser retocado e sofrer interferências, a fim de elevá-lo ou forçá-lo até que se “atingam” os padrões desejados.

A indústria cosmética é um bom exemplo: ela aposta em um mercado faminto por substâncias e procedimentos que auxiliem na busca pela boa forma/aptidão (*fitness*). Hoje, sabemos que são inúmeros os procedimentos disponíveis para a remodelação do corpo. Dentre os mais comuns, estão as cirurgias plásticas de colocação de prótese mamária, lipoaspiração, rinoplastia e abdominoplastia, do mesmo modo que procedimentos estéticos como a aplicação da toxina botulínica para diminuir as marcas de expressão. “O avanço tecnológico propiciou aos indivíduos utilizar este progresso como recurso estético relacionando-o à “saúde”, satisfazendo os desejos de diminuir barriga, eliminar celulites, gorduras localizadas, aumentar ou diminuir seios, e ainda ‘atingir’ o padrão de beleza” (COSTA; VENÂNCIO, 2004, p. 9).

De acordo com a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), em relatório divulgado em 2013 pela International Society of Aesthetic Plastic Surgery (Isaps), o Brasil desponta entre os países que mais se faz cirurgias plásticas e procedimentos estéticos no mundo, ultrapassando recentemente os Estados Unidos. Segundo Gracindo (2015), a busca pela beleza na sociedade brasileira contemporânea passa, cada vez mais, pela ponta do bisturi ou dos aparelhos para procedimentos estéticos, assim como não é mais uma realidade apenas para brasileiros(as) mais “velhos(as)” e da chamada classe média alta. Hoje, o acesso à cirurgia plástica e os procedimentos estéticos abrangem brasileiros(as) de diferentes idades e realidades socioeconômicas, como os jovens e adolescentes (PASSOS et al., 2013). Para Gracindo,

Os adolescentes também recorrem aos consultórios médicos em busca de resultados estéticos. Segundo post de Diego Cordeiro publicado no blog oficial da SBCP, a discussão sobre a real necessidade de esses adolescentes se submeterem a procedimentos cirúrgicos estéticos aumenta paralelamente ao crescimento da procura por essas cirurgias. Embora muitos profissionais considerem que pessoas dessa faixa etária não devem submeter-se a tais procedimentos, o número de cirurgias plásticas em adolescentes e jovens<sup>9</sup> cresceu 141% entre 2008 e 2012 (2015, p. 527).

Para Gonçalves e Azevedo (2007), bem como para Gracindo (2015), a saúde fica, em diferentes momentos, em segundo plano e os riscos de vida nessas

---

<sup>9</sup> Para Cordeiro (2015), cerca de 60% das plásticas realizadas por adolescentes são estéticas e, entre elas, a lipoaspiração se destaca como uma das mais procuradas.

intervenções não são considerados, pois o principal objetivo é atender à “necessidade” do momento que é, geralmente, estética. Dentro desse prisma, o corpo torna-se

Um acessório, um objeto imperfeito, um rascunho a ser corrigido, Trata-se de usar a tecnologia para de fato mudar o corpo, pois o corpo exaltado não é o mesmo que vivemos, mas um retificado e redefinido para atender padrões sociais estabelecidos como ideais (GONÇALVES; AZEVEDO, 2007, p. 208).

Nesse sentido, Bauman (2010b) faz dois apontamentos sobre esse processo segundo a indústria da beleza. O primeiro é uma ótima notícia: “pode ser feito!”, e o segundo é um mandamento: “você deve fazer!”. Para o autor, mulheres em estado de insatisfação corporal oferecem inúmeras possibilidades de aprimoramento e, em consequência disso, um grande nicho a ser explorado pela indústria cosmética e da beleza. Da mesma maneira que Bauman, para Palma et al. (2013), é mais comum que as pessoas do sexo feminino respondam com mais entusiasmo às mensagens socioculturais de atratividade corporal e, assim, experimentem, com mais frequência, maior quadro de insatisfação com o corpo.

Um estudo feito por Palma et al. (2013) que investigou a insatisfação com o peso e a massa corporal de 2.149 jovens e adolescentes do sexo feminino com faixa etária entre 14 e 18 anos no Município do Rio de Janeiro revelou que, dentre as jovens e adolescentes, 93,58% estão insatisfeitas com o seu atual peso corporal. Em pesquisas semelhantes, Andrade et al. (2007) e Amaral et al. (2007) encontraram índices diferentes de insatisfação corporal entre jovens e adolescentes do sexo masculino e feminino. Segundo as pesquisas, os resultados apontam para uma predominância maior de insatisfação corporal nas jovens e adolescentes do sexo feminino, o que, de certa maneira, corrobora com o pensamento de Bauman, em que jovens e adolescentes do sexo feminino sofrem maior pressão social sobre seus corpos que os jovens e adolescentes do sexo masculino.

Para Conti et al. (2005), o excesso de peso parece oferecer aos jovens e adolescentes satisfações específicas com possíveis atitudes e reações peculiares. Na cultura ocidental, ser magra, para a mulher, simboliza competência, sucesso, controle e atrativos sexuais, enquanto o excesso de peso e a obesidade representam preguiça, falta de cuidado e desleixo. Dessa maneira, o excesso de

peso apresenta uma conotação pejorativa às jovens e adolescentes, o que, de certa maneira, reforça a sensação de uma maior regulação social do corpo feminino.

Tal regulação pode ser vista nos anúncios patrocinados pela indústria de cosméticos e beleza veiculados pelos meios de comunicação em massa, como revistas voltadas para o sexo feminino, que disseminam certo ideal de corpo para as mulheres, do tipo jovem e “perfeito”, como no anúncio abaixo:

Se você sentir que seus seios são muito pequenos e exigem um aumento, ou se você quiser redescobrir o corpo que tinha antes de dar à luz a seus filhos, com uma lipoaspiração ou abdominoplastia, podemos ajudá-la a encontrar um procedimento adequado para você. Os efeitos do envelhecimento podem ser revertidos, e os traços que lhe incomodaram durante anos podem ser remodelados, conquistando-se um novo físico que não poderia ser alcançado com exercícios nem uma dieta saudável (BAUMAN, 2010b, p. 191).

Os anúncios focam nos desejos das possíveis consumidoras, pois quem não gostaria de ter um corpo jovem e dentro dos padrões socialmente aceitos? Hoje, somos (homens e mulheres) bombardeados por corpos cada vez mais “perfeitos”; o caso das blogueiras e blogueiros *fitness* é o mais emblemático. A cada dia, surge uma nova “musa” ou “muso”, conselheira ou conselheiro, com um novo padrão de corpo, um novo programa de exercícios, uma nova dieta e um novo estilo de vida, tudo do tipo faça-você-mesmo(a). Nesse sentido, as blogueiras e os blogueiros *fitness*, muitas vezes, aparecem como inspiração e referência para jovens e adolescentes na hora elaborarem suas dietas, escolherem seus exercícios e comporem o *look* para as horas de atividade física. As mais conhecidas são Gabriela Pugliese, Bella Falconi, Carol Buffara, Michelle Franzoni e Marina Iris<sup>10</sup>. Entre os homens, embora em menor número, destacam-se Marcio Atalla e Erasmo Viana. Não é por acaso que o número de seguidores de algumas musas são dignos de grandes celebridades: 100, 200, 500 mil é o número de algumas das mais populares.

A maioria dos jovens e adolescentes possui smartphones com acesso à internet. Da mesma maneira, possuem contas no Facebook, Instragram e Twitter, locais onde as “musas” e “mosos” postam fotos do corpo “em forma”, do café da manhã, lanche da manhã, almoço, treino, *shake* de *whey protein*, visitas às clínicas

<sup>10</sup> Mudou o corpo de forma radical e hoje é modelo de inspiração e dá muitas dicas em seu Blog da Mimis e no Instagram”, além disso é grande o universo de consumidores que acompanham Michelle diariamente em seu Instagram, a blogueira possui quinhentos e vinte mil seguidores.

de estética e produtos de beleza. É natural que os jovens e adolescentes se interessem pelas dicas de tais conselheiras e conselheiros, pois funciona! As fotos estão ali para provar. Como advertiu Bauman (2010b), pode ser feito! E você deve fazer! As “musas” e “musos” *fitness*, nesse sentido, tornam-se referências para falar de beleza, estética e exercícios físicos: são apresentadas(os) de forma a revelar silhuetas longilíneas e malhadas, falar de suas preferências estéticas, “glamourizar” um estilo de vida, despertar sonhos, vontades e desejos, cuja centralidade na estética pressupõe uma atitude já naturalizada de que o interesse primeiro que “todas” as garotas e garotos sustentam refere-se ao cuidado com sua aparência (GOELLNER; FIGUEIRA, 2002). Segundo Costa e Venâncio (2004), é um retorno à vivência da “era narcisista”, valorizando a imagem corporal da jovialidade, beleza e saúde. Ainda segundo os autores, vive-se entre a imagem real e a imagem ideal! As imagens em capas de revistas, *outdoors*, embalagens de cosméticos etc. são de pessoas esbeltas e olhos brilhantes, corpos quase despidos, vestidos com roupas de ginástica ou biquínis (COSTA; VENÂNCIO, 2004, p. 66).

Featherstone (1996) e Castiel (2007) afirmam, assim como Bauman, que a sociedade de consumidores cria um ambiente que envolve as pessoas pelo consumo, sobretudo, do corpo, desencadeando uma relação de “dominação” na busca pelo produto desejado (um corpo dentro dos padrões socialmente aceitos). Ainda no bojo dessa discussão, para Ana Márcia Silva (2001, p. 59), “as relações que o mercado estabelece com a expectativa de corpo predominante na atualidade são múltiplas, criando-se sempre novas demandas corporais e novas exigências aos indivíduos”. Como destacamos acima, essa fome de consumo gera mais necessidade e ansiedade (ANA MÁRCIA SILVA, 2001) e, conseqüentemente, um “querer mais”, que prontamente será abastecido pelas diversas opções oferecidas pelo mercado. Para Costa e Venâncio:

Nas academias de ginástica, calçadões e clubes são explícitas a exposição e a busca de um corpo padrão presente na mídia: saudável e belo. Essa realidade é reflexo de programas de televisão, *internet*, revistas masculinas e femininas que criam a cada dia um estereótipo do “corpo em forma”. Corpo que propaga “saúde” e beleza padrão, vende um ideal “atingível” por meio de atividade física, dieta, lipoaspiração, implante de silicone etc. Daí, o crescimento quantitativo de academias de ginástica, produtos dietéticos, cirurgias plásticas [...] (2004, p. 61).

Os meios de comunicação em massa constroem e apresentam à sociedade o corpo desejável, “perfeito”, transformado, feliz, protótipo do belo, bem como nos

mostrou Bauman. Nesse sentido, a beleza do corpo padrão se detém exclusivamente na aparência, vestir-se de acordo com a moda, exercitar-se três horas por dia, alimentar-se à base de produtos *diet* e *light* e transformar-se a partir dos recursos biotecnológicos (COSTA; VENÂNCIO, 2004). Não basta apenas estar em forma: o corpo precisa parecer estar em forma. Devemos usar o *look* certo, a última moda. Segundo Bauman (2010a), mesmo que o corpo não passe de invólucro do que tomamos como nossa “vida interior”, é a atração, a beleza, a elegância e o encanto da embalagem que seduzirá o outro. Se as pessoas nos evitam, se não somos “unanimidade” em um determinado grupo social, se aquelas pessoas com quem gostaríamos de nos relacionar parecem não apreciar nossa companhia ou evitam estabelecer uma relação próxima, pode haver algo de errado com nosso corpo-mensageiro (BAUMAN, 2010a, p. 167). Para convencer quem o observa e o julga, ele deve ser magro, elegante e ágil e, assim, portar a imagem de um “corpo atlético”, *desejável*, “*perfeito*” e “*feliz*” (acréscimo nosso), pronto para toda a sorte de exercício e para qualquer quantidade de tensão que a vida vier a lançar sobre ele (BAUMAN, 2010a). Por todas essas questões apresentadas,

O cuidado com o corpo transforma-se numa ditadura do corpo, um corpo que corresponde à expectativa desse tempo, um corpo que seja trabalhado arduamente e do qual os vestígios de naturalidade sejam eliminados. O indivíduo precisa demonstrar toda a força de vontade e persistência, para tanto, deve, ainda, se utilizar de todos os aparatos tecnológicos que o mercado dispõe para que de fato, possa corresponder à expectativa que lhe é criada, de maneira que, mesmo ele, só se sentirá feliz e satisfeito se o fizer (ANA MÁRCIA SILVA, 2001, p. 86).

Ao investigar a construção do corpo feminino produzido e veiculado pela revista *Capricho*, conhecida revista voltada às adolescentes, Goellner e Figueira (2002) afirmam que ela, como parte integrante de uma pedagogia cultural, educa as garotas no que diz respeito à construção de um corpo jovem, moderno, saudável e feminino. Além disso, continuam as autoras, o corpo deverá ser visto sustentando um *look* feminino, o mesmo produzido pelas suas páginas e para o qual a garota deve investir diferenciados esforços, seja na aquisição de um jeito atlético e saudável de ser, seja na valorização da magreza e, ainda, na composição de um estilo baseado na última moda (GOELLNER; FIGUEIRA, 2002). Ainda sobre os cuidados com o corpo, dizem as autoras:

Uma das ênfases privilegiadas pela *Capricho*, no que diz respeito ao cuidado com o corpo e a saúde, está direcionada para a realização de atividades físicas. O importante, diz a revista, não é apenas movimentar-se objetivando a construção de um corpo saudável e esteticamente bonito mas, ainda, adotar um estilo de vida. Mas não é qualquer estilo: o estilo promovido é o “atletico”, produzido pela revista a partir da exposição de corpos de atletas de diferentes modalidades esportivas, exibindo seus músculos trabalhados, sua performance atlética, o colorido de suas roupas, a sua determinação nos treinos, bem como corpos de pessoas famosas que cultivam esse estilo, aderindo a diferentes práticas corporais que lhes conferem definição da massa muscular, desenvolvimento da resistência e da força, assim como tantas outras qualidades e habilidades quanto lhes forem exigidas para tal (GOELLNER; FIGUEIRA, 2002, p. 5).

Nesse sentido, faz-se observar a relação entre a prática de atividade física, o estilo atlético, a beleza, e dessas com a construção de uma identidade feminina, agora também reconhecida pela definição de seus músculos a partir de sua movimentação e exercitação utilizando-se, para tal, toda a estrutura e aparato cada vez mais sofisticado e abundante de aparelhos e máquinas de modelar o corpo (GOELLNER; FIGUEIRA, 2002).

Em outra pesquisa, dessa vez voltada para analisar os discursos sobre o corpo feminino presente na revista *Boa Forma* e seu apelo mercadológico, Palma et al. (2010) encontraram dados interessantes sobre como o corpo feminino é apresentado nas páginas da publicação. Segundo os autores,

Fotos de mulheres jovens aparecem em maior número, como era de se esperar (considerando o perfil da revista). Obviamente, entre estas se destacam as pessoas com baixa quantidade de gordura corporal e dentro de padrões estéticos utópicos estimulados e cobiçados. Por outro lado, as expressões visuais referentes ao alto percentual de gordura são de sujeitos da equipe da revista ou de mensagens do tipo “antes e depois”, onde o indivíduo aparece com percentual de gordura elevado (antes) e posteriormente, após se submeter a uma dieta e/ou programa de exercícios físicos, apresenta-se dentro de modelos corporais recomendados pela revista (depois) (PALMA et al., 2010, p. 41).

Dentro desse universo, também há publicações voltadas para o público masculino, talvez em menor quantidade e variedade, mas, certamente, com os mesmos objetivos da revista *Capricho* e *Boa Forma*, ou seja, a construção do corpo masculino. Como apontamos acima, os jovens e adolescentes do sexo masculino não sofrem a mesma pressão social que as jovens e adolescentes do sexo feminino quanto a estar dentro dos ideais de corpo socialmente construídos e aceitos. Mesmo assim, as publicações voltadas para o público masculino exercem papel pedagógico parecido com as revistas voltadas para o público feminino.

Almeida (2009) investigou a construção do corpo masculino produzido e veiculado pela revista *Men's Health*, publicação voltada para homens heterossexuais de 18 a 40 anos das classes A e B e que aborda temas como beleza, moda, saúde, sexo e comportamento. Segundo a autora, a publicação apresenta um modelo de homem com características que considera ideal e instrui o leitor a ser jovem, bonito, ter corpo atlético, praticar exercícios físicos, cuidar da aparência, seguir dietas, alimentar-se de forma saudável, manter relações sexuais, saber conquistar mulheres, ser seguro, ter bom humor, saber elogiar e estar sempre acompanhado por alguma mulher (ALMEIDA, 2009).

Conforme Palma et al. (2013), os discursos que ecoam em campanhas publicitárias, revistas e programas televisivos parecem desencadear um poderoso conjunto de imperativos para determinar o modo como as pessoas devem conduzir suas próprias vidas e construir suas identidades. Da mesma maneira que Goellner e Figueira (2002) e Almeida (2009), Palma et al. (2013) acreditam que:

A publicação, da mesma forma que constrói a identidade masculina por meio de suas matérias, transmite ensinamentos aos leitores de como eles devem se comportar e, assim, os incita a assumir determinada identidade. Forma-se, dessa maneira, um ciclo, no qual os interesses dos leitores da revista ajudam a moldar seu conteúdo ao mesmo tempo em que esse mesmo conteúdo contribui na constituição da identidade masculina dos leitores (p. 6).

É dessa maneira que a cultura do consumo gera novas aprendizagens. Aprendemos de um modo publicitário a se vestir e pensar, e também a nos reconhecermos por meio de uma estética publicitária que se localiza para além da venda de produtos, pois também é uma pedagogia que nos ensina valores e modos de vida (BEATRIZ SARLO, 2000).

Na tentativa de compreender um pouco melhor o papel da mídia na construção, promoção e venda de um determinado tipo de corpo e as possibilidades disponíveis no mercado para se “chegar lá”, lançamos mão de uma busca simples no Google. O resultado nos mostrou o quanto é grande a variedade de opções entre *sites* e *blogs* sobre saúde, estética, dietas e estilos de vida saudável, bem como não nos surpreendemos que até mesmo atividades simples como a corrida, a prática de esportes e academia precisam passar pelo crivo do mercado. Para Bauman (2010a), é cada vez mais comum nos

Depararmos com uma vasta e crescente gama de escolhas entre roupas de academia, jogging ou agasalhos de ginástica, além de tênis de treinamento, a fim de documentar o devotamento do corpo pelo exercício e sua versatilidade. Cabe aos proprietários do corpo encontrar lojas apropriadas com os produtos certos para suas compras adequadas (p. 164).

Hoje, existe uma profícua rede de manuais de “aprenda sozinho” e “faça-você-mesmo(a)”, como vimos anteriormente com as revistas *Capricho*, *Boa Forma* e *Men’s Health*. As opções são as mais variadas, dentre as quais estão regimes patenteados e uma enorme variedade de alimentos enlatados, pré-cozidos ou em pó, especialmente preparados para quem faz musculação e frequenta academia em seus esforços solitários (BAUMAN, 2010a, p.164). Outro mercado que cresce a cada dia é o dos alimentos “saudáveis”, chamados de *fit*. Esses alimentos possuem um nicho específico: o de consumidores que se preocupam com o corpo. Por exemplo, existem alimentos “bons” e outros “ruins” para nós. Cada consumidor deverá escolher a sua dieta dentre milhares existentes. Aqui, mais uma vez, fica claro o processo de individualização e privatização da vida social na sociedade líquida moderna: tudo é sob medida, inclusive o que você pode ou não comer. Para cada tipo de atividade, há uma dieta diferente e específica.

Segundo Bauman, devemos prestar atenção ao que comemos e bebemos, pois qualquer alimento pode provocar dano ao corpo ou se provar extremamente venenoso. É a partir desse discurso que, segundo o autor, a indústria e as técnicas de marketing em revistas e outros veículos de informação constroem os discursos sobre o corpo e produzem as necessidades, desejos e vontades que irão alimentar o corpo consumidor. Para Ana Márcia Silva (2001, p. 61), corroborando com Bauman, “a publicidade anuncia, juntamente com os produtos, um modo de vida que é normativo e que tende a se estender pelo mundo”, via mídia de massa. Ainda segundo a autora,

É um modo de vida homogêneo, uniforme, que representa um possível padrão de existência ocidental feliz para a ideologia do consumismo. É esse padrão, juntamente com a expectativa de corpo que lhe corresponde no interior da esfera do mercado, que vai colonizando todo o planeta e substituindo outros valores éticos e estéticos e outros modos de viver (ANA MÁRCIA SILVA, 2001, p. 61).

Seguindo nessa esteira, em estudo realizado por Gomes, Vaz e Assmann (2010) sobre o discurso apresentado pelo “Caderno Equilíbrio” da *Folha de S.Paulo* no que tange à educação do corpo e à formação do indivíduo saudável, os autores



apontam que “o discurso normalizador proposto pelo Caderno contribui para o estabelecimento de condutas consideradas corretas e que subjagam ações e indivíduos que não se enquadram nessas posições” (p. 131), assim como as revistas *Capricho*, *Boa Forma* e *Men’s Health*.

Mas, de todas essas práticas normalizadoras destinadas à aquisição da beleza, a alimentação talvez seja aquela onde resida o grande desafio. Como apresentado acima, são inúmeras as possibilidades de consumo de alimentos (GOELLNER E FIGUEIRA, 2002). Para a nutricionista Dra. Sophie Deram, em entrevista para a *Gazeta on-line*<sup>11</sup>, “o que vivemos hoje é um terrorismo nutricional, as pessoas não sabem mais o que comer”. Segundo Deram, estamos focando no alimento de um jeito muito genérico, ou o alimento é bom ou é ruim. Esse engorda e aquele emagrece. Em recente entrevista ao site *Ego* da Globo.com, Patrícia Poeta afirma: “Adoro doces, bolo e pão. Mas por um tempo cortei tudo isso do cardápio. Uma dieta só tem sucesso se você reconhecer seus **inimigos**”.<sup>12</sup> Esse discurso é encontrado na revista *Capricho* e, certamente, em tantas outras publicações voltadas para a construção do corpo feminino quanto masculino. Para a publicação:

Resistir aos alimentos considerados ruins (acréscimo nosso) é mesmo uma provação, proclama a *Capricho*, e por assim entender não mede esforços para educar as garotas a não sucumbir às tentações, utilizando-se, para tanto, de diferentes estratégias e abordagens. Chama a atenção o volume de textos e imagens que fornecem dicas, recomendações, conselhos sobre como cuidar do corpo tendo como objetivo torná-lo magro, destituí-lo de gordura e mantê-lo “em forma” (GOELLNER; FIGUEIRA, 2002, p. 7).

A mensagem é clara e direta: “a gordura corporal” representa a ocupação estrangeira, ou então as células terroristas, os agentes inimigos que invadiram o território estrangeiro e estão prestes a destruí-lo (BAUMAN, 2007a). “O fenômeno da gordura” ameaça todo o trabalho, esforço e cuidado para a construção de um corpo magro e atlético. Bauman (2007a) acredita que a ascensão da “questão da gordura” segue de perto, e previsivelmente, a promoção do corpo do consumidor à posição de alvo central do marketing, e dos cuidados com o corpo ao *status* de principal ponto de venda de mercadorias de consumo.

<sup>11</sup> Entrevista publicada em 05/05/2014 com o seguinte título: “Vivemos hoje um terrorismo nutricional. As pessoas não sabem mais o que comer”.

<sup>12</sup> Entrevista publicada em 03/04/2017 com o título: “Patrícia Poeta mostra corpo sequinho em revista e fala de dieta: ‘Cortei tudo’”.

Todo esse processo de promoção do corpo consumidor acaba atingindo muitos jovens e adolescentes. Essa é a sensação que tenho e que até o momento é corroborada por diversas pesquisas já apresentadas aqui. Então, a pergunta que fazemos é: até onde vamos pela busca da boa forma/aptidão (*fitness*)? Segundo Bauman, “o céu é o limite” e a “insatisfação é eterna”. Para o autor, sempre haverá mulheres e homens insatisfeitos com seu corpo e sua forma física, sejam eles jovens, adolescentes ou adultos. Será? Estamos em um contexto diferente do Europeu, onde Bauman residia e escrevia. Até que ponto suas reflexões valem para o Brasil, mais especificamente para os estudantes do Colégio Pedro II? São essas questões que abordaremos e problematizaremos a partir das estratégias metodológicas apresentadas no próximo capítulo.

## 2 DEFINIÇÃO DO CAMPO DE PESQUISA E ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

A partir desse momento, passaremos a descrever o processo metodológico da pesquisa que foi desenvolvida com setenta e sete estudantes que cursam o ensino médio no Colégio Pedro II – *Campus São Cristóvão III*, situado no bairro de São Cristóvão na cidade do Rio de Janeiro. O trabalho caracteriza-se por ser uma pesquisa do tipo *survey* exploratória de caráter quanti-qualitativa (RICHARDSON, 1999). A coleta de dados se dividiu em dois momentos, assim como os instrumentos utilizados: (1) Questionário *survey* on-line e (2) Grupo Focal. A análise dos dados das questões discursivas do *survey* e do grupo focal deu-se por meio da análise de conteúdo (BARDIN, 2011).

O capítulo inicia-se com a apresentação do campo de pesquisa, o Colégio Pedro II. Buscamos fazer uma síntese histórica do Colégio, passando por diferentes períodos que marcaram a instituição, como sua fundação em 1837, ainda no Brasil Império, e as mudanças ocorridas ao longo do Brasil República, dando destaque maior para o *Campus São Cristóvão III*, local da pesquisa. Na sequência, apresentaremos as estratégias metodológicas e caminhos percorridos, definindo e caracterizando o tipo de pesquisa, seus sujeitos, os instrumentos e procedimentos utilizados para coleta de dados e análise dos resultados, bem como seu processo de elaboração e aplicação.

### 2.1 COLÉGIO PEDRO II: TRADIÇÃO E VANGUARDA

*“Uma das mágoas que eu tenho na vida é a de não ter sido, na minha infância ou juventude, aluno do Pedro II. Andei por colégios mais lúgubres do que a casa do Agra. Mas há, em mim, até hoje, a nostalgia de não ter estudado ou fingido que estudava lá. A rigor, não são os professores que me interessam no Pedro II. Nem os seus problemas de ensino. O que me deslumbra no aluno do Pedro II não é o estudante, mas o tipo humano. Ele deve ser um mau aluno (tomara que seja), mas que natureza cálida, que apetite vital, que ferocidade dionisíaca”.*

(Nelson Rodrigues)<sup>13</sup>

Fundado em 2 de dezembro de 1837, o Colégio Pedro II (CPII) é uma das mais tradicionais instituições públicas de ensino básico do Brasil. Foi concebido para ser o padrão do ensino secundário do Império no Município da Corte e modelo oficial para as províncias, constituindo-se como um dos principais atores no processo de construção da Nação (COLÉGIO PEDRO II, 2011).

De acordo com o Projeto Político-Pedagógico (PPP) do Colégio Pedro II (2002), a história do CPII confunde-se com a própria história da educação brasileira, especialmente no que diz respeito ao ensino público. Sua origem remonta à primeira metade do século XVII, mais especificamente ao Abrigo dos Órfãos de São Pedro (1739), obra de caridade da antiga paróquia de mesmo nome, no centro da cidade do Rio de Janeiro (CARDOSO, 2013). Posteriormente chamado de Seminário de São Joaquim (1766), exercia também a função de escola, funcionando como um polo de cultura na cidade do Rio de Janeiro, papel que ganhou mais relevância quando da expulsão dos jesuítas do Brasil, em 1759.

A partir desse episódio, a educação dos jovens limitou-se à instrução doméstica com preceptores e aos seminários ligados às paróquias locais, como o São Joaquim. Por iniciativa do ministro interino do Império, Bernardo Pereira de Vasconcellos, o Seminário de São Joaquim foi transformado no Imperial Collegio de Pedro Segundo, por meio de um decreto de 2 de dezembro de 1837, homenageando o então imperador-menino Dom Pedro II, que naquela data completava 12 anos de idade.

Após a proclamação da República em 1889, o Colégio passa por diversas mudanças em seu nome e suas atribuições, até que, em 1909, por meio de um decreto do então ex-aluno e presidente Marechal Hermes da Fonseca, volta a ter o nome de Colégio Pedro II (COLÉGIO PEDRO II, 2011).

Localizado no Rio de Janeiro, constitui-se, hoje, em uma Autarquia Federal do Ministério da Educação (MEC), cuja missão é ministrar ensino público e gratuito nos níveis fundamental e médio. Em seus quase 180 anos, o Colégio passou por períodos de expansão e modernização sem deixar de lado as características que o tornaram referência no cenário educacional brasileiro. Equiparado aos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, com a sanção da Lei 12.677/12, o CPII

---

<sup>13</sup> Nelson Rodrigues (da edição de 29 de setembro de 1963 do *Diário Carioca*).

conta com quatorze *Campus*, sendo doze no município do Rio de Janeiro, um em Niterói/RJ e um em Duque de Caxias/RJ. Com quase 13 mil alunos, o CPII oferece turmas desde a Educação Infantil até o Ensino Médio Regular e Integrado, além da Educação de Jovens e Adultos (Proeja).

O *Campus* São Cristóvão III (SCIII), local da pesquisa, foi criado em 1999 com a denominação Unidade Escolar São Cristóvão III e com o objetivo de atender, exclusivamente, às turmas oriundas do 9º ano da Unidade Escolar São Cristóvão II. Hoje, o *Campus* conta com trinta e nove turmas no Ensino Médio. Dessas trinta e nove, quinze são do primeiro ano, treze do segundo ano e onze do terceiro ano. O corpo discente é formado por cerca de mil e quatrocentos estudantes das mais variadas áreas que compõem a região metropolitana do Rio de Janeiro.

Sabe-se que a cidade do Rio de Janeiro é marcada por fortes contrastes econômicos e sociais, apresentando grandes disparidades entre ricos e pobres. Enquanto muitos bairros ostentam um Índice de Desenvolvimento Humano correspondente ao de países nórdicos como o Leblon e Ipanema, em outros, observam-se níveis bem inferiores à média municipal, como é o caso do Complexo do Alemão ou da Rocinha. Essa diversidade também é encontrada no corpo discente do CPII atualmente, pois estudantes das mais diversas realidades socioeconômicas e culturais dividem o mesmo espaço, mas nem sempre foi assim.

A instituição, como foi apresentada um pouco acima, foi concebida para educar a elite do Império e da República, aquela pequena parcela que iria comandar os rumos da Nação. O corpo discente do CPII, durante muitos anos, foi formado apenas por homens, que, em sua maioria, eram brancos, heterossexuais e cristãos. O ingresso das mulheres no corpo discente do CPII acontece apenas noventa anos após a sua inauguração, em 1927. Segundo Alves (2009), essa conquista, de certa forma, pode ser considerada como um atendimento a uma das reivindicações do movimento feminista que já naquela década lutava, principalmente pelo acesso das mulheres a uma maior escolarização e inserção social.

A partir do final do século XIX e começo do século XX, o Colégio passou também a distribuir bolsas de estudos para órfãos pobres, filhos de professores com 10 anos de serviços no magistério, alunos pobres que se destacaram no ensino primário e, posteriormente, filhos de militares mortos na Guerra do Paraguai, iniciando um longo processo para a popularização do Colégio. Processo esse que se fortaleceu no início dos anos 2000, com a criação de cotas em seus concursos para

estudantes provindos de escolas públicas do Rio de Janeiro. Hoje, diferente de outros tempos, o ensino no CPIL é gratuito, havendo duas maneiras de ingressar. A primeira é por meio de sorteio, que garante vagas para os primeiros anos do ensino fundamental. Já a segunda, na modalidade de concurso, ocorre apenas para ingresso no sexto ano do ensino fundamental e no primeiro ano do ensino médio<sup>14</sup>.

O estabelecimento de cota em seus concursos para estudantes provindos de escola pública fez com que o arranjo socioeconômico do CPIL se modificasse, sobretudo nas últimas décadas, como mostrado anteriormente. No *Campus* SCIII, a composição socioeconômica dos discentes é muito parecida com a dos demais *Campi* da instituição, ou seja, é muito heterogênea. Favela e asfalto se misturam no *Campus*, bem como Zona Sul, Norte e Oeste, mas o que define o panorama socioeconômico mais claramente é a presença, no mesmo espaço, de estudantes que vão a Paris e Nova Iorque nas férias escolares no meio do ano e estudantes que moram em bairros dominados pelo tráfico e milícia, lugares onde o Estado não chega ou inexistente.

Os *Campi* do CPIL se diferem no tamanho e em sua infraestrutura. O mais antigo é o *Campus* Centro, que abriga o CPIL desde a sua fundação em 1837. Os *campi* de São Cristóvão são um dos maiores do CPIL, abrigando a Reitoria do Colégio, a Pró-reitoria de Pós-graduação, Pesquisa, Extensão e Cultura (PROPGPEC), o Teatro Mário Lago, além dos três *campi* e do Complexo Esportivo de São Cristóvão. O *Campus* SCIII divide espaço com dois outros *campi*, São Cristóvão I, também chamado de Pedrinho, que compreende o ensino fundamental nos anos iniciais (1º ao 5º ano) e São Cristóvão II, que compreende o ensino fundamental nos anos finais (6º ao 9º ano).

Apesar de serem *campi* independentes na parte administrativa e terem cada um seu próprio prédio, com toda a infraestrutura necessária para uma Escola, existem alguns ambientes que são compartilhados. Um deles é o pátio principal, usado pelos estudantes dos três *campi* no momento de intervalo. É o local mais *cool* de São Cristóvão, como dizem os próprios estudantes, é onde tudo acontece. O local usualmente é utilizado para se passar o tempo livre, mas também abrigam reuniões de grupos do Colégio e apresentações musicais, como a rádio de São

---

<sup>14</sup> No período Imperial, em termos de curiosidade, para ingressar no Colégio, os candidatos passavam por um rigoroso exame de admissão, que levava em consideração a idade, o mérito adquirido e habilidades inatas, inclusive as habilidades físicas, como demonstra Marques (2011) em sua dissertação intitulada *Educação do corpo no Colégio Pedro II*.

Cristóvão e as “rinhas” de MC’s. A extensão do pátio é o Complexo Esportivo de São Cristóvão, utilizado pela disciplina de Educação Física e projetos de Extensão. Além disso, quase sempre é “invadido” durante o intervalo, sobretudo a pista de atletismo, local onde se fazem brincadeiras, a famosa “pelada<sup>15</sup>” e até K-Pop, música pop coreana e suas coreografias, que é febre entre os jovens e adolescentes do Colégio. O pátio e a pista de São Cristóvão são espaços ricos em diversidade cultural, por isso também rico para estudos sobre o corpo, pois os usos que se fazem dele, assim como a relação que os jovens e adolescentes estabelecem com ele, são múltiplas.

Hoje, as questões relacionadas ao corpo no CPII – *Campus SCIII* não se restringem apenas às atividades corporais, ao fazer corporal, à prática, como na modernidade sólida (sociedade de produtores). As questões relacionadas ao corpo aparecem de maneira muito pulverizada e diversificada em diferentes disciplinas que compõem o currículo escolar. Além da Educação Física, disciplinas como a Sociologia e Filosofia também tratam do tema. Nessas disciplinas, o corpo é apresentado a partir das discussões da indústria cultural na perspectiva de Adorno e Horkheimer. Temas como padrões de beleza, indústria do corpo e consumo são recorrentes e constam no cronograma das disciplinas. Há, inclusive, diálogos entre as disciplinas de Sociologia e Educação Física no que tange às discussões sobre padrões de beleza e consumo, que são produtos de trabalhos interdisciplinares realizados ao longo do ano de 2016.

Na Educação Física, o tema aparece dentro de vários conteúdos, como Atividades Aquáticas, Ginásticas e Atividade Física e Saúde, sendo que muitas das discussões que se estabelecem estão relacionadas aos padrões de beleza, saúde, estética, corpo e consumo. Entende-se que o corpo é um importante vetor na construção da identidade do jovem e adolescente, portanto, estar atento às novas políticas corporais emergentes no atual modelo societário e discuti-las com os estudantes é de extrema importância.

Em *A civilização das formas: o corpo como valor*, Miriam Goldenberg e Marcelo Silva (2002) apresentam algumas reflexões acerca do atual culto à aparência e à forma física na sociedade carioca. De acordo com os autores, o corpo carioca é hipervalorizado. Para os entrevistados de Miriam Goldenberg e Marcelo Silva (2002), o corpo invejado, desejado e admirado, aparece como um corpo

---

<sup>15</sup> Pelada é aquele jogo de futebol que acontece em qualquer lugar, sem maiores compromissos.

“trabalhado”, “malhado”, “sarado”, “definido”, um corpo cultivado, que, sob a moral da “boa forma”, surge como marca indicativa de certa virtude superior daquele que o possui (GOLDENBERG; RAMOS, 2002, p. 38). Essa também é a imagem que muitos estudantes possuem sobre o corpo e está sempre presente nas discussões sobre a temática. O imaginário social está impregnado desse discurso, muito alavancado pela indústria do corpo e potencializado pela superexposição do corpo nas diversas mídias de massa.

Em contrapartida, também me parece haver um grupo que resiste aos ataques ferozes do mercado do corpo, com suas imposições e regulações. É o caso dos diversos núcleos de discussão formados no CPIL – *Campus* SCIII, como a Frente feminista, Frente negra e grupos LGBTTI<sup>16</sup>. Dentro desses grupos, há discussões sobre corpo, por exemplo, na Frente feminista, há discussões sobre a opressão sofrida pela mulher pelos ditos “padrões de beleza” (ser alta, magra, ter cabelo liso e estar “lisa” – sem pelos) que são debatidas pelas estudantes durante suas reuniões. Hoje, é comum vermos alunas com pelos à mostra nas axilas e pernas. Tudo isso é fruto de um intenso diálogo, que, por vezes, se iniciam pelos estudantes e chegam a diversos outros setores do Colégio, como professores, direção pedagógica, conselho superior e reitoria.

Hoje, o Colégio abriga homens e mulheres, meninos e meninas, sejam brancos, pretos ou pardos, alto(a)s, baixo(a)s, magro(a)s, gordo(a)s, com necessidades educacionais específicas ou não, que moram na Zona Sul, Norte ou Oeste, em periferias, como as favelas, comunidades ou em bairros de classe média alta. O CPIL, diferente de outros tempos, abriga, sobretudo, a diferença, o que, de certa maneira, enriquece o caldo cultural para nossas discussões sobre como os jovens e adolescentes do CPIL investem e cuidam dos corpos na sociedade de consumidores.

## 2.2 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS E CAMINHOS PERCORRIDOS

Depois de situarmos e apresentarmos o campo de estudo, partimos agora para a apresentação das estratégias metodológicas e caminhos percorridos para a realização da pesquisa.

---

<sup>16</sup> Lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, travestis e intersexuais.



### **2.2.1 Tipo de pesquisa**

O estudo caracteriza-se por ser uma pesquisa do tipo *survey* exploratória de caráter quanti-qualitativa (RICHARDSON, 1999), aplicada a partir de um questionário *survey* on-line. A escolha se deu pela necessidade de ampliar nosso olhar sobre as questões relacionadas à problemática que o trabalho se propôs a investigar, abarcando, inicialmente, uma perspectiva mais panorâmica em função do número de alunos que essa técnica possibilita acessar.

### **2.2.2 Caracterização dos instrumentos de pesquisa, sujeitos do estudo, seleção e tamanho da amostra**

A pesquisa do tipo *survey* exploratória caracteriza-se pela busca na obtenção de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população alvo, por meio de um instrumento de pesquisa, normalmente um questionário (WALTER, 2013). É exploratória (RICHARDSON, 1999), pois ocorre nos estágios iniciais de uma pesquisa sobre um dado fenômeno, quando o objetivo é adquirir uma visão inicial sobre determinado tema, fornecendo base para um aprofundamento futuro (FORZA, 2002).

O levantamento on-line do tipo *survey* ainda é considerado um processo de pesquisa jovem, assim como a tecnologia empregada para seu desenvolvimento (RITTER, 2007). Atualmente, a internet está presente na vida de uma parcela significativa de brasileiros, sendo utilizada principalmente pelos jovens, que são, em grande parte, estudantes. Para Castells (2004), a comunicação é a base da atividade humana e a internet está mudando o modo como nos comunicamos, dado que ela é o primeiro meio que permite a comunicação de muitos para muitos a uma escala global e no tempo escolhido pelas pessoas.

Segundo Freitas et al. (2004), o advento da internet propiciou inúmeros benefícios no que concerne à pesquisa do tipo *survey*, uma vez que um pesquisador dotado de tecnologia adequada e técnica apropriada pode, em um único dia, conceber uma pesquisa, realizar testes e disponibilizar e divulgar os achados para os participantes.

Walter (2013) aponta algumas vantagens em se realizar pesquisas do tipo *survey*:

- a) alcançar várias pessoas com características comuns em um curto espaço de tempo;
- b) permitir acesso aos respondentes independentemente de sua localização geográfica;
- c) facilitar para o respondente expressar determinadas opiniões que não faria pessoalmente (sensação de anonimato);
- d) permitir entrevistar mais de um participante de cada vez.

Além disso, os participantes podem escolher o ambiente para responder às perguntas (casa ou escola, por exemplo). Ainda de acordo com Walter,

*Surveys online* a cada vez ficam mais comuns entre os pesquisadores, principalmente devido às suas vantagens – entre as quais vale destacar: menores custos, rapidez e a capacidade de atingir populações específicas. Do ponto de vista do respondente, é possível responder da maneira que lhe for mais conveniente, no tempo e local preferido. Porém ao escolher esse método para coleta de dados é necessário estar atento às possíveis limitações, de maneira a minimizá-las (2013, p. 4).

Sobre as possíveis limitações relacionadas ao método de pesquisa, estão a falta de habilidade dos respondentes com relação ao funcionamento de equipamentos eletrônicos e internet, instruções de respostas complicadas e baixa taxa de adesão (WALTER, 2013). Sobre a falta de habilidade com os equipamentos eletrônicos, acreditamos que a grande maioria dos jovens e adolescentes está totalmente integrada às novas TIC's<sup>17</sup>, sobretudo os estudantes do CPII, pois esses fazem uso de tablets<sup>18</sup> e smartphones durante as aulas regulares. Também tomamos o cuidado para que a linguagem, os termos e as instruções presentes no questionário do tipo *survey* estivessem bem simples e dentro do mundo e linguagem jovem. Já a baixa adesão realmente se o mostrou um problema quando falamos de questionários aplicados on-line, como veremos mais adiante.

A coleta de dados da pesquisa *survey* pode ser de dois tipos: autoadministrado ou por entrevistas. Para este estudo, o tipo de pesquisa *survey* escolhido foi o autoadministrado. Nesse modelo, o questionário é entregue ao pesquisado via *e-mail* para ser respondido dentro de um determinado tempo e

<sup>17</sup> Tecnologias de Comunicação e Informações.

<sup>18</sup> O CPII – *Campus* SCIII fornece a seus estudantes Tablets e pontos de internet Wi-fi. Essas TIC's são utilizadas por docentes para auxiliar no processo de ensino-aprendizagem.

espaços definidos, sem a presença do pesquisador. O instrumento utilizado para essa etapa do estudo foi o *Survey Monkey*, ferramenta gratuita para a construção de pesquisas do tipo *survey on-line*. O questionário<sup>19</sup> foi desenvolvido a partir de pesquisas que se aproximam da temática do estudo<sup>20</sup> e busca ampliar de maneira quanti-qualitativa nosso olhar no sentido de dar um panorama geral dos estudantes sobre as questões que buscamos compreender nessa pesquisa.

O questionário foi dividido em uma parte inicial em que consta o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e dados pessoais (nome<sup>21</sup>, idade, sexo, município, bairro, ano escolar e dados socioeconômicos) e uma segunda parte específica com questões objetivas e outras discursivas sobre quatro temas-eixo que abordaram as seguintes temáticas:

- a) “corpo e consumo”;
- b) “intervenções no corpo”;
- c) “cuidados com a alimentação”; e
- d) “práticas corporais”.

A partir das considerações e contribuições dos membros da banca de qualificação, bem como observando as limitações presentes no modelo de pesquisa escolhido (*survey on-line*), foi sugerida, para um maior aprofundamento das respostas obtidas, a utilização do grupo focal. A intenção em utilizar o grupo focal foi potencializar e dar mais profundidade aos dados obtidos no questionário do tipo *survey on-line*.

Para Kitzinger (2000), o grupo focal é uma forma de entrevistas com grupos, baseada na comunicação e na interação. Seu principal objetivo é reunir informações detalhadas sobre um tópico específico (sugerido por um pesquisador, coordenador ou moderador do grupo) a partir de um grupo de participantes selecionados. Ele busca colher informações que possam proporcionar a compreensão de percepções, crenças, atitudes sobre um tema, produto ou serviços. Para Weller (2006), os grupos focais são geralmente constituídos por um número de seis a oito pessoas, que são convidadas a debater sobre um determinado assunto com a ajuda de um moderador.

---

<sup>19</sup> Questionário *survey* disponível no Apêndice 1.

<sup>20</sup> Utilizamos como base o questionário desenvolvido por Fernando Jaime Gonzalez presente em sua Tese de Doutorado com o título: *Bases Sociais das Disposições para o Envolvimento em Práticas de Movimento Corporal no Tempo Livre*, defendida no ano de 2010 no Programa de Pós-graduação em Ciências do Movimento Humano da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

<sup>21</sup> Opcional.

De acordo com Trad (2009), os grupos focais são preferencialmente adotados em pesquisas exploratórias, podendo ser a principal fonte de dados ou como uma técnica complementar em pesquisas tanto quantitativas quanto qualitativas.

Antes de organizar um grupo focal, o pesquisador deve estar atento a algumas questões importantes apontadas por Trad (2009), como, por exemplo:

- a) recursos: o grupo focal deve ser realizado em locais apropriados, neutros e de fácil acesso aos participantes. No que tange aos equipamentos, o autor indica o uso de gravadores (mínimo dois), além de câmeras e computadores;
- b) número de participantes, quantidade de grupos e duração: a quantidade de participantes deve ser aquela que permita a participação efetiva de todos os participantes, assim como a discussão adequada dos temas. A quantidade de grupo deve ser proporcional à demanda apresentada pela temática ou quando o grupo não apresentar mais novidades com relação a conteúdos e argumentos. A duração indicada para cada sessão é de 90 a 110 minutos;
- c) perfil dos participantes: a constituição de diferentes subgrupos por faixas etárias, gênero, renda ou outras características pode ser considerada necessária na medida em que tais variáveis possam influenciar nas questões pesquisadas;
- d) seleção dos participantes: a seleção dos participantes deve ser intencional estando alinhada com os objetivos do estudo;
- e) o papel do moderador:
  - introduzir a discussão e a manter acesa;
  - enfatizar para o grupo que não há respostas certas ou erradas;
  - observar os participantes, encorajando a palavra de cada um;
  - buscar as “deixas” de comunidade da própria discussão e fala dos participantes;
  - construir relações com os informantes para aprofundar, individualmente, respostas e comentários considerados relevantes pelo grupo ou pelo pesquisador;
  - observar as comunicações não verbais e o ritmo próprio dos participantes, dentro do tempo previsto para o debate;

f) o roteiro e processo de análise: “o roteiro de questões que irá nortear a discussão nos grupos deve conter poucos itens, permitindo certa flexibilidade na condução do grupo focal, com registro de temas não previstos, mas relevantes” (TRAD, 2009, p. 788). O momento de análise das informações obtidas nos grupos deve ser acompanhado por métodos de análise que sejam capazes de apreender opiniões frequentemente expressas pelos participantes.

Para Gomes e Barbosa (1999), as vantagens do grupo focal são o baixo custo, rapidez, formato flexível, permitindo que o moderador explore perguntas não previstas e incentive a interação entre os participantes, sendo uma excelente técnica para obter informações qualitativas. Todos esses aspectos, principalmente a rapidez e flexibilidade, foram decisivos na tomada de decisão sobre a escolha do grupo focal. Escolhemos o instrumento que, no nosso entendimento, melhor contribuiria para o objetivo traçado nesta segunda etapa do estudo, o aprofundamento de questões importantes presentes nas respostas dos estudantes no questionário do tipo *survey*. Nesse sentido, o grupo focal se apresentou como o instrumento mais viável, sobretudo pela flexibilidade e contato direto com os pesquisados, proporcionando a possibilidade real de aprofundamento em questões importantes para a pesquisa.

Como desvantagens do grupo focal, são citadas as dificuldades de se analisar as informações obtidas, assim como a necessidade de o moderador ter experiência na condução desse tipo de grupo, pois, dependendo da condução do grupo, as discussões podem ser desviadas ou dominadas por poucas pessoas (GOMES; BARBOSA, 1999). A maior dificuldade em se trabalhar com o grupo focal foi analisar as informações, primeiro pela necessidade de transcrever a sessão e, depois, em encontrar uma ferramenta de análise adequada para garantir a qualidade das informações.

A elaboração e condução do grupo focal também me trouxeram dificuldades. A falta de experiência em conduzir grupos focais me deixou inseguro e apreensivo, o que, de certa maneira, foi se desfazendo ao longo do período de estudo e aprofundamento sobre o instrumento e o trabalho. Nesse ponto, o trabalho de Trad (2009) sobre os aspectos importantes na construção dos grupos focais foi decisivo na organização e segurança na condução da sessão, assim como já ter contato com os sujeitos da pesquisa, já que sou docente no CPII há três anos e, durante esse

tempo, já conduzi diversas discussões sobre questões e temáticas que se aproximam deste trabalho, inclusive sobre o corpo. Esses aspectos ajudaram no processo de amadurecimento e entendimento sobre o papel do pesquisador nesse tipo de instrumento de pesquisa.

O grupo focal foi elaborado a partir das questões que nortearam o questionário *survey*, bem como o estudo sistemático de artigos que tratavam do instrumento metodológico, sua elaboração e aplicação (GOMES; BARBOSA, 1999; KITZINGER, 2000; WELLER, 2006; TRAD, 2009). O roteiro de questões<sup>22</sup> que nortearam as discussões no grupo focal continha poucos itens, mas que se articulavam com o objeto do estudo, como o culto ao corpo no contemporâneo, boa forma e seus impactos na vida dos jovens e adolescentes, a pressão exercida pelos meios de comunicação em massa, sociedade e família no que tange aos padrões corporais, bem como questões que permeiam o campo das práticas corporais.

Com o roteiro mais enxuto, a condução do debate se tornou mais flexível, enriquecendo as discussões e a qualidade das informações obtidas. Apesar da flexibilidade, os roteiros constituem a espinha dorsal da condução dos debates, sempre destacado como ponto fundamental para a boa condução dos grupos focais (GOMES; BARBOSA, 1999; KITZINGER, 2000; WELLER, 2006; TRAD, 2009). Nesse sentido, destaco um trecho introdutório que serviu para situar e apresentar aos estudantes a temática a ser discutida. O trecho foi retirado do livro *Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*, organizado por Miriam Goldemberg:

Uma simples caminhada nas areias das praias da cidade do Rio de Janeiro em um domingo de sol pode se transformar em uma rica etnografia do corpo carioca, corpos bronzeados, musculosos, magros, altos, convivem de forma aparentemente tranquila com outros branquelos com estrias, celulites e barriguinhas invejáveis. No Rio de Janeiro, o corpo nu também é moda, silicones, músculos, tatuagens, piercings, cortes e cores de cabelo permitem ao antropólogo mais cuidadoso localizar as diferentes tribos da cidade. Branco, moreno, mulato ou negro, nu e vestido, o corpo carioca provoca uma verdadeira explosão de significados, como queria Malinowski, revelando as especificidades da cultura da cidade maravilhosa. [...]Tais representações que cercam o Rio de Janeiro, considerado por muitos o lugar mais belo do mundo, por sua natureza que combina praias e morros e por suas mulheres esculturais, contribuem para fazer a cidade um espaço privilegiado para estudar o atual culto ao corpo (2002, p. 7-8).

---

<sup>22</sup> Grupo Focal disponível no Apêndice 3.

Foi a partir dessa introdução que se buscou aprofundar sobre as principais temáticas relacionadas à pesquisa.

Após definirmos o tipo de pesquisa e caracterizarmos os instrumentos utilizados para a coleta de informações – (1) questionário on-line do tipo *survey* e (2) grupo focal –, passaremos para a apresentação dos sujeitos do estudo, chamados por Richardson (1999) de população, bem como a sua seleção e tamanho para cada uma das etapas apresentadas acima.

Para Richardson (1999), população é o conjunto de elementos que possuem determinadas características específicas que se deseja conhecer. Ainda segundo o autor, fala-se em população quando nos referimos a todos os habitantes de um determinado lugar, por exemplo, indivíduos que trabalham em um mesmo local ou estudam em uma mesma universidade ou escola. A amostra caracteriza-se como um subconjunto do conjunto da população, selecionada a partir de procedimentos específicos que podem ser probabilísticos ou não probabilísticos (RICHARDSON, 1999). O tamanho da amostra é a quantidade de sujeitos que a compõem, devendo ser adequado para que os resultados da pesquisa sejam significativos (GIL, 2002).

Nesse sentido, a população desta pesquisa é composta em sua totalidade por estudantes que cursam o ensino médio regular e integrado no Colégio Pedro II – *Campus* de São Cristóvão III (1.400)<sup>23</sup>. O procedimento escolhido para a seleção da amostra foi o probabilístico aleatório simples ou ao acaso; nesse procedimento, os elementos da população devem ter uma probabilidade igual de serem selecionados para formar parte da amostra. Para cumprir esse princípio, é necessário possuir uma lista completa dos elementos que formam parte da população, de tal maneira que por meio de um método apropriado possa selecionar ao acaso aqueles elementos que constituirão a amostra, como exemplo: uso simples de dados para sorteio (RICARDSON, 1999).

Inicialmente, elaboramos uma lista com todos os mil e quatrocentos estudantes, ordenados por ano escolar e identificados por seus *e-mails* fornecidos pela Secretária do CPII – *Campus* SCIII, bem como divididos por sexo. Entre esses

---

<sup>23</sup> População estimada pelo censo escolar 2016.

mil e quatrocentos estudantes, trezentos e oitenta e cinco foram selecionados de forma aleatória simples para compor a amostra<sup>24</sup>.

Desses trezentos e oitenta e cinco estudantes, setenta e sete responderam o *survey on-line*<sup>25</sup>. Da amostra inicial de setenta e sete estudantes que responderam ao *survey on-line*, foram selecionados, após análise de seus questionários e disponibilidade de participação, dezesseis estudantes de ambos os sexos para a realização do grupo focal. Desses dezesseis estudantes<sup>26</sup>, sete responderam o convite e compareceram para a sessão de discussão, sendo cinco do sexo feminino e dois do sexo masculino.

A pesquisa *survey* foi realizada entre os dias 5 e 16 de dezembro de 2016. Com a amostra definida, e com a listagem dos estudantes em mãos, enviamos no dia 5 de dezembro para o *e-mail* dos estudantes o link gerado pela ferramenta *Survey Monkey*. A partir dessa data, os pesquisados tiveram o prazo de doze dias para responderem ao questionário e enviá-lo para o pesquisador. Encerrado o prazo para a entrega do questionário, os dados começaram a ser organizados de acordo os eixos de análise.

Participaram da pesquisa *survey* estudantes<sup>27</sup> que cursam o ensino médio regular e integrado no Colégio Pedro II – *Campus* São Cristóvão III. A seguir, apresentaremos algumas informações importantes para a caracterização dos sujeitos participantes da pesquisa *survey*, como idade (Tabela 1), sexo (Tabela 2), município onde reside (Tabela 3), bairro (Tabela 4), renda familiar (Tabela 5) e ano escolar (Tabela 6).

---

<sup>24</sup> Para esse cálculo amostral, foi utilizada a calculadora amostral disponível no site <http://www.publicacoesdeturismo.com.br/calculoamostral/>, cujo erro amostral foi de 5% e o nível de confiança de 95%.

<sup>25</sup> Como limitação do estudo, destaca-se a greve no Colégio Pedro II. O movimento grevista se iniciou em 28 de outubro de 2016 chegando ao seu fim no dia 26 de dezembro de 2016, o que, de certa maneira, dificultou o contato com os estudantes e divulgação mais ampla da pesquisa.

<sup>26</sup> A ideia inicial era dividir os dezesseis estudantes, formando dois grupos focais de oito participantes cada, o que não foi possível, pois apenas sete estudantes responderam ao convite.

<sup>27</sup> Os estudantes do questionário *survey* serão identificados pelas letras iniciais do nome, seguido da idade e sexo, enquanto que os estudantes que não se identificaram, serão identificados por nomes fictícios, seguido de idade e sexo, quando disponibilizados.



Tabela 1 – Dados pessoais: idade

|         |      |
|---------|------|
| 15 anos | 6,7% |
| 16 anos | 28%  |
| 17 anos | 36%  |
| 18 anos | 20%  |
| 19 anos | 9,3% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 2 – Dados pessoais: sexo

|           |       |
|-----------|-------|
| Feminino  | 67,7% |
| Masculino | 33,3% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 3 – Dados pessoais: município

|                    |       |
|--------------------|-------|
| Rio de Janeiro     | 94,8% |
| Duque de Caxias    | 2,6%  |
| Nilópolis          | 1,3%  |
| São João de Meriti | 1,3%  |

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 4 – Bairro onde mora

|                    |  |
|--------------------|--|
| Centro             | Lapa, Paquetá (Ilha de Paquetá) e Santa Tereza.  |
| Zona Norte         | Anchieta, Alto da Boa Vista, Benfica, Bonsucesso - Maré, Brás de Pina, Cachambi, Caju, Del Castilho, Engenho de Dentro, Encantado, Honório Gurgel, Inhaúma, Ilha do Governador, Jacarezinho, Mangueira, Méier, Olaria, Vila da Penha, Riachuelo, Ramos, Rocha Miranda, São Cristóvão, São Francisco Xavier, Todos os Santos, Thomás Coelho, Vicente de Carvalho, Tijuca. |
| Zona Sul           | Catete, Copacabana, Glória, Ipanema e Urca.  |
| Zona Oeste         | Barra da Tijuca, Jacarepaguá, Pechincha, Pedra de Guaratiba.   |
| Duque de Caxias/RJ | Jardim Leal e 25 de Agosto.  |
| Nilópolis/RJ       | Centro.  |
| Meriti/RJ          | Engenheiro Belford.  |

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 5 – Dados pessoais: renda familiar

|   |       |
|---|-------|
| Até um salário mínimo (até R\$ 880,00)                              | 2,7%  |
| De um a três salários mínimos (de R\$ 880,00 até R\$ 2.640,00)      | 38,7% |
| De três a seis salários mínimos (de R\$ 2.640,00 até R\$ 5.280,00)  | 25,3% |
| De três a seis salários mínimos (de R\$ 2.640,00 até R\$ 5.280,00)  | 18,7% |
| De nove a doze salários mínimos (de R\$ 7.920,00 até R\$ 10.560,00) | 6,7%  |
| Mais de doze salários mínimos (mais de R\$ 10.560,00)               | 8%    |

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 6 – Dados pessoais: ano escolar

|        |       |
|--------|-------|
| 1º Ano | 34,7% |
| 2º Ano | 37,5% |
| 3º Ano | 27,8% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Os sujeitos participantes da pesquisa são muito heterogêneos, seja em questões relacionadas à idade, sexo, local onde mora (são quarenta e três bairros diferentes), renda familiar ou ano escolar, reforçando o que apresentamos um pouco acima, sobre a pluralidade de sujeitos presente no CPII – *Campus* SCIII. Adiante, apresentaremos como se deu a organização, aplicação e escolha dos sujeitos para comporem a amostra para o grupo focal.

O grupo focal ocorreu no dia 24 de janeiro de 2017. Para a sua realização, foi reservada uma sala de fácil acesso e acessibilidade para os adolescentes. A sala deveria abrigar confortavelmente o número previsto de participantes, bem como fosse protegida de ruídos e interrupções externas. Foi dada a preferência pela realização na sala do Departamento de Educação Física que se localiza no *Campus* SCIII. Os participantes foram distribuídos em cadeiras arrumadas em forma circular, de modo que todos pudessem se ver. Para a coleta de dados, foi utilizado um

gravador de voz<sup>28</sup> e um gravador de vídeo<sup>29</sup>. Vale ressaltar que a utilização desses recursos foi condicionada à expressa permissão dos participantes do grupo.

Com relação ao número de participantes no grupo focal, entendemos que fosse um mínimo de seis e máximo de oito participantes. Para Weller (2006), o tamanho ótimo para um grupo focal é aquele que permita a participação efetiva dos componentes e a discussão adequada dos temas. Como a intenção era aprofundar-se em alguns temas, achamos mais prudente que o grupo fosse menor, privilegiando a qualidade da sessão. Os participantes do grupo focal deveriam apresentar certas características em comum, principalmente no que tange à temática central do estudo.

Barbour e Kitzinger (1999) recomendam que os participantes sejam selecionados dentro de um grupo de indivíduos que convivam com o assunto a ser discutido e que tenham profundo conhecimento dos fatores que afetam os dados mais pertinentes. Nesse sentido, participaram do grupo focal estudantes que cursam o ensino médio regular e integrado no Colégio Pedro II – *Campus* São Cristóvão III e que fazem parte da amostra inicial desse estudo, selecionados a partir de suas respostas<sup>30</sup> (Tabela 7).

---

<sup>28</sup> Equipamento: Iphone 4; Fabricante: Apple®.

<sup>29</sup> Equipamento: Iphone 6s; Fabricante: Apple®.

<sup>30</sup> A identificação e seleção a partir da resposta dos estudantes só foram possíveis, pois, 88,7% dos estudantes optaram por se identificarem, enquanto apenas 11,3% dos estudantes optaram pelo anonimato.

Tabela 7 – Estudantes participantes do grupo focal

| Estudante   | Idade   | Sexo      | Município      | Bairro             | Renda Familiar              | Ano Escola | Participa de algum grupo ou frente no CPII |
|-------------|---------|-----------|----------------|--------------------|-----------------------------|------------|--|
| Estudante 1 | 18 anos | Masculino | Rio de Janeiro | Engenho de Dentro  | R\$ 5.280,00 a R\$ 7.920,00 | 3º ano     | Não  |
| Estudante 2 | 19 anos | Masculino | Nilópolis      | Centro             | R\$ 2.640,00 a R\$ 5.280,00 | 3º ano     | Não  |
| Estudante 3 | 19 anos | Feminino  | Rio de Janeiro | Urca               | R\$ 5.280,00 a R\$ 7.920,00 | 3º ano     | Não  |
| Estudante 4 | 16 anos | Feminino  | Rio de Janeiro | Glória             | R\$ 2.640,00 a R\$ 5.280,00 | 2º Ano     | Frente Feminista                           |
| Estudante 5 | 16 anos | Feminino  | Rio de Janeiro | Ilha do Governador | R\$ 5.280,00 a R\$ 7.920,00 | 1º ano     | Não  |
| Estudante 6 | 19 anos | Feminino  | Rio de Janeiro | Ilha de Paquetá    | R\$ 880,00 até R\$ 2.640,00 | 3º ano     | Não  |
| Estudante 7 | 15 anos | Feminino  | Rio de Janeiro | 25 de Agosto       | R\$ 880,00 até R\$ 2.640,00 | 2º ano     | Frente Feminista                           |

Fonte: Dados da pesquisa.

O objetivo do grupo foi expresso de forma clara no momento inicial, sinalizando as questões centrais nas quais a discussão iria se concentrar, além da leitura e entrega do TCLE para os estudantes. Após a apresentação dos participantes, iniciei com algumas recomendações básicas apoiadas em Gondim (2002):

- a) falar uma pessoa de cada vez;
- b) evitar discussões paralelas para que todos possam participar;
- c) dizer livremente o que pensa;
- d) evitar o domínio da discussão por parte de um dos integrantes; e
- e) manter a atenção e o discurso na temática em questão.

Logo após, perguntei se os estudantes haviam entendido e se estavam de acordo. Todos disseram que sim, e iniciamos a sessão.

A sessão seguiu da seguinte maneira: eu fazia as perguntas e o participante que se sentisse à vontade para iniciar a discussão começava. Não houve tempo mínimo nem máximo para a fala. O que foi pedido e acordado era que eles falassem livremente tudo que sabiam ou achavam sobre a temática proposta. As recomendações foram muito respeitadas, salvo em alguns momentos nos quais foi necessária a minha intervenção para controlar conversas paralelas, interrupções na fala de algum participante ou o domínio da discussão por apenas um participante. Durante a sessão, não me preocupei com o tempo. Busquei ficar atento aos sinais vindos dos estudantes quanto à disposição e interesse pelas temáticas e discussões propostas, para, no momento adequando, encerrar o grupo. A sessão transcorreu desde o início de maneira muito dinâmica e interessante. Os estudantes mostraram interesse pelas discussões, bem como as reflexões dos colegas. Foi um encontro muito rico em troca de informações.

No que concerne à temática do estudo, como mostrado um pouco acima, o grupo focal se iniciou com a leitura da introdução do livro *Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*, organizado por Miriam Goldemberg (2002). A intenção foi provocar os estudantes e chamá-los para o debate, pois entendemos que o trecho apresentado possuía linguagem acessível e clara sobre o tema a ser discutido. A primeira pergunta foi bem geral, no sentido de deixar os estudantes o mais à vontade possível, assim como procurar explorar e encontrar possíveis questões que não estavam presentes no roteiro de perguntas. Nesse sentido, começamos perguntando sobre o que os estudantes achavam sobre o atual culto ao corpo, então, pedimos para que eles levassem em consideração suas realidades sociais, políticas, econômicas e culturais.

Após essa rodada de conversa, partimos para questões mais específicas que possuíam relação direta com o questionário *survey* respondido pelos estudantes dias antes. As questões que se seguiram versaram sobre: (1) há limites quando o assunto é a busca pela boa forma? (2) se sentem de alguma maneira, pressionados a atingir certo padrão de beleza e estético? (3) em dados presentes no questionário *survey* sobre intervenções no corpo, 52,2% dos estudantes disseram que gostariam de fazer alguma intervenção, sendo que essa intervenção poderia ser cirurgia plástica, *piercing*, uma massagem, uma tatuagem e outros. Desses, 80,6%

apontaram a busca pela manutenção ou melhora da estética corporal como justificativa. Que reflexão fazem sobre esses dados? (4) qual é a relação que vocês estabelecem com o corpo de vocês: sentem-se felizes ou envergonhados(as)? Essa pergunta foi fruto de minhas observações e anotações durante a conversa. Senti a necessidade de fazê-la, pois as discussões estavam surgindo e se encaminhando para essa pergunta.

Seguindo nessa esteira, fiz o seguinte questionamento, também a partir de informações contidas nas respostas dos questionários *survey*: (5) quando perguntados se existe um modelo de corpo perfeito, 21,3% dos estudantes do CPII – *Campus SCIII* responderam que sim e 78,7% dos estudantes disseram que não. Qual reflexão vocês fazem destes dados? E, por fim, os estudantes foram questionados sobre práticas corporais: (6) qual a relação que vocês estabelecem com as práticas corporais, bem como sua relevância para a vida dos jovens e adolescentes do CPII – *Campus SCIII*?

Todas essas questões foram muito bem desenvolvidas pelos estudantes. Alguns falaram mais, outros menos, mas, no geral, o grupo focal foi produtivo e contribuiu para compreender e aprofundar algumas questões importantes do trabalho. O grupo se encerrou quando percebi que os estudantes já não estavam mais com aquele “gás” inicial, e as questões a serem exploradas primordialmente a partir do roteiro já tinham sido contempladas. Após cento e cinco minutos de muita conversa, chegava ao fim nosso grupo focal e, com ele, minhas angústias e medos sobre sua elaboração e condução.

Terminada a etapa da coleta de dados, deu-se início ao processo de organização e análise dos dados obtidos. O processo inicial de organização das informações contidas no questionário *survey* foi muito simples, pois o Survey Monkey, ferramenta escolhida para a elaboração e aplicação do questionário, fez toda a organização dos dados (questões objetivas e discursivas) a partir dos eixos-tema por nós estabelecidos.

A ferramenta também disponibilizou todo o tratamento estatístico das questões objetivas. Mesmo com todas as facilidades da ferramenta, foi necessária uma segunda organização dos dados, dessa vez, em tabelas<sup>31</sup>, já que o arquivo

---

<sup>31</sup> Tabelas disponível no Apêndice 2.

inicial fornecido pela ferramenta estava muito confuso, dificultando a compreensão e a análise dos dados.

Após encerrarmos a organização dos dados do questionário *survey*, demos início ao processo de transcrição e organização das conversas gravadas durante o grupo focal. Inicialmente, talvez por falta de experiência nesse tipo de trabalho e achando que daria conta, eu mesmo iniciei as transcrições do grupo, o que, ao longo do tempo, se mostrou muito interessante, pois isso facilitava minha apropriação do conteúdo. Porém, o processo era lento e atrasaria o processo de elaboração e entrega desta dissertação. Nesse sentido, enviei o áudio e o vídeo da sessão do grupo focal para a empresa de transcrições *Audiotext*, recebendo a transcrição completa da sessão em poucos dias. Assim, pude iniciar o processo de organização dos dados.

Feito o levantamento e transcrição das informações produzidas pelo grupo focal, passei, então, a partir da leitura do material, a tentar atribuir sentido ao conjunto de informações coletadas. Apesar de ter apenas trinta e duas páginas, o documento transcrito possui um grande volume de informações, o que, de certa maneira, exigiu muito de minha parte, no sentido de buscar estratégias metodológicas para organizar e jogar luz em todo o material coletado. Pensando nas questões que interessam o estudo e nos eixos-tema já criados e presentes no questionário *survey*, decidi mantê-los para organização das informações do grupo focal.

Dentro dessa perspectiva, na tentativa de compreendermos os discursos apresentados pelos estudantes nas questões discursivas do *survey* e nos discursos presentes no grupo focal, operamos metodologicamente com a análise de conteúdo (BARDIN, 2011). De acordo com Bardin,

A análise de conteúdo é um *conjunto de técnicas de análise das comunicações* visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens (2011, p. 48).

A análise de conteúdo organiza-se em três grandes etapas: *a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação*. A fase de *pré-análise* caracteriza-se pela organização inicial do material, seguida de leitura preliminar, chamada por Bardin (2011) de “*flutuante*”. O objetivo dessa fase é

estabelecer o primeiro contato do pesquisador com o material a ser analisado, possibilitando a construção de hipóteses, objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação (BARDIN, 2011). O termo “*flutuante*” é uma analogia à atitude do psicanalista, pois pouco a pouco a leitura se torna mais precisa, em função das hipóteses construídas e das teorias que sustentam o estudo (BARDIN, 2011).

Na etapa de *exploração do material*, as informações foram analisadas sistematicamente a partir dos eixos temáticos elaborados anteriormente. Nesse sentido, para melhor compreendermos os significados presentes nas falas dos estudantes, optamos por trabalharmos com a análise de conteúdo temática, que, segundo Minayo (2007), se apresenta como a melhor opção para a análise qualitativa das informações, uma vez que a noção de tema se refere a uma afirmação a respeito de determinado assunto. Para Bardin (2011, p. 135), “fazer uma análise temática consiste em descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição, podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido”. Ainda segundo o autor,

O tema é geralmente utilizado como unidade de registro para estudar motivações de opiniões, de atitudes, de valores, de crenças, de tendências etc. As respostas a questões abertas, as entrevistas (não diretivas ou mais estruturadas) individuais ou de grupo, de inquérito ou de psicoterapia, os protocolos de testes, as reuniões de grupo, os psicodramas, as comunicações de massa etc., podem ser, frequentemente são, analisados tendo o tema por base (BARDIN, 2011, p. 135).

Portanto, após definirmos a análise de conteúdo temática como técnica para analisarmos os discursos presentes nas questões abertas do *survey* e no grupo focal, foi preciso definir o que Bardin (2011) chama de *objeto ou referente*. *Objeto ou referente* são eixos-tema, no nosso caso:

- a) “corpo e consumo”;
- b) “intervenções no corpo”;
- c) “cuidados com a alimentação”; e
- d) “práticas corporais”.

Foram ao redor desses temas-eixo que o trabalho se organizou. A partir desse momento, a análise passou a se concentrar no *tratamento dos resultados, na inferência e na interpretação*. Essa etapa foi destinada ao tratamento dos resultados que, inicialmente, se objetivou pela condensação e destaque das informações para



análise, culminando nas interpretações inferenciais, pautadas pela intuição, análise reflexiva e crítica, a partir do referencial teórico por nós construído (BARDIN, 2011).

No próximo capítulo, apresentaremos a análise das informações a partir do cruzamento das questões do questionário *survey* (objetivas e discursivas) e as informações coletadas a partir do grupo focal. Os quatro temas-eixos a serem analisados foram organizados de modo a criar um corpo discursivo que consiga responder aos anseios e demandas deste estudo. A partir de agora, vamos à busca de respostas, mesmo que não definitivas.

### 3 O CORPO JOVEM EM DESTAQUE: REFLEXÕES ACERCA DOS INVESTIMENTOS E CUIDADOS COM O CORPO NA SOCIEDADE DE CONSUMIDORES

Neste capítulo, apresentaremos e analisaremos os resultados do questionário *survey* e os discursos construídos pelos estudantes durante a sessão do grupo focal. A estratégia de análise irá privilegiar o diálogo entre os dados quantitativos e qualitativos, entre os números e os discursos dos estudantes, bem como a teoria desenvolvida no Capítulo 1, pois, desse modo, as interpretações estarão mais próximas dos objetivos perseguidos por este trabalho<sup>32</sup>.

A organização e sequência das análises do capítulo estão ancoradas no que Bardin (2011) classificou de eixos-tema. Nesse sentido, os eixos-tema a serem analisados obedecerão ao seguinte curso:

- a) corpo e consumo, que versa sobre a relação dos estudantes com o corpo e os serviços votados para os cuidados do corpo na sociedade de consumidores;
- b) intervenções no corpo, eixo-tema que tem por objetivo investigar como os estudantes se portam diante dos serviços e procedimentos estéticos e/ou cirúrgicos voltados para a remodelação das medidas e linhas corporais;
- c) cuidados com a alimentação, no qual iremos investigar a relação dos estudantes com a alimentação e as dietas, principalmente sobre os motivos que os levam a aderirem uma alimentação mais ou menos saudável; e
- d) práticas corporais, as quais abordarão questões relacionadas às práticas corporais, no sentido de verificarmos como elas se associam aos cuidados relacionados ao corpo.

#### 3.1 EIXO-TEMA 1: CORPO E CONSUMO

Que tipo de relação os estudantes do Colégio Pedro II (CPII) estabelecem com o corpo em suas diferentes dimensões, sejam elas sociais, políticas, econômicas e culturais, dentro do que Bauman convencionou chamar de sociedade

---

<sup>32</sup> Essa estratégia de análise foi estabelecida a partir de contribuições da banca de qualificação, que, na ocasião, sugeriu a utilização de um segundo instrumento de pesquisa (grupo focal), no sentido de complementar e aprofundar as informações produzidas a partir do questionário *survey*.

de consumidores? Como os estudantes do CPII relacionam-se com os produtos e serviços voltados para os cuidados com o corpo na sociedade de consumidores?

São essas questões que estruturam este eixo-tema e que iremos explorar no sentido de compreendermos como os estudantes concebem e compreendem o corpo na sociedade de consumidores. Para isso, organizamos as informações da seguinte maneira:

- a) iniciaremos analisando a relação que os jovens e adolescentes estabelecem com o próprio corpo e com o corpo do outro;
- b) posteriormente, analisaremos como é a relação dos estudantes com os serviços e produtos voltados para os cuidados com o corpo; e
- c) buscaremos compreender como os estudantes entendem o papel das mídias na sociedade de consumidores, sobretudo no processo de consumo de bens e serviços relacionados aos cuidados com o corpo.

Ao longo do trabalho, apresentamos diferentes pesquisas que têm o corpo jovem e adolescente como objeto de estudo, principalmente imagem corporal e níveis de satisfação/insatisfação corporal em jovens e adolescentes escolares (VILELA et al., 2004; CONTI; FRUTUOSO E GAMBARELLA, 2005; AMARAL et al., 2007; ANDRADE et al., 2007; PASSOS et al., 2013; MIRANDA et al., 2013; FORTES et al., 2014; 2015; IEPSEN; SILVA, 2014; GRACINDO, 2015; ESTEVES; RAMIRES, 2015; SILVA, 2015; FELDEN et al., 2015; MARQUES et al., 2016).

Os diferentes estudos que investigam imagem corporal em jovens e adolescentes apontam para o predomínio no nível de **insatisfação corporal**, principalmente entre as jovens e adolescentes do sexo feminino (ANDRADE et al., 2007; AMARAL et al., 2007; PALMA et al., 2013; FORTES et al., 2014). Em nosso estudo, a diferença foi significativa quando tratamos de ambos os sexos: os resultados apontam para uma maior predominância no nível de **satisfação corporal** (Tabela 8) dos estudantes, o que representa novo quadro em relação aos estudos anteriores.

Tabela 8 – Você gosta do seu corpo?

|     |     |
|-----|-----|
| Sim | 73% |
| Não | 27% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao mesmo tempo que consideramos que os resultados destoam das pesquisas aqui apresentadas e analisadas – em nosso trabalho, o nível de estudantes que disseram gostar de seus corpos é significativamente maior quando comparados a estudos com a mesma temática –, também nos questionamos se, de fato, gostar de seu corpo é o mesmo que estar satisfeito com ele. A maneira como a pergunta foi concebida e apresentada aos estudantes não nos ajuda a elucidar essa questão, o que, de certa maneira, poderá ser mais bem compreendido a partir de outras questões feitas aos estudantes, e que aparecerão pouco mais à frente neste capítulo. Neste momento, iremos nos debruçar na tentativa de compreendermos quais são os possíveis motivos que levaram 73% dos estudantes a responderem que gostam de seus corpos, bem como se o CPII possui alguma participação nesse processo.

Como apresentamos no capítulo 2, os estudantes do CPII – *Campus São Cristóvão III* vivem em um ambiente plural e bastante diverso no que tange às dimensões sociais, políticas, econômicas e culturais; sabe-se também que o ensino no CPII é muito diversificado e vai além das disciplinas curriculares, oferecendo aos estudantes diferentes espaços que promovem a produção do conhecimento sobre diversos temas contemporâneos, como o direito das pessoas com necessidades educacionais específicas, das LGBTTI, das mulheres e dos negros.

Também é de conhecimento público que os estudantes do CPII possuem veia política apurada, seja para assuntos internos ou com pautas nacionais, como o famoso “saiato” contra o machismo e assédio sofrido pelas estudantes<sup>33</sup> do Colégio ou o “saiato” contra os padrões impostos pela sociedade sobre haver determinadas roupas para meninos e meninas<sup>34</sup>, desaguando na portaria que extinguiu o uniforme escolar por gênero<sup>35</sup>, e ainda, o movimento de ocupação contra as reformas propostas pelo atual governo, como a PEC 241 e a reforma do ensino médio<sup>36</sup>, ou

---

<sup>33</sup> “Alunos do Pedro II fazem 'saiato' contra machismo e assédio”. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/extra-extra/alunos-do-pedro-ii-fazem-saiato-contramachismo-assedio-19561852.html>>. Acesso em: 27 maio 2017.

<sup>34</sup> “A verdade por trás do Saiato, protesto em que alunos foram de saia para a escola”. Disponível em: <<http://capricho.abril.com.br/vida-real/a-verdade-por-tras-do-saiato-protesto-em-que-alunos-foram-de-saia-para-a-escola/>>. Acesso em: 27 maio 2017.

<sup>35</sup> Ao ser questionado sobre a extinção dos uniformes por gênero, o Reitor do Colégio Pedro II, Prof. Oscar Halac, disse que, apesar da tradição, “a escola não deve estar desvinculada de seu tempo e momento histórico”.

<sup>36</sup> “Alunos ocupam unidades do Colégio Pedro II contra a PEC 241”. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2016-10-25/alunos-ocupam-unidades-do-colegio-pedro-ii-contrapec-241.html>>. Acesso em: 27 maio 2017.

seja, são constantes os momentos de reflexão sobre a escola e sociedade em que ela está inserida, inclusive o papel do corpo dentro desse contexto. Nesse sentido, quando perguntados se o CPII possui alguma participação nesse resultado, a Estudante 7, que faz parte da frente feminista do Colégio, respondeu:

Olha, eu não posso dizer que não existe nenhuma participação do Colégio nisso, tipo, que a gente está num ambiente muitíssimo diversificado, a gente tem contato com pessoas de realidades muito diferentes e com o debate muito diferente, justamente proporcionados não só pelas atividades acadêmicas oficiais, como as extraoficiais também, contatos que você tem com outras pessoas e tal e etc.

Esse comentário contempla a fala dos demais estudantes, já que todos em suas falas apontam que, de alguma maneira, o ambiente diversificado no CPII proporciona maior discussão e reflexão sobre temas importantes, inclusive questões que envolvem o corpo, mas a mesma estudante faz um alerta: “De qualquer forma, eu me surpreendo porque muita gente diz que sim, mas não é isso que a gente vê aí fora. E eu acho que isso acontece porque muitas pessoas têm vergonha de dizer que não estão satisfeitas com seu corpo”.

O sentimento de insatisfação corporal gera vergonha e medo, e esses sentimentos são típicos da sociedade de consumidores. A adolescência é permeada por transformações. É uma etapa da vida cheia de descobertas, emoções, ambivalências e conflitos, bem como é uma fase marcada pelas experimentações em todas as dimensões da vida subjetiva e social (DAYREL; CARRANO, 2014). É também na adolescência que as mudanças corporais assumem papel importante na vida do adolescente, seja por preocupação com a própria aparência ou com o peso corporal.

Como apresentamos nas discussões do capítulo 1, o corpo na sociedade de consumidores é tratado, acima de tudo, como objeto de consumo, o corpo é mercadoria e seu valor é definido por quanto se pode investir nele, seja tempo ou dinheiro (LIMA et al., 2013). Dentro dessa perspectiva, a beleza e a estética tornaram-se um dever moral. A esperança é que todo esforço e tempo despendido sejam recompensados e que o dono daquele corpo possa usufruir de todas as benesses que ele, o corpo, poderá lhe proporcionar (BAUMAN, 2011).

Todavia, o ideal de beleza e estética, aquele arquétipo de corpo magro e atlético, sinônimo de beleza e sucesso, mas que é inatingível, gera naquele que o persegue sentimentos de frustração, culpa, vergonha e insatisfação. É dentro desse

contexto que os adolescentes que vivem na sociedade de consumidores estão inseridos. Pelo menos é o que apontam os diferentes trabalhos que acessamos na revisão de literatura sobre o corpo jovem e adolescente no contemporâneo, e isso inclui as reflexões de Bauman.

Dessa maneira, levando em consideração os números da Tabela 8, podemos chegar à conclusão que os estudantes do CPII se mostram diferentes, quando comparados aos adolescentes das demais pesquisas, ou seja, os estudantes entrevistados parecem ter uma visão mais ampla sobre o corpo e as instituições que os regulam, como a mídia, o que, de certa maneira, ajuda na autoaceitação do corpo. Mas, se levarmos em consideração a advertência feita pela Estudante 7 – sobre as pessoas esconderem o que realmente sentem em relação seus corpos –, poderíamos nos questionar se os estudantes do CPII estariam apenas camuflando seus sentimentos de insatisfação relacionados aos seus corpos, tão comuns na sociedade de consumidores. Dentro dessa perspectiva, achamos precipitado fazer tal julgamento, mais adiante voltaremos a essa questão, talvez com subsídios mais palpáveis para discuti-la e entendê-la.

Passemos agora a analisar o resultado da Tabela 8 de outra perspectiva, mais especificamente, sob a ótica do sexo masculino e feminino.

Quando apresentamos os resultados de ambos os sexos de maneira separada, os números da pesquisa corroboram com os estudos anteriores, e as estudantes do sexo feminino apresentam maior índice de insatisfação corporal que os estudantes do sexo masculino (Tabela 9).

Tabela 9 – Você gosta do seu corpo?

|     |     |         |     |
|-----|-----|---------|-----|
| Sim | 73% |         |     |
|     |     | Meninos | 7%  |
| Não | 27% |         |     |
|     |     | Meninas | 20% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo Fortes et al. (2014), 1/3 da população adolescente brasileira do sexo feminino sofrem com algum tipo de insatisfação com a sua imagem corporal, o que é corroborado por nosso trabalho, pois os números revelam um maior porcentual no número de meninas que dizem não gostar de seus corpos quando comparados aos

meninos<sup>37</sup>, mesmo não estando claro para nós, se, de fato, não gostar de seus corpos seja a mesma coisa que não estar satisfeito com eles.

Para os autores, a mídia é a maior responsável por esse processo, pois transmite imagens de corpos magros e atléticos associados à beleza e ao sucesso, que normalmente se distanciam da realidade das adolescentes, gerando sentimentos de descontentamento com a aparência física, forma corporal e peso (FORTES et al., 2014). Assim como Fortes et al. (2014), para Florêncio et al. (2016), a pressão exercida pela sociedade e pela mídia é a maior responsável pelo surgimento de insatisfação com o peso e o tamanho corporal, principalmente em adolescentes do sexo feminino. As discussões que permeiam as pesquisas voltadas para a insatisfação corporal entre adolescentes do sexo feminino apontam para uma maior regulação social dos corpos das adolescentes (BAUMAN, 2010b) em comparação aos corpos dos adolescentes do sexo masculino.

A beleza e estética na sociedade de consumidores se tornaram um dever moral, sobretudo para as mulheres. A indústria da beleza e estética vê nos corpos femininos uma fonte inesgotável de lucro, por isso produzem revistas, sites, blogs, produtos e serviços voltados especificamente para o público feminino. Corpos são produzidos, modelados e remodelados, em um processo constante de ressignificação, sendo que todos os imperativos utilizados pela indústria da beleza e estética visam determinar o modo como as pessoas devem conduzir suas próprias vidas, bem como formar suas identidades.

Dessa forma, a ação é, principalmente, pedagógica (BAUMAN, 2010b), como na fala da estudante M.G. (16 anos, aluna): “Os padrões de beleza são fortemente impostos na sociedade, de uma forma ou outra, quando vemos um corpo ‘escultural’ e vemos que não temos igual ou parecido, isso acaba mexendo na autoestima. Pelo menos na minha”. Da mesma maneira, a estudante A.P. (17 anos, aluna) afirma: “Acho que tenho ombros largos e estou acima do peso”. Nesse sentido, é possível, nas duas falas, percebermos o quanto o imperativo do corpo magro e atlético produzido e veiculado pela mídia afeta as meninas. No primeiro caso, podemos verificar o impacto do corpo “irreal”, classificado pela estudante como “escultural”. O corpo “escultural” está presente em comerciais, revistas e blogs de beleza; é o corpo

---

<sup>37</sup> Mesmo corroborando com outras pesquisas sobre a temática, é necessário levarmos em consideração um dado importante: o número de participantes mulheres em nossa pesquisa é maior que o de homens, tanto no questionário *survey* quanto no grupo focal.

“padrão”, aquele desejável e consumível, no qual as garotas devem se espelhar, investindo tempo e dinheiro para “conquistá-lo”.

Na fala da estudante A.P., além do desconforto com o peso – considerado um dos maiores vilões na busca pelo corpo magro e atlético –, a preocupação com os ombros chama a atenção, pois, historicamente, costas e ombros largos estão associados a características masculinas e não femininas. Em uma busca rápida no Google sobre mulheres com essas características, o que mais aparece são “dicas” e “truques” para disfarçar costas e ombros largos. Os corpos de mulheres com essas características são chamados de “triângulo invertido”, porque o “normal”, quando pensamos em estética feminina, é ter quadris largos e não o contrário. Culturalmente, homens é que devem ter o quadril menor que as costas e ombros. Para reforçar essa questão, algumas estudantes, quando questionadas por mim, sobre participar do projeto de extensão em Natação do CPII – *Campi* São Cristóvão, dizem-se desestimuladas por terem medo de ficar muito “forte” e, conseqüentemente, com os ombros muito largos, ou seja, apesar de todo investimento e reflexão em questões que pensam o corpo no CPII e na sociedade, as estudantes ainda são atingidas pelo imperativo do corpo feminino magro e atlético, veiculado pela mídia.

Portanto, pensando a partir da lógica do consumo e de toda a insegurança, incerteza e desafios que se apresentam na adolescência, é possível compreendermos o porquê das adolescentes do sexo feminino serem tão suscetíveis a estarem insatisfeitas com sua própria imagem corporal.

Depois de responderem se gostam ou não dos seus corpos, os estudantes foram questionados sobre os motivos que os levam a gostar ou não deles. Os resultados apontaram para alguns padrões nas respostas. No que tange ao grupo que respondeu “sim, eu gosto do meu corpo”, o sentido atribuído está mais próximo do se sentir bem, estar confortável e amá-lo, como, por exemplo: “Porque eu me sinto completamente confortável nele e não mudaria nada” – D.T. (16 anos, aluna); “Porque não há nada que me incomode ou que eu queira mudar” – C.B. (15 anos, aluna); “Me sinto bem ao olhar meu corpo” – M.M (18 anos, aluno); “Porque ele combina comigo” – G.A. (16 anos, aluno).

A saúde também esteve presente nos discursos de alguns dos estudantes para justificarem que gostam do seu corpo: “Porque não há nada de errado com ele, como uma doença ou lesão” – A.C. (15 anos, aluna); “Estou com boa saúde” – M.B



(19 anos, aluno); “Estou satisfeita porque acho que ele é um corpo adequado para minha idade, tenho saúde e me sinto bem com ele” – J. M. (17 anos, aluna).

As respostas dos estudantes demonstram de maneira ainda tímida a tensão existente entre saúde e estética provocada pelo discurso que associa o corpo magro e atlético à saúde. Sentir-se bem e confortável com o corpo, assim como ter boa saúde, mais uma vez, não parece demonstrar que gostar dele seja o mesmo que estar satisfeito com ele, pois, como sugere a Estudante 7, sempre tem o *mas*, gosto do meu corpo, *mas*; tenho boa saúde, *mas*. Pensando a partir da sociedade de consumidores e sobre a maneira em que ela seduz os sujeitos a se adequarem (BAUMAN, 2011), é difícil, diante de evidências tão frágeis, afirmar que os relatos são de estudantes que resistem aos imperativos impostos pela indústria da beleza na sociedade de consumidores.

As respostas dos estudantes que responderam “não, eu não gosto do meu corpo” estão mais direcionadas à questão estética, principalmente para questões relacionadas ao peso corporal e a estar fora dos padrões corporais veiculados pela mídia de massa: “Porque eu estou muito acima do meu peso normal” – D.T. (18 anos, aluno); “Sou muito magra” – Y.C. (16 anos, aluna); “Falta perder um pouco de barriga” – L.S. (18 anos, aluna); “Não me sinto bonita” – L.A. (17 anos, aluna); “Não me sinto bem por ser magra demais e por isso sofro bullying às vezes” – A. N. (17 anos, aluna); “Sou gordo e tenho vergonha” – H.F. (17 anos, aluno); “Pois ele é recheado de pelos” – G.P. (15 anos, aluno); “Não me sinto confortável expondo, não acho atraente aos meus próprios olhos (apesar de defender a *body positivity*<sup>38</sup> e pregar que todos os corpos são bonitos)” – M. (16 anos, aluna).

A sensação de estar fora dos padrões produzidos e veiculados pela mídia de massa marca os discursos apresentados, bem como as falas estão carregadas de insegurança, medo e vergonha, características apontadas pela teoria *baumaniana* para caracterizar o sentimento dos sujeitos que estão à margem do imaginário de corpo presente na sociedade de consumidores. Não ter o corpo dentro dos padrões estéticos estabelecidos mexe com a autoestima dos estudantes, mesmo aqueles que pregam a *body positivity* e compreendem que a beleza dos corpos está na

---

<sup>38</sup> A organização Body Positive foi fundada em 1996 por Connie Sobczak e Elizabeth Scott, e desde então trabalha com *workshops*, treinamentos e *campings* que promovem o resgate da autoestima para pessoas que não se sentem felizes consigo mesmas. A essência do movimento está na valorização da identidade e da beleza única de cada pessoa, respeitando a diferença, sobretudo com relação ao corpo.

diferença. Os discursos só confirmam os achados de Goellner e Figueira (2002), Almeida (2009), Palma et al. (2010) e Eufrásio e Nóbrega (2014) sobre a influência da mídia no modo como os adolescentes se relacionam com seus corpos. Segundo os autores, os discursos apresentados convidam os adolescentes a modelarem seus corpos e a estarem sempre em forma. Assim, o corpo deve ser magro, liso e atlético, e não apenas magro e liso, pois magreza em excesso, assim como gordura em excesso, não torna o corpo adolescente “*desejável*”, ao contrário, gera insegurança, incerteza e ansiedade (BAUMAN, 2001; 2011).

Para adolescentes do Município do Rio de Janeiro, a magreza em excesso está associada às modelos de passarela, ao radicalismo, representado pelos transtornos alimentares como a anorexia e bulimia (PASSOS, et al., 2013). Já o excesso de peso está associado à preguiça, desleixo, lentidão e falta de saúde. O sofrimento psicológico da pessoa com excesso de peso é decorrente dos estigmas sociais e de valores ligados à cultura atual que considera o corpo gordo, feio e inaceitável (MACEDO et al., 2015). Tanto a magreza quanto o peso excessivo estão fora das normas e dos discursos apresentados sobre os arquétipos de beleza magra e atlética.

Nesse sentido, muitos adolescentes buscam se afastar dos estigmas e marcas de um corpo que não está sob a égide do poder normativo apresentado acima e que são corroboradas pelas falas dos estudantes quando questionados sobre o que seria um corpo feio. Para eles, um corpo feio é: “Um corpo extremamente magro ou extremamente gordo” – C.B. (15 anos, aluna), “Seria um corpo ou muito magro ou muito gordo” – M.F. (18 anos, aluno), “Um corpo muito magro” – J.P. (16 anos, aluno), “Quando é muito exagerado, muito gordo, magro, musculoso” – G.T. (17 anos, aluno), “Muito acima do peso, com muita estria e celulite” – M.G. (16 anos, aluna).

Na tentativa de compreendermos melhor esse processo, os estudantes foram questionados sobre como se sentem quando se olham no espelho (Tabela 10):

Tabela 10 – Ainda com relação ao seu corpo, quando se olha no espelho, como se sente:

|             |       |
|-------------|-------|
| Inseguro(a) | 32%   |
| Feliz       | 24%   |
| Seguro(a)   | 22,7% |
| Outro       | 9,3%  |
| Infeliz     | 8%    |
| Ansioso(a)  | 4%    |

Fonte: Dados da pesquisa.

Se somarmos os resultados das opções que mostram o estado de satisfação com o corpo (feliz, 24% e seguro(a), 22,7%), veremos que 46,7% dos estudantes se sentem felizes e seguros(as) quando se olham no espelho. Se compararmos ao resultado da pergunta inicial sobre gostar ou não do corpo, em que 73% responderam que sim, gostam do seu corpo, veremos que há uma margem de 26,3% de estudantes que não se sentem felizes ou seguros(as) com seus corpos, o que, de certa maneira, revela que gostar do corpo não necessariamente está associado a estar satisfeito com ele para essa parcela dos estudantes do estudo.

Dos 73% dos estudantes que responderam gostar de seus corpos, apenas 46,7% se sentem felizes ou seguros(as) com seu corpo, podendo esse ser considerado um possível grupo que reage e “resiste” às normas e imperativos do mercado do corpo, isso, quando comparadas as diferentes das pesquisas sobre imagem corporal e níveis de satisfação/insatisfação estudadas para essa dissertação, em que o número de adolescentes incomodados ou insatisfeitos com sua estética corporal é significativo, reforçando o argumento de Bauman sobre estar insatisfeito com o corpo ser uma condição da sociedade de consumidores (BAUMAN, 2007a; 2007b; 2010a; 2010b; 2011), o que parece não fazer sentido para os 46,7% dos estudantes que se sentem felizes ou seguros (as) com seu corpo.

Encontrar adolescentes que parecem estar alheios a essas questões soa um tanto quanto incomum, sobretudo em um ambiente em que a vida é pautada pelo consumo. Mas as repostas dos estudantes também revelam o que a Estudante 7 apontou um pouco acima e que devemos levar em consideração. Parece-nos, assim como a Estudante 7, que os estudantes possuem certa dificuldade em dizer que não gostam do seus corpos, pois, ao mesmo tempo que 46,7% dizem se sentirem felizes e seguros(as) quando se olham no espelho, 44% se dizem infelizes, insatisfeitos(as) ou inseguros(as) com relação ao que vê no espelho.

Dessa forma, mesmo convivendo em um ambiente diversificado e que proporcione reflexões acerca das questões que envolvam o corpo, os estudantes do CPII não estão livres das questões que cercam a estética corporal, como nos apresenta a Estudante 6: “Durante as aulas na piscina, muita gente deixa de fazer porque tem vergonha de colocar a sunga, tem vergonha de colocar o maiô, ou, às vezes, tem vergonha de trocar de roupa no vestiário com os próprios amigos de sala”. Para a Estudante 5, apesar das questões que envolvem as aulas de natação apontadas pela Estudante 6, o Colégio contribui de maneira positiva no sentido de minimizar potenciais problemas relacionados ao corpo dos estudantes: “Eu acho que aqui no Colégio batem muito na tecla de você se aceitar e ajuda muito a nós, estudantes. Sei lá, eu acho um pouco menos agressivo a questão do corpo aqui dentro do Colégio”. Nessa mesma direção, o Estudante 1 complementa: “Sim, até porque o Colégio favorece muito isso, não é? Eu vejo assim. Pelo menos nunca vi um Colégio tão aberto a essas questões, seja LGBT ou questões de corpo ou qualquer outra questão”.

O depoimento da Estudante 7 nos ajuda a compreender melhor o motivo de esses adolescentes não se sentirem confortáveis ao se olharem no espelho. Afinal, para ela, “o principal motivo das pessoas sentirem incômodo com o próprio corpo é que elas não se veem representadas”, muito em função do tipo de corpo produzido e veiculado pelos diferentes meios de comunicação, o que indica uma forte influência da indústria da beleza e estética na vida dos adolescentes, corroborando com a teoria baumaniana e as pesquisas aqui apresentadas sobre imagem corporal e nível de satisfação/insatisfação em jovens escolares.

Para explorarmos um pouco mais essa questão, perguntamos aos estudantes se existe modelo de corpo perfeito e pedimos para os estudantes do grupo focal interpretarem os resultados (Tabela 11).

Tabela 11 – Para você, existe um modelo de corpo perfeito?

|     |       |
|-----|-------|
| Sim | 21,3% |
| Não | 78,7  |

Fonte: Dados da pesquisa.

Comparando os resultados com a Tabela 8, sobre gostar (73%) ou não (23%) do corpo e as justificativas apresentadas pelos estudantes sobre o porquê gostam

dos seus corpos, os números são significativos e coerentes. Quando comparados com a Tabela 10, sobre como se sentem ao olharem no espelho, o resultado não reflete as repostas de maneira significativa, pois quase 1/3 dos estudantes que disseram gostar de seus corpos (Tabela 8) se sentem infelizes, insatisfeitos(as) ou ansiosos(as) (Tabela 10).

Quando consultados sobre o resultado da Tabela 11, os estudantes participantes do grupo focal não se surpreenderam com os dados. Para eles, o ambiente diversificado (social, político, econômico e cultural), bem como o acesso a conhecimentos relacionados ao corpo proporcionados pelas disciplinas e outros espaços de discussão e reflexão no CPII, contribuem para o olhar mais apurado dos estudantes sobre as questões que envolvem corpo e consumo na sociedade contemporânea. Mesmo levando em consideração o entendimento do coletivo a respeito dos números presentes na Tabela 11, a Estudante 7 mais uma vez colocou em xeque o que os estudantes sentem e o que dizem. Segundo ela:

[...] eu me surpreendo porque muita gente diz que não, mas não é isso que a gente vê aí fora. Então, é tipo: olha, eu acho que não existe não, mas se eu pudesse ter aquele corpo. Tipo, aquela coisa do mas. Você vai dizer que não existe porque teoricamente é politicamente correto dizer que não. Mas é evidente que você gostaria de ter um corpo daquele, entendeu? Então você diz que não, mas, no fundo, no fundo [...].

Já a Estudante 3 faz outro questionamento: “Talvez não exista o corpo perfeito. Porque, se está todo mundo querendo melhorar o corpo, qual é o corpo perfeito?”. A fala da estudante ratifica o entendimento de Bauman (2001; 2010a) sobre a busca pela boa forma/aptidão (*fitness*) na sociedade de consumidores. Para o autor,

Na corrida dos consumidores, a linha de chegada sempre se move mais veloz que o mais veloz dos corredores; mas a maioria dos corredores na pista tem músculos muito flácidos e pulmões muito pequenos para correr mais velozmente. E assim, como na Maratona de Londres, pode-se admirar e elogiar os vencedores, mas o que verdadeiramente conta é permanecer na corrida até o fim. Pelo menos a Maratona de Londres tem um fim, mas a outra corrida – para alcançar a promessa fugida e sempre distante de uma vida sem problemas – uma vez iniciada, nunca termina: comecei, mas posso terminar. Então é a continuação da corrida, a satisfatória consciência de permanecer na corrida, que se torna o verdadeiro vício – e não algum prêmio à espera dos poucos que cruzam a linha de chegada. Nenhum dos prêmios é suficientemente satisfatório para destituir ou outros prêmios de seu poder de atração, e há tantos outros prêmios que acenam e fascinam porque [...] nunca foram tentados (2001, p. 86).

Nesse sentido, essa busca não possui linha de chegada, apenas de partida, pois, como apresentado próprio Bauman (2011), a sociedade de consumidores se movimenta a partir das necessidades/desejos/vontades dos consumidores, sempre crescentes e renovadas por novas necessidades/desejos/vontades, nesse caso relacionadas ao corpo.

Os estudantes que responderam “sim, existe um corpo perfeito” foram questionados se existe limite para a busca dele. Os resultados foram apresentados para os estudantes do grupo focal que teceram algumas reflexões sobre as respostas dos estudantes presentes no questionário *survey* sobre esse tema. Nesse sentido, iremos organizar a análise da seguinte maneira: primeiro, apresentaremos algumas repostas dos estudantes presentes no questionário *survey*, para, no segundo momento, apresentar as considerações e reflexões dos estudantes do grupo focal.

Os discursos dos estudantes sobre ter ou não limite para a busca pela boa forma se situam, sobretudo, no campo do excesso, como vício ou obsessão:

Às vezes, quando nos preocupamos e buscamos excessivamente um corpo perfeito através de intervenções cirúrgicas, por exemplo – J. M. (17 anos, aluna).

Acho que o limite seria quando a busca por ele se torna obsessão, causando mais danos ao corpo que benefícios – B.C. (16 anos, aluno).

A saúde – I.L. (16 anos, aluna).

Assim como no questionário *survey*, as reflexões dos estudantes do grupo focal se situaram no campo do excesso, que logo se transforma em obsessão e vício (BAUMAN, 2011), e se materializam em intervenções no corpo, dietas e exercícios físicos que, muitas vezes, deságuam em um processo de deterioração da saúde, como patologias relacionadas à alimentação, dentre elas a bulimia e a anorexia. Para as Estudantes 4 e 5, o que mais chama a atenção são os exageros cometidos em intervenções cirúrgicas, como as cirurgias plásticas. Segundo a Estudante 5: “A pessoa perde as suas características e parece que nasceu de novo como outra pessoa, você vai se transformando e perdendo sua identidade”. Pensando a partir da lógica do consumo, a busca por um corpo “perfeito” é um eterno jogo de tentativas e erros (BAUMAN, 2007a), como na fala da Estudante 6:

[...] é um círculo vicioso, quando você acha perfeito, aí aparece uma coisinha que você quer mudar e nisso acaba aparecendo um produto novo que diz que vai melhorar aquilo e você compra esse produto. Aí vai surgindo outro e outro e outro... porque o mercado é assim, quando ninguém quer mais comprar, surge um novo produto que diz que vai melhorar ainda mais, você vai comprando, vai comprando, vai comprando.

Nesse mesmo sentido, para a Estudante 3:

[...] você nunca está satisfeita com o que você tem e aí tem sempre alguém falando que você não pode estar satisfeita, que você não está certa do jeito que você está. Então é isso, é a mídia, são as pessoas, a gente tem uma cultura que é assim, que é sempre de criticar o que a gente tem, porque você não pode estar satisfeita com o que você é, você tem que estar sempre melhor, do que eles acham que seja o melhor.

Para Lima et al.:

Na lógica capitalista de consumo, há uma valorização exacerbada do corpo como objeto de prazer [...]. Por isso nessa lógica do prazer há uma ordem a ser cumprida: o corpo passou a ter caráter de objeto de consumo, e como tal, indústrias especializadas passaram a produzir produtos corporais - cosméticos, remédios para emagrecimento, aparelhos de ginástica, moda e intervenções cirúrgicas. Tudo para manter o corpo saudável, jovem e belo, apto a ser devorado simbolicamente como objeto de prazer no laço social capitalista (2013, p. 53).

Ainda segundo Lima et al. (2013), saímos de um período de satisfação administrada que pode ser compreendida dentro do que Bauman convencionou chamar de modernidade sólida (produtores) para um período de insatisfação administrada na modernidade líquida (consumidores). Na tentativa de se aproximarem do arquétipo do corpo magro e atlético e se afastarem do corpo real, aquele que sempre está fora de forma e que precisa ser retocado e modificado, muitos meninos e meninas são encorajados, por vezes, a buscarem nos produtos e serviços voltados para os cuidados com o corpo as “soluções para os seus problemas”.

Administrar a insatisfação das pessoas é característica importante da sociedade de consumidores, pois, para Bauman (2007a), a insatisfação permanente é o que move a sociedade de consumidores. É a partir da insatisfação que a engrenagem gira, surgindo a todo o momento novos produtos e serviços para cada tipo de necessidade/desejo/vontade. Segundo as repostas do questionário *survey*, como a fala do Estudante B.C. (16 anos): “Acho que o limite seria quando a busca por ele se torna obsessão, causando mais danos ao corpo que benefícios”, e as

falas do grupo focal, como a da Estudante 6: “[...] é um círculo vicioso, quando você acha perfeito, aí aparece uma coisinha que você quer mudar e nisso acaba aparecendo um produto novo que diz que vai melhorar aquilo e você compra esse produto. Aí vai surgindo outro e outro e outro...”.

Ou seja, nós sabemos que não deveríamos fazer, porque poderia prejudicar nossa saúde, no entanto acabamos fazendo, pois os processos de controle e normatização da sociedade de consumidores dizem que devemos fazer, como nos apontou Bauman (2010b) sobre os mandamentos da indústria da beleza, “pode ser feito!” e “você deve fazer!”. Dessa forma, você está sempre em estado de insatisfação, e, com isso, estabelecer um limite sobre até onde ir (por exemplo, o que é saudável ou não) pode ser uma tarefa difícil. Os casos de excessos, sobretudo, com relação a dietas, procedimentos estéticos e exercícios físicos, estão presentes na maioria das respostas e falas dos estudantes.

Ainda no bojo dessa discussão, pensando como a lógica consumista interpela os adolescentes sobre a busca por um corpo magro e atlético, resolvemos perguntar se os estudantes buscam se atualizar sobre os novos produtos lançados a cada dia para os cuidados com o corpo (Tabela 12).

Tabela 12 – Você busca se atualizar sobre os novos produtos lançados a cada dia para os cuidados com o corpo?

|     |     |
|-----|-----|
| Sim | 16% |
| Não | 84% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Oitenta e quatro por cento dos estudantes responderam que não sentem necessidade de buscar a todo momento novos produtos ou serviços voltados para os cuidados com o corpo, o que não quer dizer que não busquem; apenas não é uma tarefa diária. Talvez pareça que a pergunta feita tenha sido “mal formulada”, ajudando a inflacionar e dificultando o entendimento dos estudantes, pois, quando se destaca “a cada dia”, os estudantes certamente pensaram se tratar de uma busca diária e desenfreada por novidades relacionadas aos cuidados com o corpo, e, de certa maneira, foi essa a intenção. A pergunta foi pensada levando em consideração as questões colocadas por Bauman (2011) sobre a busca incessante pela boa forma/aptidão (*fitness*), que levam os sujeitos da sociedade de consumidores a



buscarem a cada dia, produtos e serviços que os ajudem a diminuir suas angústias, inseguranças e ansiedades geradas pelo descontentamento com o corpo, testando assim, sua teoria.

Nesse sentido, apenas 16% dos estudantes apontaram para um maior interesse em estar sempre atualizado com relação aos novos produtos e serviços relacionados aos cuidados com corpo, demonstrando uma preocupação maior com os cuidados que o cercam. Dessa maneira, o resultado mantém certa coerência com o percentual baixo dos estudantes que não gostam de seus corpos (Tabela 8), e que buscam nos produtos e serviços oferecidos no mercado, as “soluções” para os problemas que lhe afligem, pelo menos até que outros apareçam e a busca por novas “soluções” recomece.

Da mesma maneira, o resultado da Tabela 12 também é coerente quando comparado aos dados da Tabela 11 sobre a existência de um tipo ideal de corpo, em que 78,7% dos estudantes responderam não haver corpo perfeito. As respostas dos estudantes apenas reforçam o argumento de Bauman sobre a busca pelo corpo perfeito. Se ele não existe, é porque está a todo o momento sendo remodelado e reajustado – como uma argila nas mãos de um artista –, no sentido de gerar naquele que o persegue novas necessidades/desejos/vontades, ou seja, a corrida nunca acaba, portanto é sempre necessário estar atento e flexível, pois só assim você poderá continuar na corrida (BAUMAN, 2001).

Para 16% dos estudantes que responderam buscarem por novos produtos e serviços, a internet foi apresentada como o principal meio de comunicação utilizado, seguida pela TV e as principais mídias impressas, como jornais, revistas, livros e outros meios de comunicação não especificados pelos estudantes, como podemos observar na Tabela 13.

**Tabela 13 – Se sim, quais são os meios que você utiliza para obter tais informações?**

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| Internet                   | 100%  |
| Tv                         | 41,7% |
| Jornais, revistas e livros | 8,3%  |
| Outro                      | 8,3%  |

Fonte: Dados da pesquisa<sup>39</sup>.

<sup>39</sup> Os estudantes podiam indicar mais de uma opção.

A partir desses resultados e fazendo uma reflexão sobre a atual geração formada pelos adolescentes brasileiros e do estudo, não é de assustar que a internet lidere essa lista. Os adolescentes atualmente são conhecidos por formarem a Geração Z ou iGeneration, a geração dos nativos digitais. A Geração Z caracteriza-se pela grande familiaridade com os equipamentos eletrônicos e a Web, por meio de seus computadores, tablets e smartphones. Assim, os adolescentes estão sempre conectados e atentos a tudo que acontece no mundo de forma instantânea, rápida e de fácil acesso. Mas, por outro lado, sabemos que a rapidez e a facilidade podem ter um preço: as informações apresentadas na Web nem sempre são apuradas e verificadas pelos adolescentes. Se fizermos novamente uma pesquisa simples no Google, como aquela mostrada no Capítulo 1, veremos o quanto é abundante o conteúdo que trata das questões relacionadas ao corpo, sobretudo aos cuidados relacionados a ele. São diferentes sites e blogs sobre saúde, beleza, estética, nutrição e exercícios físicos.

A internet é uma rede profícua para assuntos relacionados ao corpo, tanto que é território de disputa pelos “*Conselheiros Modernos*” (GOMES, 2008), como os profissionais de Educação Física, Nutrição, Medicina, e pessoas ligadas de alguma maneira ao mundo *fitness*, como artistas e “celebridades” do *show business* brasileiro. Nesse último caso, muitas das informações veiculadas e apresentadas são escritas por pessoas sem formação ou conhecimento especializado, como nos mostra Nina Vieira, do site Cronista Amadora, no texto “Explica, Pugli”. Nina critica o fato de a blogueira Gabriela Pugliese não ter formação na área da saúde e dar dicas de dietas e exercícios físicos: “todos os dias uma nova dieta, um novo método ‘sensacional’ para perder a barriga e um novo e maçante programa de exercícios para ‘se dar bem’ no verão”.

Como apresentado acima, o adolescente é hiperconectado, tem acesso a uma grande variedade de conteúdo e informação, ficando difícil, às vezes, filtrar o que se lê, se faz e o que posteriormente se divulga. Nesse sentido, é necessário compreendermos como os adolescentes veem o papel das mídias nas diferentes questões que envolvem o corpo. Assim, os estudantes foram questionados sobre a influência da mídia no que tange suas decisões de consumo (Tabela 14).

Para 78,7% dos pesquisados, a mídia cria estratégias que visam guiar a escolha dos sujeitos para determinados produtos e serviços, principalmente aqueles voltados para os cuidados com o corpo. A produção e veiculação das estratégias de

marketing relacionadas ao corpo estão concentradas nos maiores meios de comunicação de massa, como a internet e TV, justamente os dois mais acessados por 16% dos estudantes (Tabela 12) quando o assunto é busca por informações, novos produtos e serviços relacionados aos cuidados com corpo (Tabela 13). Já 21,3% dos entrevistados acreditam que a mídia não possui o poder de influenciar ou guiar os sujeitos no momento de se consumir algo, especialmente produtos e serviços voltados para os cuidados com o corpo.

Tabela 14 – Você acha que a mídia (programas, comerciais, sites e blogs sobre saúde, estética, dieta e estilos de vida saudável) influencia em suas decisões de consumo?

|     |       |
|-----|-------|
| Sim | 78,7% |
| Não | 21,3% |

Fonte: Dados da pesquisa.

No decorrer do trabalho, apresentamos diversos estudos cuja temática situa-se no campo das questões que envolvem o corpo e sua relação com as diferentes mídias de massa na sociedade contemporânea ou de consumidores. Segundo os estudos, a mídia assume importante papel na construção da identidade do adolescente, a partir de um processo chamado por Goellner e Figueira (2002) de pedagogia cultural. De acordo com as autoras, as mídias, por meio de diferentes estratégias, exercem sobre os adolescentes um grande poder, no sentido de educá-los no que diz respeito à construção de um corpo jovem, moderno e saudável. Para Souza et al.:

Os veículos de comunicação de massa influenciam comportamentos sociais, modelando a forma como as pessoas se relacionam, como aprendem, compram, votam, procuram e utilizam serviços de saúde, fazem sexo e cuidam do corpo. Enquanto dispositivo de poder a serviço de uma comunicação baseada em fórmulas de mercado, a mídia atualiza constantemente as práticas coercitivas que atuam explicitamente sobre a materialidade do corpo e parece construir uma identidade corporal midiaticizada pela divulgação e capitalização do chamado “culto ao corpo”. A influência da mídia na construção do corpo ideal ganhou força e ampliou a paixão pela moda, expandiu o consumo de produtos que garantem um corpo belo e tornou a aparência física uma dimensão essencial da identidade feminina e masculina (acréscimo nosso), inaugurando um novo momento na história da beleza. O corpo deixa então de ser pensado na sua complexidade e subjetividade e passa a ser objeto de consumo, que gera mais consumo (2013, p. 63).

Tanto Goellner e Figueira (2002) quanto Souza et al. (2013) apresentam questões muito próximas da teoria baumaniana sobre o papel do corpo na sociedade de consumidores, pois ele, o corpo, assume papel central na construção da identidade dos sujeitos (BAUMAN, 2011). Essa identidade, em muitos casos, é forjada a partir de modelos de corpos irrealis, produzidos e transformados a partir das demandas do mercado. Nesse sentido, pedimos para que os estudantes justificassem suas repostas sobre a influência da mídia em suas decisões de consumo. Assim como os autores e os diferentes estudos apresentados, os estudantes acreditam que as diferentes mídias exercem poder sobre as decisões de consumo dos adolescentes, bem como a construção de “corpos ideais” que servem apenas como vetor que gera insatisfação, insegurança e ansiedade nos sujeitos que vivem na sociedade de consumidores. A seguir, apresentaremos algumas das falas dos estudantes presentes no questionário *survey*.

Desde muito tempo, a mídia nos diz, indiretamente, como devemos nos comportar, como devemos nos vestir, o que consumir, entre outros. E a aparência física é uma delas. De tempos em tempos, o modelo de "corpo ideal" vem sendo moldado de acordo com os padrões culturais e a mídia se adequa a esses padrões. O poder de influência dos meios de comunicação molda a sociedade que vivemos hoje, positivamente e negativamente. Depende apenas do indivíduo ser capaz de discernir o que é prejudicial a ele ou não, sempre sendo moderado – M.S. (18 anos, aluno).

Com certeza, a mídia cria um padrão que você se sente até mal em não segui-lo, um sentimento de exclusão – J. M. (17 anos, aluna).

Influencia, pois vemos pessoas famosas consumindo tal produto e logo queremos comprar para testar, só porque famosos supostamente também consumem – M.G. (16 anos, aluna).

A maioria das pessoas é muito levada pelo o que a mídia diz. Aquilo que aparece na televisão, na Internet, é ouvido no rádio, lido em blogs não é questionado pela maioria das pessoas, pois acreditam que aquelas pessoas que se põem a “pegar o microfone” são detentoras de toda a verdade e seguem cada instrução delas às cegas. Um simples ato de assistir um filme em que um personagem toma certo produto para melhorar o físico em determinado momento do filme e você o vê com um físico bonito já lhe dá a ideia de comprar aquele produto para você “adquirir” o mesmo físico que aquele personagem/ator – G.P. (15 anos, aluno).

Não tem como não influenciar. Somos de uma geração que já nasceu vendo televisão ou usando celular. Somos de uma geração que tem a difícil tarefa de filtrar tudo que consumimos pela mídia; se aquela informação é verdadeira, se tem algum interesse político escondido, se realmente tem aquele resultado, se faz bem, se está prejudicando outros etc. Apesar de nós, estudantes do CPII, termos a consciência da necessidade dessa filtragem, procurarmos ao máximo não cair nessa cadeia de produção de consumidores, ainda somos influenciados de alguma forma – L.S. (18 anos, aluna).

Eles te incentivam a acreditar em um padrão de beleza criado por eles mesmos com o intuito de nos fazer adquirir os seus produtos para que eles fiquem cada vez mais ricos e que nós fiquemos cada vez mais à procura do "corpo perfeito" – I.L. (16 anos, aluna).

É óbvio que a mídia possui forte influência em qualquer esfera de nossas vidas, principalmente se tivermos vínculos diretos a ela – TV, rádio, Internet, etc. Essa consegue criar a sensação de vazio que somente pode ser saciado com produtos, dando início, assim, ao consumismo desnecessário e irracional. Vivemos em uma sociedade capitalista que se mantém pela exploração e resultando na acumulação de bens para quem já possuem. E a mídia tem um papel fundamental nesse sistema, pois os meios de comunicação são as formas mais próximas e fáceis de chegar na população – S.C. (17 anos, aluna).

A partir das falas dos estudantes, podemos chegar a duas conclusões. A primeira: os estudantes entendem e sabem que existe uma força e um poder presente em diferentes estratégias midiáticas que tentam guiar nossas vidas e influenciar nossas escolhas. A segunda: os estudantes também sabem que, mesmo com uma formação voltada para o questionamento e reflexão, como a do CPII, sobre as questões que cercam a indústria do consumo, sobretudo a do corpo, nenhum de nós estamos imunes às pressões exercidas pela indústria da beleza. Tendo essas duas conclusões como base, apresentaremos a seguir as poucas falas dos estudantes que responderam que a mídia não influencia em suas decisões de consumo.

Eu quase não assisto propagandas, e quando assisto, em sua maioria, eu não acredito na qualidade do produto ou creio que não vá ter realmente algum efeito relevante – C.B (17 anos, aluna).

Não assisto a este tipo de programa – L.R. (18 anos, aluno).

Porque não – L. M. (15 anos, aluna).

Porque eu não presto atenção – G.T. (17 anos, aluno).

Não, pois, por mais que a mídia influencie as pessoas com técnicas de marketing, tenho um grande conhecimento sobre alienação das mídias nas minhas aulas de sociologia e por isso não sou mais alienada. Porém, muitas pessoas não têm conhecimentos básicos sobre esses assuntos – A. N. (17 anos, aluna).

Não estou ligada à mídia – M.G.C. (16 anos, aluna).

As falas dos estudantes não são muito reveladoras, se comparadas às falas dos que entendem que a mídia tem algum tipo de influência em suas decisões de consumo. Parece ter havido algum problema no entendimento sobre o cerne da questão por parte de alguns estudantes, porque a visão de mídia se reduz apenas a

propagandas e comerciais. Para tanto, existem apenas duas falas que nos ajudam a refletir sobre a questão, e elas se situam no campo da formação do estudante no CPII. As falas estão ancoradas no processo de reflexão, porque, para os estudantes, é necessário estabelecer um filtro sobre as informações emitidas pela mídia, o que nos leva à segunda conclusão apresentada acima, pois, mesmo entendendo que há necessidade de filtrar as informações, acabamos nos influenciando, segundo 78,7% dos estudantes, pela maneira sutil como as relações entre mídia, cultura e adolescente são construídas e estabelecidas.

O eixo-tema “Corpo e consumo” revelou-nos algumas questões interessantes sobre a relação dos estudantes com o corpo no contexto da sociedade de consumidores e que merecem aqui ser destacadas. O resultado que marcou o início das análises apontou para outra direção, se comparado às demais pesquisas relacionadas a níveis de satisfação e insatisfação corporal em adolescentes estudadas nessa dissertação. Segundo nosso estudo, 73% dos estudantes revelaram que gostam de seus corpos, no entanto, como anunciado por nós anteriormente, e a partir da ambivalência das falas dos estudantes que se seguiram ao longo do eixo, parece-nos que gostar do corpo não é o mesmo que estar satisfeito com ele, pois quase 1/3 dos estudantes que responderam que gostam de seus corpos disseram-se infelizes, insatisfeitos(as) ou inseguros(as) com relação ao que vê no espelho, o que reforça a tese apresentada acima.

Nosso estudo também confirmou a tendência de uma maior insatisfação corporal nas meninas quando comparadas aos meninos, e isso se deve a maior regulação social que o corpo feminino sofre quando o assunto são os cuidados com corpo no contemporâneo. Além disso, quando questionados se existe um modelo de corpo perfeito, os estudantes foram taxativos em dizer que não existe um corpo perfeito, mas, ao mesmo tempo, quando questionados sobre o que seria um corpo belo, o padrão que se viu foi o de um corpo magro e atlético, aquele presente no imaginário social e veiculado pelos diferentes meios de comunicação.

Ainda sobre o corpo perfeito, os estudantes responderam que há limite para sua busca, sobretudo quando praticados em excesso, causando problemas à saúde e perda da identidade corporal dos adolescentes. Por fim, os estudantes acreditam que os meios de comunicação influenciam e/ou potencializam o processo de insatisfação corporal dos adolescentes. Também foi apontado que as diferentes mídias acabam guiando suas escolhas e decisões de consumo.

Quanto ao papel do Colégio Pedro II nas questões que envolvem o corpo, foi verificado que, mesmo estando em um ambiente muitíssimo diversificado, no que tange às questões sociais, políticas, econômicas, culturais e pedagógicas, com diferentes espaços de reflexão e produção do conhecimento que ajudam os adolescentes a compreenderem o corpo a partir da diferença, os estudantes do CPPI não estão imunes aos discursos produzidos e veiculados sobre o corpo pelos diferentes meios de comunicação, reforçando a tese *baumaniana* da insatisfação com o corpo ser uma condição da sociedade dos consumidores.

### 3.2 EIXO-TEMA 2: INTERVENÇÕES NO CORPO

Após apresentarmos a relação que os estudantes estabelecem com corpo a partir das dimensões sociais, políticas, econômicas e culturais e o papel da mídia no processo de construção das identidades adolescentes no eixo-tema 1, passaremos a apresentar e analisar neste eixo-tema como os estudantes participantes da pesquisa se relacionam com os procedimentos estéticos e/ou cirúrgicos voltados para os cuidados com o corpo, destacando quais os principais motivos que os levam/levariam a se submeterem a tais práticas, bem como os procedimentos utilizados para aqueles que já fizeram algum tipo de intervenção ou, para os que ainda não realizaram nenhum procedimento e possuem vontade, quais seriam seus anseios.

Sabemos que hoje existe uma enorme rede de produtos e serviços voltados para as intervenções no corpo, como procedimentos estéticos, que vão desde massagem modeladora, passando por aplicação de toxina botulínica a procedimentos cirúrgicos, como próteses de silicone e cirurgias para a redução de estômago. Conforme vimos durante todo o trabalho, a sociedade de consumidores trabalha arduamente para que esses produtos e serviços tenham sempre demanda. Para isso, utilizam as mais diferentes estratégias de marketing, sempre com a intenção de gerar novas necessidades/desejos/vontades nos consumidores (BAUMAN, 2007a). E isso só é possível porque a sociedade de consumidores administra a insatisfação (LIMA et al., 2013). Portanto, a fim de que haja demanda para os produtos e serviços voltados para os cuidados ao corpo, é necessário que tenhamos pessoas em constante processo de insatisfação, insegurança, medo e ansiedade em relação a seus corpos, estando sempre dispostas a investir tempo e

dinheiro na busca por um corpo “melhor” ou “escultural”, como apresentado pela Estudante M.G. (16 anos).

Após serem perguntados se já realizaram ou não algum tipo de intervenção no corpo (Tabela 15), os estudantes que já fizeram alguma intervenção foram questionados sobre o tipo (Tabela 16) e os motivos que os levaram a se submeterem a tais procedimentos (Tabela 17).

Tabela 15 – Você já realizou intervenções no corpo para manter, melhorar, modificar a forma corporal?

|     |     |
|-----|-----|
| Sim | 16% |
| Não | 84% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 16 – Que tipo de intervenção? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre intervenções no corpo)

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| <i>Piercing</i>                 | 61,5% |
| Tatuagem                        | 15,4% |
| Outro                           | 15,4% |
| Cirurgia plástica               | 7,7%  |
| Lipoaspiração                   | 0%    |
| Rinoplastia                     | 0%    |
| Abdominoplastia                 | 0%    |
| Massagens (redução de medidas)  | 0%    |
| Botox                           | 0%    |
| Cirurgia Bariátrica             | 0%    |
| Cirurgia de redução de estômago | 0%    |

Fonte: Dados da pesquisa.

Para Dadalte et al. (2013), não se conhece ainda uma cultura em que o povo não tenha se enfeitado e modificado o corpo de diversas maneiras e por diferentes razões. De acordo com os autores, enfeitar ou modificar o corpo está intimamente ligado à identidade social, seja individual ou coletiva. Os autores entendem identidade como “a permanente construção de uma consciência do eu a partir das relações desse com o outro” (DADALTE et al., 2013, p. 42). Portanto, a busca por identidades é um processo contínuo e, por vezes, cercado por insegurança, medo e ansiedade. Em tempos de modernidade líquida, em que a vida é dinâmica, veloz,



marcada pela transitoriedade e imprevisibilidade (BAUMAN, 2001), o processo de construção das identidades, sobretudo dos adolescentes, pode ser longo e, muitas vezes, doloroso. Buscar uma identidade na sociedade líquida de consumidores pode estar ligado à tentativa de se sentir seguro e livre de qualquer instabilidade, insegurança e medo como em outrora se foi em tempos de modernidade sólida. Para Bauman,

Lutamos para negar, ou pelo menos encobrir, a terrível fluidez logo abaixo do fino envoltório da forma; tentamos desviar os olhos de vistas que eles não podem penetrar ou absorver. Mas as identidades, que não tornam o fluxo mais lento e muito menos as detêm, são mais parecidas com crostas que vez por outra endurecem sobre a lava vulcânica e que se fundem e dissolvem novamente antes de ter tempo de esfriar e fixar-se (2001, p. 97).

Dentro desse contexto, em que a busca das identidades está, muitas vezes, ligada à capacidade de ir às compras no supermercado de identidades, procedimentos estéticos, como o *piercing*, tatuagem e a cirurgia plástica, se tornam cada vez mais comuns na vida do adolescente brasileiro, como nos mostra o estudo de Ferreira (2009). Porém, em nosso estudo, o número de adolescentes que nunca fizeram uma intervenção no corpo é de 84%, número alto se comparado aos estudos de Ferreira (2009) e Dadalte et al. (2013).

Se pensarmos nas respostas dos estudantes sobre gostar (73%) ou não (27%) do corpo (Tabela 8) ou se existe (21,3%) ou não (78,7%) um modelo de corpo “perfeito” (Tabela 11), os números corroboram e potencializam os anteriores, pois a tendência dos adolescentes que gostam de seus corpos seria a de não procurarem serviços e procedimentos para “retocarem” o corpo.

Agora, se compararmos esses mesmos números com os resultados sobre a pergunta relacionada à influência da mídia nas decisões de consumo dos adolescentes (Tabela 14), em que 78,3% disseram que há influência, bem como nas justificativas apresentadas pelos estudantes, os números de nossa pesquisa não fazem muito sentido, porque, se a mídia, com seus corpos magros, atléticos e por vezes com tatuagens e *piercings* – construídos a partir de serviços e procedimentos estéticos e/ou cirúrgicos voltados para os cuidados com o corpo –, que, muitas vezes, são fontes de inspiração para os adolescentes quando o assunto é a busca por serviços e procedimentos para remodelarem seus corpos, seria natural ter mais adolescentes realizando procedimentos de intervenções no corpo, diferentemente do que foi apresentado na Tabela 15, demonstrando, mais uma vez, como as

informações podem ser conflitantes. Dessa forma, cabe aqui perguntarmos: quais são os motivos que levam os adolescentes a se submeterem a tais procedimentos (Tabela 17)?

Tabela 17 – Qual é o principal motivo para realizar essa intervenção? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre intervenções no corpo)

|                                     |       |
|-------------------------------------|-------|
| Melhorar/manter a estética corporal | 72,7% |
| Outro                               | 18,2% |
| Para evitar doenças                 | 9,1%  |
| Para conservar a forma              | 0%    |
| Para recuperar a forma              | 0%    |
| Para recuperar/manter a saúde       | 0%    |
| Para sentir-se com maior disposição | 0%    |

Fonte: Dados da pesquisa.

Para Ferreira (2009), a estética e a visualidade têm sido recorrentemente reconhecidas por diferentes investigadores como elementos significativos na forma como os adolescentes constroem suas identidades pessoais e culturais. Segundo o autor, o estilo é, ainda hoje, parte importante na caracterização e distinção dos diferentes grupos, servindo para enquadrar os sujeitos adolescentes nas diversas categorias simbólicas que compõem o mundo jovem na modernidade líquida. Essas marcas corporais são entendidas por Ferreira como

Práticas ornamentais do corpo que têm a particularidade de, literalmente, o encarnarem e de, deliberada e indelevelmente, marcarem a sua superfície, com recurso a um complexo e diversificado conjunto de objetos materiais e de técnicas de aplicação [...] sendo as mais recorrentes, atualmente, no mundo ocidental as que se socorrem de formas mais moderadas de perfuração epidérmica, como a tatuagem e o body piercing (2009, p. 33).

Considerando o que Bauman (2001) e Ferreira (2009) nos apresentaram, podemos compreender o movimento de intervenção no corpo por meio de adornos, como *piercings* (61,5%) e tatuagens (15,4%), com o objetivo de melhorar/manter a estética corporal (72,7%), a partir de duas perspectivas, que não necessariamente estão desarticuladas: a primeira seria a leitura que aponta na direção do consumo, ou seja, os adolescentes as fizeram mais por uma apropriação consumista (supermercado identidades), que está ligada a uma exploração mais volátil e superficial das marcas corporais como acessório de moda Bauman (2001); já a

segunda está vinculada a formas não massificadas e padronizadas de exploração do corpo, que está mais ligada a questões de pertencimento, principalmente grupal Ferreira (2009). Acho que faltam subsídios, sobretudo qualitativos, para afirmar que os adolescentes, por exemplo, fazem essas intervenções a partir apenas pela lógica do consumo, e não por questões de pertencimento. Por isso, apoiados no entendimento de Bauman (2001) e Ferreira (2009), compreendemos que as duas perspectivas se articular e caminham juntas, quando o assunto é a busca por identidades na sociedade de consumidores.

Ainda dentro desse contexto, os estudantes que inicialmente responderam que não haviam feito qualquer tipo de intervenção no corpo foram questionados sobre a possibilidade e desejo em fazer algum tipo de procedimento estético e/ou cirúrgico, bem como qual seria e por qual motivo. Dos 84% dos estudantes que responderam que não haviam feito algum tipo de intervenção no corpo, 52,2% se disseram interessados em fazer algum procedimento, enquanto que 47,8% responderam que não há interesse algum em se expor a algum tipo de procedimento estético, seja ele cirúrgico ou não (Tabela 18).

Tabela 18 – Gostaria de realizar intervenção no corpo para manter, melhorar, modificar a forma corporal? (Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta sobre intervenções no corpo)

|     |       |
|-----|-------|
| Sim | 52,2% |
| Não | 47,8% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao apresentarmos esses dados no grupo focal, os estudantes ficaram surpresos com o “baixo” número de adolescentes interessados em fazer algum tipo de intervenção estética, mas, ao mesmo, tempo fizeram uma ressalva na tentativa de compreender o resultado, como argumentou o Estudante 2:

Eu acho que até 50% é bem pouco, mas é uma parte pequena se comparada com a população do Rio de Janeiro. As pessoas aqui já se conhecem há muito tempo, já se aceitaram, têm um convívio melhor, mas as pessoas lá fora do Colégio não têm essa aceitação, elas acabam criando também essas necessidades.

Mais uma vez, a dinâmica e diversidade social, política, econômica e cultural, bem como os espaços de interação e produção do conhecimento aos quais os

estudantes têm acesso, indicam-nos que o CPII tem ajudado os adolescentes a refletirem sobre as questões que envolvem o corpo na sociedade consumidores, principalmente no processo de aceitação do próprio corpo, como no relato sobre alisamento dos cabelos das Estudantes 5 e 3:

Meu tio tem uma empresa de cosméticos e a maior parte das linhas dele são para alisar cabelo. E aí eu já alisei uma vez por pressão da família, porque eu também não gostava de como era... em vez de me ensinarem a gostar do que eu tinha, falavam “não, alisa que vai ficar tudo bem” (Estudante 5).

Da mesma maneira, a Estudante 3, que também possui o cabelo cacheado, relata que desde os doze anos alisava o cabelo e, há pouco tempo, agora com 19 anos, resolveu deixar o cabelo natural. Segundo a estudante: “Foi uma das piores fases da minha vida, porque todo mundo dizia: ‘não, você não pode fazer isso (deixar natural)’”. Para as estudantes, o processo de aceitação do corpo foi lento e doloroso, mas reforçaram o papel do CPII em seu processo de aceitação “Quem é que tem o Pedro II na vida? São pouquíssimas pessoas. O resto vai ser, tipo, pressionada para alisar o cabelo e vai alisar. E aí eu fico triste e eu queria passar isso para as pessoas, mas é muito difícil passar isso para as elas” (Estudante 3).

Quando questionados sobre o tipo intervenção, os estudantes listaram os seguintes procedimentos: tatuagem (27,8%) e *piercing* (22,2%) foram os mais citados, seguidos de massagens para redução de medidas (13,9%), rinoplastia (11,1%), cirurgia plástica (8,3%), lipoaspiração (2,8%) e outros (13,9%) que não foram citados pelos estudantes na Tabela 19. O resultado, quando comparado com as respostas dos estudantes que já passaram por algum procedimento (Tabela 16), está mais amplo, tendo em vista que procedimentos que antes não apareceram, agora figuraram no campo das necessidades/desejos/vontades dos estudantes.

A relação com esses procedimentos evidencia maior preocupação com as medidas e linhas corporais, pois as massagens para redução de medidas e lipoaspiração possuem relação direta com os desejos de diminuir a barriga, eliminar celulites e gorduras localizadas. Já as cirurgias plásticas e rinoplastia estão associadas ao redesenho das linhas corporais, como o aumento ou diminuição dos seios e mudanças no tamanho e na forma do nariz. Mais uma vez, o resultado evidencia a tensão existente entre gostar do corpo e estar satisfeito com ele. O percentual de 52,2%, se comparado ao dos estudantes que responderam gostar de

seus corpos (73% – Tabela 8), é muito alto. Ou seja, mais da metade faria algum tipo de procedimento estético e/ou cirúrgico em seu corpo. Os motivos saberemos mais adiante.

Tabela 19 – Que tipo de intervenção? (Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta sobre intervenções no corpo)

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| Tatuagem                        | 27,8% |
| <i>Piercing</i>                 | 22,2% |
| Massagens (Redução de Medidas)  | 13,9% |
| Outro                           | 13,9% |
| Rinoplastia                     | 11,1% |
| Cirurgia Plástica               | 8,3%  |
| Lipoaspiração                   | 2,8%  |
| Abdominoplastia                 | 0%    |
| Botox                           | 0%    |
| Cirurgia Bariátrica             | 0%    |
| Cirurgia de Redução de Estômago | 0%    |

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme discutimos anteriormente, a tatuagem e *piercing* são apresentadas a partir de duas perspectivas pelos estudantes do grupo focal: uma em relação ao modismo, que está mais ligada à cultura do consumo apresentada por Bauman (2001 e 2008a), e a outra está relacionada à tentativa do estudante se incluir em um determinado grupo, que está mais próximo ao que Ferreira (2009) apresentou anteriormente. Segundo a Estudante 7: “Eu provavelmente fui uma das pessoas que colocou que gostaria de fazer uma alteração, porque eu tenho vontade de fazer tatuagem e colocar *piercing* [...] mas não é porque tipo ‘ah, eu me sinto mal com meu corpo’. Eu acho que não deixa de ser um modismo, você faz dezoito anos e agora quer fazer uma tatuagem”. Já para as Estudantes 3 e 6, tatuagens e *piercings* estão mais relacionados a questões ligadas à identidade do adolescente e na maneira como ele se relaciona com seu grupo, como na fala da Estudante 3: “É porque eu acho que é aquilo, a pessoa quer se sentir incluída em um determinado grupo. E aí ela vê que todo mundo tem tatuagem: ‘ah, vou fazer uma tatuagem’”.

O que chama atenção e corrobora com os dizeres dos estudantes quando perguntados no eixo-tema 1 sobre o que não gostam em seu corpo são as massagens para a redução de medidas (13,9%) e a lipoaspiração (2,8%), pois os

adolescentes apontaram, muitas vezes, o problema em estar acima do peso como desencadeador da insatisfação corporal.

“Nos últimos anos, a valorização da beleza corporal nas culturas ocidentais tem contribuído para a compreensão da magreza como expressão verdadeira de saúde e produtividade” (TEIXEIRA et al., 2012, p. 590). Enquanto isso, o corpo gordo e obeso representa preguiça, desleixo, falta de produtividade e cuidados com a saúde. Esse discurso está presente em algumas falas dos estudantes sobre o corpo feio: é um corpo “Gordo” (B.C.A., 17 anos, aluna), um corpo “Gordo e flácido” (H. C., 17 anos, aluna) e, para a Estudante S.B. (17 anos, aluna), um corpo com “Barriga grande e a pele flácida”.

Quando perguntadas sobre o que é um corpo belo, o discurso do corpo magro e atlético, associado à beleza e ao sucesso apresentado pela mídia, aparece: o corpo belo é “Magro” (B.C.A., 17 anos, aluna), “Sem barriga e com as curvas definidas” (S.B., 17 anos, aluna), ou seja, os padrões estão bem definidos, bem como a ojeriza a gordura e a flacidez da pele (BAUMAN, 2007a). Ao se consolidar essa representação de corpo na sociedade de consumidores, abre-se espaço, segundo Teixeira et al. (2012), para a formação de sujeitos lipofóbicos. O sujeito lipofóbico situa-se entre a sedução das aparências e os exageros da ditadura da beleza, considerando o corpo magro e atlético como via para conquistar o sucesso e atender às diferentes demandas e expectativas sociais nos corpos depositadas.

Ao discutirmos a temática do peso corporal e seus impactos na vida dos adolescentes no grupo focal, chamou a atenção o relato da Estudante 5 sobre seus dias de bailarina:

Eu comecei a fazer balé desde os quatro anos. Então, a solista principal, as meninas que ficam na frente, as melhores bailarinas são sempre magras, altas, com as pernas longas. Aí chega perto do período de apresentação de final de ano e aí a professora fala “olha, gente...”. Tipo, sei lá, a gente com oito anos e ela fala “agora, vocês não podem mais comer nada, não podem comer Traquinas, bolo, nada disso, é só maçã”. Aquela pressão da professora desde pequena eu nunca questioneei, porque eu falei: “lógico, senão eu não vou caber no figurino e eu tenho que me cuidar para ficar assim”. Então, acho que, por conta do ambiente, eu sempre tive essa coisa na minha cabeça de que tenho que emagrecer e tenho que fazer exercícios para que eu fique com a perna mais dura e essas coisas todas nesse sentido. Tipo, eu acabo sendo superficial nesse ponto porque eu vou indo por esse padrão estético que eu fico “poxa, eu podia ser assim, ia ser legal, ia ser melhor, eu ia gostar mais”.

O relato é bem esclarecedor e nos mostra como a imposição dos estereótipos de corpo belo, magro e atlético construídos pela indústria da beleza e veiculados pela mídia iniciam-se ainda na infância, principalmente entre as meninas, reforçando o argumento sobre as adolescentes do sexo feminino sofrerem maior regulação no que tange ao corpo que os adolescentes do sexo masculino. As pressões veem de todos os lados: sociedade, meios de comunicação, família, grupo de amigos etc.

Continuando no bojo dessa questão, perguntamos aos estudantes por qual/quais motivo/s eles acessariam esses procedimentos estéticos. O resultado foi muito significativo e semelhante com o dos adolescentes que responderam já ter feito algum tipo de procedimento, pois 80,6% dos 52,2% que disseram que gostariam de fazer algum procedimento estético responderam que o fariam para melhorar/manter a estética corporal, seguidos por 3,2%, que disseram que fariam para recuperar/manter a saúde e sentir-se com maior disposição, conforme indicado na Tabela 20.

Tabela 20 – Qual é o principal motivo pelo qual gostaria de realizar essa intervenção?  
(Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta sobre intervenções no corpo)

|                                     |       |
|-------------------------------------|-------|
| Melhorar/manter a estética corporal | 80,6% |
| Para recuperar/manter a saúde       | 3,2%  |
| Para sentir-se com maior disposição | 3,2%  |
| Outro                               | 2,9%  |
| Para conservar a forma              | 0%    |
| Para manter a forma                 | 0%    |

Fonte: Dados da pesquisa.

Diante desses dados, como podemos interpretar mais uma vez a participação do CPII na formação dos estudantes no que tange às questões relacionadas ao corpo? Os dados mostram-nos que, mesmo frequentando um ambiente pautado pela diversidade e pluralidade, seja social, política, econômica e cultural, e tendo acesso a diferentes espaços de reflexão e construção coletiva sobre temas que perpassam as questões relacionadas ao corpo, os estudantes do CPII não estão imunes às investidas da sociedade de consumidores quando o assunto é a satisfação ou insatisfação corporal. A relação dos adolescentes e estudantes do CPII com o corpo é ambivalente e, por vezes, confusa, mas, segundo Bauman (1999), essa é uma condição permanente da sociedade líquida moderna, assim

como a relação com o corpo é individual e subjetiva, pois, na sociedade de consumidores os adolescentes (*acréscimo nosso*), são incitados a estarem em permanente estado de adequação, e isso vale para os cuidados com o corpo (BAUMAN, 2011).

Ainda na esteira dessa discussão, de acordo com a Estudante 5, as pessoas não estão medindo muitos esforços para “atingir” o objetivo: “Ah, já que aqui é mais fácil, eu posso ir por esse método, porque eu vou pelo caminho mais longo, vou logo por aqui, que em menos tempo eu consigo o que eu quero”, o que se procura, de acordo com Bauman (2008b, p. 194), “é o pouco esforço e um atalho para a satisfação dos desejos”.

Os resultados da Tabela 20 corroboram a fala das Estudantes 5 e 7, bem como Bauman (2001, 2008b e 2011), que indicam que os comportamentos relacionados à estética corporal, principalmente aqueles voltados para as intervenções no corpo na sociedade de consumidores, estão relacionados diretamente à cultura consumista. A fala da Estudante 5 expõe uma importante característica da cultura consumista: o aqui e agora. As necessidades/desejos/vontades não podem ser procrastinadas como na sociedade de produtores. Segundo Bauman (2008a), a síndrome cultural consumista consiste, acima de tudo, na negação enfática da virtude da procrastinação e da possível vantagem de se retardar a “satisfação”. Ainda de acordo com Bauman (2008a), “a síndrome consumista” envolve velocidade, uma vez que o tempo que separa o desejo de sua realização foi drasticamente reduzido, pois, se eu quero emagrecer, por que vou insistir em um processo que poderá durar dias, meses ou anos, se posso, simplesmente, fazer uma lipoaspiração ou uma cirurgia de redução de estômago?

A partir da fala da Estudante 5 e do que Bauman (2008a) nos apresentou sobre a cultura consumista, os discursos apresentados por 21,3% dos estudantes quando perguntados se existe(m) limite(s) quando o assunto é a busca pela boa forma parecem não fazer sentido, porque, na sociedade dos consumidores, quando o assunto é a realização dos desejos e vontades, o que impera não são os cuidados com a saúde, mas sim os motivos estéticos, como apontado pelas Tabelas 17 e 20.

O eixo-tema “Intervenções no Corpo” procurou explorar como os estudantes investem e cuidam do corpo quando o assunto são procedimentos estéticos e/ou cirúrgicos. A maioria dos estudantes nunca se submeteu a algum tipo de



procedimento estético e/ou cirúrgico, mas, quando perguntados se o fariam, 52,2% dos 84% que responderam que nunca fizeram disseram que se submeteriam e apontaram a tatuagem, *piercing*, massagens (redução de medidas), rinoplastia, cirurgias plásticas e lipoaspiração como possíveis necessidades/desejos/vontades a serem realizadas, com o propósito de melhorar/manter a estética corporal.

Isso tudo mostra certo descompasso quando pensamos no resultado da questão sobre gostar ou não do corpo, pois, dessa vez, quase 2/3 dos estudantes que responderam gostar de seus corpos (73%) querem, de alguma maneira, acessar práticas que visam o remodelamento do corpo e que nos leva a entender que o discurso desses adolescentes é, em alguns momentos, ambivalente e conflitante. Já os estudantes que se submeteram optaram pelo *piercing*, tatuagem e cirurgia plástica como formas para remodelarem a estética corporal, e os motivos estão relacionados a melhorar/manter a estética corporal, outros (não especificados) e evitar doenças.

Os resultados mostram que a estética corporal é uma preocupação presente na vida dos estudantes e que o corpo do adolescente é um importante vetor na construção das identidades jovens. Outro ponto que merece destaque e foi reforçado nesse eixo é a participação do CPII na formação dos estudantes no que tange aos assuntos relacionados ao corpo. Mais uma vez, o processo se mostra ambivalente, pois, apesar de oferecer uma formação ampla e reflexiva, uma parte dos estudantes, que agora me parece ser maior que a anterior, continua sujeita aos imperativos que ora regulam o corpo na sociedade de consumidores, reforçando, mais uma vez, a tese baumaniana sobre a insatisfação corporal ser uma condição da sociedade de consumidores, mesmo havendo, em nosso estudo, indícios de que um pequeno grupo resista às imposições das instituições que regulam o corpo na sociedade de consumidores.

### 3.3 EIXO-TEMA 3: CUIDADOS COM A ALIMENTAÇÃO

Assim como o corpo, a alimentação assume papel importante na sociedade de consumidores, pois a busca por um corpo magro e atlético, segundo Serra (2001), impõe uma alimentação leve, light e dita inteligente. Na construção e consolidação desses padrões de estética corporal e de alimentação, o discurso midiático assume função geradora de representações sociais e, pelo seu alcance, de

produtora de sentidos coletivos que interferem nas escolhas feitas pelos sujeitos (GOELLNER; FERREIRA, 2002; TEO, 2010). Nessa perspectiva, após analisarmos os eixos-tema “Corpo e consumo” e “Intervenções no corpo”, é chegada a hora de tentarmos compreender como os estudantes investem e cuidam do corpo a partir da alimentação no contexto da sociedade de consumidores.

Nesse sentido, fizemos a seguinte pergunta aos estudantes: costumam cuidar-se na alimentação? As respostas indicaram que 53,3% dos estudantes preocupam-se de alguma maneira com o que ingerem durante o dia a dia, ao passo que 46,7% disseram que não se cuidam na alimentação e não estão muito preocupados com o que comem durante o dia a dia (Tabela 21).

Tabela 21 – Costuma cuidar-se na alimentação?

|     |       |
|-----|-------|
| Sim | 53,3% |
| Não | 46,7% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Os dados mostram que há equilíbrio no número de estudantes que cuidam (53,3%) ou não (46,7%) da alimentação, o que talvez tenha relação com a ambivalência do discurso produzido pelos meios de comunicação sobre alimentação na sociedade de consumidores. Isso, de certa maneira, acaba afetando os adolescentes na hora de escolherem os produtos alimentícios que irão consumir. Hoje, existem dois discursos muito distintos sobre alimentação na sociedade de consumidores: de um lado, temos o discurso pautado na prevenção da saúde, muito ligado ao estilo de vida saudável e, do outro, o discurso da comida rápida e calórica, mais conhecida como *fast-foods*, que, de longe, não se associa ao discurso da vida saudável, sendo constantemente alvo de ataques dos especialistas (GOMES, 2008).

Apesar de os programas sobre alimentação saudável e saúde terem aumentado nos últimos anos<sup>40</sup>, propagandas e comerciais que incentivam o

<sup>40</sup> A maioria dos programas sobre alimentação saudável e saúde está presente nos canais das TVs por assinatura e em menor número nas TVs abertas. Segundo pesquisa do IBGE de 2016, o número de domicílios com televisão por assinatura registrou aumento de 12% de 2013 para 2014, chegando a 32,1% dos lares brasileiros com aparelho de televisão, ou seja, mais de metade da população brasileira não tem acesso a eles.

IBGE: 40% dos brasileiros têm televisão digital aberta. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-04/ibge-embarcada-ate-amanha-10h-0604>>. Acesso em: 29 maio 2017.

consumo de alimentos industrializados e que são considerados nutricionalmente inadequados também cresceram, e talvez, de forma mais significativa e acentuada.

Mas o que queremos mostrar é a dificuldade que os adolescentes possuem para escolher e definir o que comer, pois o discurso é ambivalente e as opções são muitas. Um bom exemplo é a propaganda do aplicativo digital *iFood* que reuniu as duas irmãs filhas de Gilberto Gil, Bela e Preta Gil. As duas possuem hábitos alimentares muito diferentes; enquanto Bela é adepta de uma alimentação saudável e orgânica, muito ligada à saúde e ao estilo de vida saudável, Preta é adepta de uma alimentação mais industrializada e nutricionalmente inadequada quando vista pela ótica da saúde. Na campanha publicitária, “Bela está feliz em contar que, pelo aplicativo, pode pedir um detalhado cardápio natural e saudável. Já Preta, brincando com o bordão da irmã (você pode substituir produtos industrializados por algo natural), propõe que se troque todo o pedido natural de sua irmã por um sanduíche mais atraente a seu paladar, como o *Double X Burguer Bacon Egg, com muita Maionese*”<sup>41</sup>.

É a partir desses discursos que pautaremos nossa análise sobre a pequena diferença dos números acima. Na sociedade de consumidores, o sujeito é lançado a uma posição única e muito diferente quando comparada à sociedade de produtores. Agora, é o sujeito, e apenas ele, o responsável por suas escolhas e decisões, como nas questões que envolvem a alimentação. Esse processo fortaleceu-se com a diminuição da interferência do Estado-Nação sobre as decisões a serem tomadas pelos sujeitos, o que, de certa maneira, aumentou o processo de individualização presente na sociedade líquida moderna, chamado por Bauman (1999a) de privatização da ambivalência. Segundo o autor,

Com nenhum poder terreno decidido a erradicá-la, a ambivalência passou da esfera pública à privada. É agora, em larga medida, uma questão pessoal. Como tantos outros problemas sociais globais, este deve agora ser atacado individualmente e resolvido, se for, com meios privados. A obtenção de clareza de propósito e sentido é uma tarefa individual e uma responsabilidade pessoal. O esforço é pessoal. E igualmente o fracasso do esforço. E a culpa pelo fracasso. E a consequente sensação de culpa (BAUMAN, 1999a, p. 207).

---

<sup>41</sup> Irmãs estrelam o terceiro filme da campanha criada pela AlmapBBDO. Disponível em: <<https://www.almapbbdo.com.br/pt/trabalhos/ifood-reune-bela-e-preta-gil-pela-primeira-vez-em-um-comercial+128>>. Acesso em: 29 maio 2017.

No caso da alimentação, o processo de privatização da ambivalência é reforçado pelos meios de comunicação, que, por meio de diferentes estratégias de marketing, incita e provoca os consumidores a optarem por uma alimentação dita natural e saudável e, por outro lado, por uma alimentação considerada, a partir da ótica da saúde, como inadequada e potencialmente danosa e perigosa à saúde, ou seja, os diferentes “conselhos” recaem sobre os ombros dos adolescentes, que, dessa maneira, são obrigados a escolherem entre as diferentes ofertas alimentares presentes nas “prateleiras dos supermercados”. Os adolescentes na sociedade de consumidores devem assumir a responsabilidade por suas escolhas e decisões, assim como sobre seu fracasso e culpa por escolhas, às vezes, “equivocadas” (BAUMAN, 1999a).

Ainda no bojo dessa discussão e na tentativa de compreender melhor sobre os cuidados com a alimentação dos estudantes (46,7%) que disseram não se cuidar quando o assunto são as práticas alimentares, perguntamos aos pesquisados se esses deveriam assumir práticas alimentares mais saudáveis. Desses, 86,8% responderam afirmativamente e 13,2% negativamente (Tabela 22), revelando que os sujeitos da pesquisa possuem interesse sobre o tema. No entanto, por quais motivos não aderem, procuraremos explorar mais adiante.

Tabela 22 – Deveria cuidar-se na alimentação? (Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta sobre cuidar-se na alimentação)

|     |       |
|-----|-------|
| Sim | 86,8% |
| Não | 13,2% |

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com os números, 86,8% dos 46,7% dos estudantes que responderam não cuidar da alimentação compreendem que precisam ter mais atenção com as práticas alimentares. Esses números indicam como está presente esse processo de privatização da ambivalência. Por um lado, é notória a influência da indústria dos alimentos associados às diferentes estratégias de marketing presente nos diversos meios de comunicação, confundindo e seduzindo os adolescente no momento de suas escolhas, como mostrado nos estudos de Silva et al. (2015) e Enes e Lucchini (2016). Por outro lado, parece que os adolescentes sabem fazer a distinção do que é saudável ou não, a partir dos dados acima. O fato

de não cuidarem da alimentação, conforme Silva et al. (2015), vai além dos discursos apresentados pela mídia. Para os autores, existem diferentes fatores que influenciam na adoção de uma alimentação mais ou menos saudável, dentre eles os socioeconômicos (SILVA et al., 2015).

Segundo Silva et al. (2015) e Enes e Lucchini (2016), os estudos que investigam as práticas alimentares em adolescentes escolares têm apontado, assim como nossa pesquisa, para um equilíbrio no número de adolescentes que aderem a práticas de alimentação saudável ou não, seja por motivos socioeconômicos, de saúde ou estéticos, o que corrobora os dados de nosso estudo. As mesmas pesquisas também apontam que os adolescentes possuem consciência sobre a necessidade de aderirem a práticas alimentares mais saudáveis, principalmente quando relacionadas à saúde. No entanto, as pesquisas mostram que os adolescentes associam a aderência a práticas alimentares mais saudáveis como um possível caminho para a obtenção de uma estética corporal mais “adequada” aos padrões contemporâneos (SILVA et al., 2015; ENES; LUCCHINI, 2016). Nesse sentido, perguntamos aos estudantes que responderam que cuidam da alimentação (53,3%) em nosso estudo qual seria o principal motivo que os levaram a se preocupar com a alimentação (Tabela 21).

Tabela 23 – Qual é o principal motivo para cuidar-se na alimentação? (Apenas para quem respondeu SIM sobre cuidar-se ou deveria cuidar-se na alimentação)

|                                     |       |
|-------------------------------------|-------|
| Para recuperar/manter a saúde       | 33,2% |
| Melhorar/manter a estética corporal | 30,5% |
| Para evitar doenças                 | 14,1% |
| Para recuperar a forma              | 10,6% |
| Para conservar a forma              | 6,4%  |
| Para sentir-se mais disposto        | 5,2%  |
| Outro                               | 0%    |

Fonte: Dados da pesquisa.

Para melhor visualizarmos os resultados, iremos agrupar as respostas em dois grupos. O primeiro se refere às questões que envolvem a aderência pautada no discurso da prevenção e da saúde (recuperar/manter a saúde; evitar doenças; sentir-se mais disposto) e o segundo, às questões voltadas para a estética corporal (melhorar/manter a estética corporal; recuperar a forma; conservar a forma). Dessa

maneira, ao somarmos os motivos pelo qual levam os estudantes a aderirem a uma prática alimentar pautada a partir dos discursos preventivos e da saúde, teremos 52,5%, e, se fizermos o mesmo processo quando pensamos na adesão por questões estéticas o número será de 47,5%, reforçando a tensão e ambivalência existente entre saúde e estética.

Além dos números, podemos perceber a partir dos discursos produzidos pelos estudantes que não há consenso no que tange aos motivos que os levam a optarem por uma alimentação mais ou menos saudável, muitos dizem aderir por questões relacionadas à saúde e prevenção de doenças, como a Estudante 5: “Vou com regularidade ao nutricionista por questão mesmo não só de estética, também disso, mas da saúde, por conta de, sei lá, eu sempre tive colesterol alto e aí tenho tendência a engordar. Mas aí eu fico mais pela questão da saúde, de sobrepeso, que pode afetar a minha rotina”. Podemos perceber que o discurso da Estudante 5 também é ambivalente, pois, ao mesmo tempo que ela diz procurar manter uma alimentação saudável pensando nos benefícios para a saúde, por vezes, também afirma que o faz pensando na estética corporal, assim como em outros casos, nos quais os adolescentes buscam nas práticas alimentares mais saudáveis uma forma de transformar seus corpos, aproximando-os dos modelos socialmente aceitos, como na fala do Estudante 2:

Eu precisei mudar um pouco a alimentação e a minha mãe agora não está mais comendo coisas com glúten, não toma açúcar, porque ela está diabética. E eu estou meio que entrando nessa onda também. Só que aí eu estou puxando um pouco mais para o lado de comer peito de frango com batata doce mesmo, porque agora não tem mais quase chance de praticar esporte, então vou me preocupar um pouco mais com a estética, fazer academia, musculação, procurar fazer mudanças estéticas.

A fala do Estudante 2 é mais clara quanto a seus objetivos ao assumir hábitos alimentares mais saudáveis. Apesar de iniciar dizendo que está acompanhando a mãe e que está nesse processo por complicações em sua saúde, o adolescente aponta que suas reais intenções são estéticas, apostando que, a partir de uma alimentação mais saudável, poderá “atingir” as mudanças na estética corporal que tanto almeja e deseja.

Tanto os dados quantitativos quanto qualitativos demonstram a tensão existente entre saúde e estética. Para Passos et al. (2013), o corpo saudável a que os estudantes se referem está, muitas vezes, associado ao corpo produzido e

veiculado pela indústria da beleza, a qual tende a associar a forma física, magra e atlética à saúde, como na fala da Estudante M.G. (16 anos): “A famosa barriga chapada, pernas um pouco grossas, seios e glúteos de um tamanho médio e sem marcas”.

Assim como o Estudante 2, na busca pela boa forma, muitos adolescentes assumem práticas alimentares consideradas inadequadas. As chamadas dietas – aqui entendidas como restritivas, seja para perda ou ganho de peso (massa magra) – são marcadas por sacrifício e privação. Para Passos et al. (2013), as adolescentes são as principais vítimas do processo de estimulação/controlado presente na sociedade de consumidores, como na campanha publicitária da *iFood* apresentada um pouco acima. Segundo os autores,

Devido à pressão que sofrem para ter um corpo belo e se aproximarem do padrão estético disseminado como ideal, as jovens sentem-se obrigadas a seguir as dietas milagrosas com a finalidade de perder peso rapidamente, mas, por outro lado, são bombardeadas com propagandas de alimentos ricos em calorias e altamente processados. Cria-se então uma zona de conflito entre alcançar o corpo desejado e o sentimento de culpa em se render à indústria de produtos calóricos (PASSOS et al., 2013, p. 2.390).

Como apresentado acima, por um lado, a sociedade de consumidores estimula o consumo de alimentos industrializados e ricos em gorduras, os chamados *fast-foods*, por outro, veicula, principalmente em revistas e blogs direcionados à “vida saudável”, dietas restritivas para alcançar o corpo desejado, aquele magro e atlético, produzido pela mesma publicação, desaguando no que Bauman (1999a) chamou de privatização da ambivalência, ou seja, os mais diferentes tipos de “conselhos” são depositados todos os dias nos ombros dos adolescentes, que devem, individualmente, a cada dia, fazer suas escolhas e tomar suas decisões.

Dentro dessa perspectiva, perguntamos aos estudantes sobre dieta, se estão fazendo ou se deveriam fazer. Os resultados apontam para um número baixo de estudantes que são adeptos das dietas. Apenas 12% responderam fazer alguma dieta, enquanto os outros 88% disseram não fazer nenhum tipo de dieta (Tabela 24).

Tabela 24 – Está fazendo alguma dieta?

|     |     |
|-----|-----|
| Sim | 12% |
| Não | 88% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo Fortes, Morgado e Ferreira (2013) e Fortes, Amaral e Ferreira (2013), os comportamentos alimentares inadequados como a dieta – a dieta está associada à recusa dos adolescentes em ingerir determinados tipos de alimentos com alto teor calórico – são, sobretudo, causados pela insatisfação corporal, seja para a perda/controlar o peso, o que é muito comum entre adolescentes do sexo feminino, ou para o ganho de massa muscular magra e diminuição do percentual de gordura entre adolescentes do sexo masculino.

Se compararmos o resultado dos adolescentes que possuem o hábito da dieta (12%), com o número de adolescentes que não gostam de seus corpos (27% – Tabela 8), veremos que os resultados fazem sentido, pois adolescentes que não gostam de seus corpos, principalmente por fatores associados ao peso corporal, possuem, assim como nos apontaram Fortes, Morgado e Ferreira (2013) e Fortes, Amaral e Ferreira (2013), maior pré-disposição em assumir hábitos alimentares inadequados, como as dietas restritivas. Muitas dessas práticas estão associadas à busca por um corpo esteticamente magro e atlético, que, por vezes, pode ser confundido por um corpo extremamente magro – como das modelos de passarela –, podendo desencadear diferentes patologias associadas à alimentação inadequada, como a bulimia e anorexia, que estão mais presentes no cotidiano feminino, e a vigorexia, que em sua maioria atinge o público masculino.

Nesse sentido, os adolescentes foram questionados se conheciam ou conheceram algum(a) amigo(a) cuja insatisfação com seu corpo gerou problemas de saúde como a bulimia, anorexia ou vigorexia. Os resultados apontaram equilíbrio, pois 48% dos estudantes disseram conhecer ou conhecerem alguém com alguma dessas patologias e 52% responderam dizem que não conhecem ou conheceram alguma pessoa que estivesse com essas características. O número é equilibrado, mas nos parece alto, quando pensamos no número de adolescentes que conhecem ou conheceram alguém com alguma dessas patologias. Sendo assim, podemos comparar tanto o resultado da dieta quanto o das patologias associadas a ela, como fruto da construção de um modelo de corpo que induz as pessoas a tentarem se adequarem a todo o tempo, despertando, no corpo adolescente, insegurança, medo, vergonha e ansiedade, características típicas do corpo na sociedade de consumidores (BAUMAN, 2011).

Agora, comparando o resultado da Tabela 24 com os resultados da Tabela 10 sobre como se sentem ao se olharem no espelho, em que 44% dos adolescentes se



dizem infelizes, insatisfeitos(as) ou inseguros(as) com relação ao que vê no espelho, podemos perceber mais uma vez a ambivalência no discursos dos adolescentes, pois, se 44% estão de alguma maneira insatisfeitos com seus corpos, não seria baixo o número de 12% que fazem algum tipo de dieta restritiva? Ainda na esteira dessa discussão, quando perguntados sobre o que não gostavam em seus corpos, muitos dos pesquisados apontaram o excesso de peso como o que mais lhes incomoda, bem como citaram, dentre suas necessidades/desejos/vontades quando o assunto foi intervenções no corpo, as massagens redutoras de medidas e a lipoaspiração como formas de “atingirem” o corpo desejado.

Em outro tipo de comparação, tomando o resultado dos estudantes que não fazem dieta (88% – Tabela 24) com o resultado dos estudantes que gostam de seus corpos (77,7% – Tabela 8), os números fazem sentido, pois adolescentes que gostam ou estão satisfeitos com seus corpos não deveriam assumir práticas inadequadas de alimentação, sobretudo restritivas, como as dietas.

Ainda na tentativa de compreendermos melhor os cuidados com a alimentação dos adolescentes, perguntamos aos estudantes que responderam não fazer nenhum tipo de dieta se deveriam fazer. Dessa maneira, dos 88% que responderam não fazer uso de dieta, 50% disseram que deveriam aderir a algum tipo de dieta, ao passo que 50% responderam que não deveriam aderir a algum tipo de dieta (Tabela 25).

Tabela 25 – Deveria fazer alguma dieta? (Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta sobre dieta)

|     |     |
|-----|-----|
| Sim | 50% |
| Não | 50% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Se relacionarmos os resultados dos estudantes que responderam fazer dieta (12% – Tabela 24) com os adolescentes que disseram que deveriam fazer alguma dieta (50% dos 88% que disseram não fazer nenhuma dieta atualmente), teremos 56% do total dos estudantes que fazem parte do estudo fazendo ou desejando fazer algum tipo de dieta. Nesse sentido, os números, quando comparados com os da Tabela 8 (77% estão satisfeitos com seus corpos), são bem distintos, reforçando a ambivalência existente no discurso dos adolescentes, pois 44% do total da amostra

estariam de alguma maneira – se pensarmos, que a insatisfação corporal, como apontaram Fortes, Morgado e Ferreira (2013) e Fortes, Amaral e Ferreira (2013), é o principal disparador para práticas alimentares inadequadas – insatisfeitos com seus corpos e, a partir da adoção das dietas, se encontrariam mais próximos do corpo desejado e almejado.

Outra prática comum na busca por um corpo magro e atlético é a utilização dos produtos de suplementação alimentar, como vitaminas, carboidratos e proteínas, principalmente pelos adolescentes do sexo masculino. Nesse sentido, questionamos os estudantes sobre utilização desses produtos. Os resultados apontam para uma predominância no número de estudantes que não fazem uso de suplementação alimentar 85,3% contra apenas 14,7% dos estudantes que disseram fazer a ingestão (Tabelas 26).

Tabela 26 – Costuma ingerir algum tipo de suplemento alimentar (vitaminas, carboidratos e proteínas)?

|     |       |
|-----|-------|
| Sim | 14,7% |
| Não | 85,3% |

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com os resultados da Tabela 27, a utilização de suplementação alimentar para os 14,7% dos estudantes está mais associada a questões estéticas e ao desempenho esportivo do que relacionada à saúde, como na adesão por práticas alimentares mais saudáveis.

Tabela 27 – Qual o principal motivo para fazer dieta? (Apenas para quem já fez ou gostaria de fazer algum tipo de dieta)

|                                     |       |
|-------------------------------------|-------|
| Melhorar/manter a estética corporal | 45,5% |
| Para sentir-se mais disposto        | 13,1% |
| Para recuperar a forma              | 9,1%  |
| Para conservar a forma              | 7,7%  |
| Para recuperar/manter a saúde       | 6,9%  |
| Para evitar doenças                 | 2,3%  |
| Outro                               | 0%    |

Fonte: Dados da pesquisa.

A suplementação, de acordo com Alves e Lima (2009), é aconselhada para casos de compensação de dieta inadequada, para aumento da imunidade, prevenção de doenças e melhora do desempenho competitivo, mas, na maioria das vezes, ocorre sem necessidade e acompanhamento profissional, ou seja, é motivada pela busca de um corpo ideal (ALVES; LIMA, 2009). Se somarmos os estudantes que responderam que fazem o uso da suplementação para melhorar/manter a estética corporal (45,5%), recuperar a forma (9,1%) e manter a forma (7,7%), teremos 63,3% dos estudantes que dizem fazer o uso de suplementação para fins estéticos, corroborando com os estudos de Alves e Lima, (2009).

Mas o que chama a atenção é o baixo número de estudantes que responderam que utilizam a suplementação para fins de saúde, como sentir-se mais disposto (13,1), recuperar/manter a saúde (6,9%) ou evitar doenças (2,3%), o que reforça o argumento dos autores e destoa de alguns discursos produzidos pelos estudantes que mostraram toda a ambivalência e tensão existente entre os discursos da saúde e da estética quando o assunto são os cuidados com o corpo.

Podemos ainda comparar os dois resultados com os da Tabela 8. Mais uma vez, os números são bem coerentes, pois, se 73% dos estudantes gostam do seu corpo, é factível que não necessitem aderir a uma prática de suplementação alimentar (88,3% – Tabela 28), sobretudo para fins estéticos. De forma inversa, os dados também possuem coerência, porque, quando comparamos com o resultado da Tabela 8, em que 27% dos adolescentes dizem não gostar de seus corpos, com os baixos números da Tabela 27, em que 14,7% disseram fazer o uso de algum tipo de suplementação (fins estéticos – Tabela 28), reforça e corrobora com o discurso dos estudantes que não gostam de seus corpos e precisam, de alguma forma, redesenhá-los sobre a égide do corpo a partir da lógica da sociedade de consumidores, ou seja, aquele magro e atlético, sinônimo de beleza e sucesso.

Os resultados do eixo-tema apontaram para o equilíbrio no número de estudantes que investem e cuidam do corpo a partir da alimentação. Em nosso entendimento, isso se dá por conta do processo de estimulação/controle que os adolescentes sofrem quando o assunto é a alimentação, pois ao mesmo tempo em que a indústria de alimentos estimula o consumo de produtos alimentícios industrializados e nutricionalmente inadequados, controla e incita as pessoas que vivem na sociedade de consumidores a consumirem alimentos saudáveis e nutricionalmente adequados.

O equilíbrio apresentado no primeiro momento não se confirma quando os estudantes foram questionados se precisavam cuidar-se na alimentação. De acordo com o resultado, 86,8% dos 46,7% dos estudantes que responderam não cuidar da alimentação compreendem que precisam ter mais atenção com as práticas alimentares, ou seja, os estudantes sabem que precisam consumir alimentos mais saudáveis, mas os motivos para não fazê-lo, segundo as pesquisas, estão relacionados mais a questões socioeconômicas do que por falta de informação, além do processo de estimulação/controlado promovido pela indústria de alimentos, como apresentado acima.

As questões apresentadas pelos estudantes para justificar os cuidados com a alimentação estão voltadas para o campo da saúde e estética, demonstrando grande tensão e ambivalência quando o assunto são os cuidados com o corpo, e os motivos que levam os adolescentes a adotá-los. Por fim, sobre as dietas e o uso de suplementação, a maioria dos estudantes do CPII demonstrou não ser adepta, e os poucos que investem tempo e dinheiro em tais práticas, principalmente de suplementação, disseram que o fazem para melhorar/manter a estética corporal.

O eixo-tema reforça mais uma vez a ambivalência presente nos discursos dos adolescentes, principalmente a tensão existente entre os discursos da saúde e estética, utilizados pelos estudantes para justificar os principais motivos relacionados aos cuidados com o corpo a partir da alimentação.

### 3.4 EIXO-TEMA 4: PRÁTICAS CORPORAIS<sup>42</sup>

Neste eixo-tema, iremos abordar questões relacionadas às práticas corporais, a fim de buscarmos, junto aos demais eixos, elaborar uma interpretação que possa responder, mesmo que provisoriamente, as questões investigadas nesta dissertação. Para isso, organizamos o eixo a partir das seguintes problemáticas:

- (a) os adolescentes, em seu tempo livre, praticam ou não algum tipo de esporte, exercício físico e/ou atividade física recreativa;
- (b) qual/quais são as principais atividades físicas recreativas praticadas pelos estudantes; com que frequência dedicam-se a essas atividades; e
- (c) as principais razões para a adesão ou não de tais práticas.

---

<sup>42</sup> Vale destacar que o termo “práticas corporais” é comumente utilizado nas aulas de Educação Física no Colégio Pedro II, estando os estudantes a par do seu significado e amplitude.

O objetivo do eixo-tema está relacionado à tentativa de compreendermos como os estudantes, a partir das práticas corporais, investem e cuidam de seus corpos em seu tempo livre.

Ao longo da dissertação, dialogamos com diversos estudos que tematizaram o corpo em suas diferentes dimensões, como os estudos sobre imagem corporal em adolescentes escolares. Os resultados dessas pesquisas apontam que os discursos produzidos e veiculados pelos meios de comunicação, associados à família e amigos, são as principais vias geradoras e potencializadoras da insatisfação corporal em adolescentes. Como decorrência da insatisfação corporal, segundo os estudos, é muito comum os adolescentes, lançando mão do discurso-técnico científico relacionado à saúde presente em revistas, livros, sites, blogs e programas de TV, aderirem ao discurso do estilo de “vida saudável” e procurarem, por meio de produtos e procedimentos estéticos, alimentação e práticas corporais (aqui entendidas como esportes, exercícios físicos e/ou atividade física recreativa), a solução para as “imperfeições” e “defeitos” de seus corpos quando comparados àquele magro e atlético, sinônimo de beleza e sucesso, presente no imaginário social do brasileiro.

Dessa maneira, perguntamos aos estudantes se, em seu tempo livre, cuidam do corpo a partir das práticas esportivas, exercícios físicos e/ou algum tipo de atividade recreativa. As respostas apontaram que 69,3% dos pesquisados fazem algum tipo de prática corporal em seu tempo livre, enquanto 30,7%, responderam não fazer prática alguma (Tabela 28).

Tabela 28 – Costuma, em seu tempo livre, praticar esportes, exercícios físicos e/ou algum outro tipo de atividade física recreativa?

|     |       |
|-----|-------|
| Sim | 69,3% |
| Não | 30,7% |

Fonte: Dados da pesquisa.

O discurso técnico-científico apresenta diferentes motivos para que o adolescente interesse-se pela atividade física regular, principalmente os relacionados a uma lógica preventiva na relação “saúde/doença” e aos cuidados com o corpo, como melhoria da função cardiovascular e respiratória, alívio do estresse e ansiedade, fortalecimento dos ossos, melhora do sono e aumento da

concentração, diminuição do risco de doenças no coração, pressão alta, osteoporose, diabetes e obesidade, além de ajudar a diminuir e controlar o peso corporal (FERMINO et al., 2010). Apesar disso, em estudo divulgado no dia 17/05/2017 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) sobre a Prática de Esporte e Atividade Física no Brasil no ano de 2015, que contou com dados extraídos a partir da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), foi apontado que, no Brasil, 100,5 milhões de pessoas de 15 anos ou mais de idade não praticaram algum esporte ou atividade física em 2015, o que representou 62,1% da população investigada, sendo 66,6% de mulheres e 57,3% de homens (IBGE, 2017).

A pesquisa do IBGE também constatou que a prática de esporte e de atividade física é mais frequente na faixa de idade entre 15 a 17 anos, em que mais de 50,3% dos entrevistados responderam ter praticado algum esporte ou atividade física no período de 365 dias de referência (IBGE, 2017). Já o estudo de Hallal et al. (2010) aponta que 43,1% dos jovens e adolescentes brasileiros são fisicamente ativos. Na região Sudeste, esse número é de 45,4% e, na cidade do Rio de Janeiro, é de aproximadamente 40%. Olhando apenas para os números, podemos perceber que os estudantes do CPII estão acima da média nacional, quando comparamos com os estudos de Fermino et al. (2010), Hallal et al. (2010) e pela pesquisa apresentada pelo IBGE. No entanto, os motivos saberemos mais adiante.

Procurando aprofundar as questões que envolvem as práticas corporais dos adolescentes, perguntamos também sobre a frequência, quantidade de dias e hora(s) que eles se dedicam semanalmente às atividades (Tabelas 29 e 30).

**Tabela 29 – Com que frequência pratica a(s) atividade(s)?**

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| Não pratico                     | 30,7% |
| Uma a duas vezes por semana     | 21,3% |
| Duas a três vezes por semana    | 17,3% |
| Cinco a seis vezes por semana   | 10,7% |
| Quatro a cinco vezes por semana | 8%    |
| Três a quatro vezes por semana  | 6,7%  |
| Seis a sete vezes por semana    | 5,3%  |

Fonte: Dados da pesquisa.

O estudo feito pelo IBGE também nos apresenta dados sobre a frequência em que os participantes de 15 anos ou mais se dedicam aos cuidados do corpo a partir das práticas corporais. Segundo a pesquisa, 26,3% das pessoas efetuaram essa prática quatro vezes ou mais por semana; 44,5% duas a quatro vezes por semana; 21,4% uma vez por semana; e somente 7,8% menos do que uma vez por semana. Quando separamos apenas os dados da região sudeste, temos 26% de pessoas que praticam quatro vezes ou mais; 45,3% duas a quatro vezes por semana; 20,9% uma vez por semana; e apenas 7,7% menos que uma vez por semana. Quando comparamos com nosso estudo, os resultados são muitos coerentes, pois, assim como a pesquisa do IBGE, os estudantes do CPII fazem esportes, exercícios físicos e/ou algum outro tipo de atividade física recreativa quatro ou mais dias da semana (24%) e de uma a duas vezes por semana (21,3%) se comparamos com a média nacional e regional.

Os resultados demonstram que 24% dos estudantes do CPII são mais ativos, enquanto 21,3% dos estudantes são menos ativos, acessando as práticas corporais apenas de uma a duas vezes por semana, e 30,7% não realizam prática corporal alguma, sendo considerado inativos, mesmo assim estando abaixo da média nacional divulgada pelo IBGE (62,1%).

Na tentativa de compreendermos melhor o tempo que os estudantes investem nos cuidados com o corpo a partir das práticas corporais, perguntamos aos pesquisados quantas horas do seu dia dedicam à prática de esportes, exercícios físicos e/ou algum outro tipo de atividade física recreativa (Tabela 30).

Tabela 30 – Quantas horas do seu dia dedicam à prática de esportes, exercícios físicos e/ou algum outro tipo de atividade física recreativa?

|                      |       |
|----------------------|-------|
| De uma a duas horas  | 45,3% |
| Nenhuma              | 30,7% |
| Menos de uma hora    | 12%   |
| De duas a três horas | 9,3%  |
| Mais de três horas   | 2,7%  |

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com nosso estudo, 45,3% dos estudantes praticam esportes, exercícios físicos e/ou algum outro tipo de atividade física recreativa de uma a duas

horas por dia, seguido de 12% que fazem duas ou mais horas e 12% que se dedicam menos de uma hora por dia. Nesse sentido, quando comparados com os números da pesquisa do IBGE, no que tange ao tempo que os adolescentes se dedicam às atividades, o resultado é muito semelhante. Pois, segundo o IBGE, pessoas de 15 anos ou mais investem pelo menos quarenta minutos a uma hora por dia (40,4% Nacional e 40,3% Sudeste) ou mais que uma hora por dia (43,4% Nacional e 45% Sudeste) em atividades que envolvam esportes, exercícios físicos e/ou algum outro tipo de atividade física recreativa. Comparando com nosso estudo, em que 57,3% investem de uma a mais horas de seu dia a práticas corporais, os estudantes do CPII estão acima da média nacional (43,4%) e regional (45%).

Outro resultado interessante é que, se compararmos os números dos estudantes que investem menos de uma hora por dia as atividades corporais (12%), os estudantes do CPII estão bem abaixo da média nacional (40,4%) e regional (40,3), reforçando a tese que os adolescentes do CPII buscam se movimentar, investindo tempo e esforço nos cuidados com o corpo.

Na tentativa de compreendermos a não adesão por parte dos estudantes (30,7% – Tabela 28) a algum esporte, exercícios físicos e/ou algum outro tipo de atividade física recreativa, perguntamos qual/quais razões os impedem de acessarem tais práticas (Tabela 31).

Tabela 31 – Poderia apontar as razões pelas quais não pratica esportes, exercícios físicos ou atividades físicas recreativas? (Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta inicial sobre atividade física)

|   |       |
|---|-------|
| Jornada extensa de estudo e/ou trabalho   | 41,7% |
| Falta de energia (cansaço físico)         | 37,5% |
| Falta de habilidades físicas              | 25%   |
| Falta de interesse em praticar            | 25%   |
| Preocupação com a aparência (vergonha)    | 16,7% |
| Falta de conhecimento/orientação          | 12,5% |
| Falta de equipamento disponível           | 12,5% |
| Limitações físicas                        | 8,3%  |
| Falta de espaço disponível para a prática | 8,3%  |
| Compromisso familiar                      | 4,2%  |
| Outro                                     | 4,2%  |

Fonte: Dados da pesquisa<sup>43</sup>.

<sup>43</sup> Os estudantes podiam apontar mais de uma razão para o não acesso as práticas corporais.



Os resultados foram muito variados e os motivos bem diversos, mas os mais significativos para a não adesão às práticas corporais foram questões que envolvem jornada extensa de estudo e/ou trabalho (41,7%), como na fala da Estudante 6: “A questão do tempo é complicado, principalmente para quem estuda no Pedro II, porque a maioria das pessoas mora muito longe do colégio. Então até chegar em casa, nunca conseguem conciliar o esporte com o colégio ou qualquer outra coisa. Ou então fica muito cansativo fazer os dois”. Da mesma maneira, a Estudante 3 disse ter deixado o vôlei por conta da extensa jornada de estudos: “Eu fazia vôlei e amava. Sendo que aí entrei no Colégio e não tive como conciliar”. Por conta de a jornada de estudos ser extensa e intensa, muitos estudantes sentem-se cansados ao final do dia, apontando o cansaço (37,5%) como um dos fatores determinantes pela falta de interesse pelas práticas corporais.

Outro fator importante é a falta de interesse (25%), conforme indica a Estudante 5: “Prática corporal, para mim, é quase inexistente [...] eu não gosto de correr, porque eu acho uma coisa entediante, não tem uma companhia, é muito chato. Nem com um fonezinho de ouvido dá. É muito chato. E academia para mim é uma coisa meio sem sentido; você ficar lá, puxando os pesinhos simplesmente para ter um corpo legal”.

Após investigar se praticam ou não algum tipo de esporte, exercícios físicos e/ou atividade física recreativa e saber o quanto do seu tempo investem em tais práticas, passamos para qual/quais práticas são mais populares entre os estudantes (Tabela 31).

Tabela 32 – Qual é ou quais são os esportes, exercícios físicos e/ou atividade física recreativa que pratica frequentemente?

|  |       |
|--|-------|
| Não pratico  | 30,7% |
| Esportes (Futebol, Vôlei, Basquete, Handebol etc.) | 29,3% |
| Caminhada/Corrida                                  | 29,3% |
| Musculação/Ginástica                               | 21,3% |
| Bicicleta  | 20%   |
| Dança  | 17,3% |
| Lutas (Judô, Jiu-Jitsu, Karatê, Muay-Tai etc.)     | 10,7% |
| Natação  | 9,3%  |
| Patins/Skate                                       | 6,7%  |
| Treinamento Funcional                              | 5,3%  |
| Surfe/Stand Up Paddle/Bodyboard                    | 4%    |
| Outros   | 2,7%  |
| Crossfit   | 1,3%  |

Fonte: Dados da pesquisa<sup>44</sup>

Para Bracht (2009), as práticas corporais sofreram diferentes mudanças com o advento da modernidade líquida ou sociedade de consumidores. Segundo o autor,

No âmbito das práticas corporais (da cultura corporal de movimento), vários agentes concorrem na construção de sentidos os quais, em muitos casos, são movidos e guiados por regras e interesses de mercado. Entre eles se destacam a indústria esportiva (incluída a indústria da comunicação), a poderosa indústria do *fitness*, a indústria do turismo e a indústria dos cuidados do corpo (cosméticos, *spas* etc.). Tais agentes criam significados para as práticas corporais, mas não lutam pela hegemonia (no sentido político como o Estado o faria ou fez na modernidade sólida), brigando, isso sim, por fatias do mercado, dinâmico e em constante movimento, como sabemos. [...] De qualquer forma, também no que diz respeito às práticas corporais, os cidadãos são instados a participar mais como consumidores que como produtores (culturais). A circulação entre as diferentes práticas e os diferentes sentidos estimulada pela “cultura do efêmero” – o indivíduo é incitado a ser “um colecionador de emoções” (Bauman). Longe do modelo “pedagógico” da modernidade sólida, temos hoje no âmbito das práticas corporais um “supermercado” de opções (p. 113-114).

As práticas corporais na sociedade de consumidores estão ligadas às necessidades/desejos/vontades criadas a partir das diferentes indústrias que participam da produção e veiculação das questões que cercam os cuidados com corpo. De fato, o que temos hoje é um “supermercado” com diferentes opções, uma

<sup>44</sup> Os estudantes podiam apontar mais de uma prática corporal.

para cada tipo de necessidade/desejo/vontade existente. A indústria do *fitness* é um exemplo: a cada dia, surge um novo tipo de programa de musculação, dança ou adaptação de esportes, como as lutas, para objetivos e demanda específicas voltadas para a estética, mas transvestidas sobre a égide do discurso da saúde.

Em nossa pesquisa, os resultados foram muito diversificados, mas manteve-se a hegemonia dos esportes, sobretudo os mais convencionais, como o futebol, voleibol, basquete e handebol (29,3%), seguido da caminhada/corrída (29,3%) e a musculação/ginástica (21,3%), bicicleta (20%) e dança (17,3%) entre aquelas com mais aderência entre os adolescentes. Esses dados corroboram em parte com os resultados da pesquisa feita pelo IBGE. Nela, aparecem como principais práticas corporais entre pessoas de 15 a 17 anos o futebol, (64,5%), voleibol, basquetebol e handebol (8,8%), lutas e artes marciais (5%), caminhada (4,7%) e *fitness* (3,8%). Já entre os adolescentes e adultos de 18 a 24 anos, o futebol (57,6%) continua sendo o que mais prevalece, mesmo tendo uma pequena queda, seguido do *fitness* (9,9%), caminhada (7,2%), lutas e artes marciais e voleibol, basquetebol e handebol (3,9%).

Na pesquisa do IBGE, o futebol representa quase 60% da preferência quando o assunto são as práticas corporais, ou seja, o dobro se comparada ao nosso estudo, revelando certa dependência cultural do brasileiro em relação ao esporte bretão, o que, de certa maneira, exclui outras diferentes práticas ou reduz sua adesão. Já em nosso estudo, os esportes, dentre eles o futebol, dividem espaço com diferentes atividades voltadas para o lazer e cuidados do corpo, o que revela uma relação mais equilibrada, bem como uma visão mais ampla dos estudantes do CPII no momento de escolher qual/quais práticas corporais irão aderir, como podemos ver na Tabela 31. Outro ponto que chama a atenção é a ausência da corrida como prática corporal entre os adolescentes, bem como a dança, práticas com adesão significativa entre os estudantes do CPII e que não aparece dentre as práticas corporais dos adolescentes brasileiros.

A partir de agora, apresentaremos os motivos que levam os estudantes a aderirem tais práticas (Tabela 32)<sup>45</sup>.

---

<sup>45</sup> Um dos grandes problemas enfrentados por nós neste trabalho, sobretudo na análise do eixo-tema práticas corporais, é a falta de estudos que indiquem os motivos que levam os adolescentes a aderirem as práticas corporais ou exercícios físicos.

Tabela 33 – Qual a principal razão que os levam a realizar a(s) atividade(s)? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre atividade física)

|                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| Manter/melhorar a condição física     | 22,2% |
| Questão de saúde                      | 20,4% |
| Divertimento, ocupação do tempo livre | 20,1% |
| Melhorar/manter a estética corporal   | 19,3% |
| Porque gosta de esporte               | 12,1% |
| O convívio que proporciona            | 3,5%  |
| Quebrar a rotina do dia a dia         | 2,4%  |
| Fazer carreira esportiva              | 0%    |
| Contato com a natureza                | 0%    |
| Sentir/explorar o corpo               | 0%    |
| Outro                                 | 0%    |

Fonte: Dados da pesquisa.

A resposta dos estudantes, assim como quando perguntados sobre os motivos que os levaram a fazerem intervenções no corpo ou a cuidar-se na alimentação, mostra mais uma vez a relação de tensão existente entre saúde e estética na sociedade de consumidores. Os discursos presentes no grupo focal reforçam os dados acima, como na fala da Estudante 7, que demonstra uma preocupação maior com a saúde: “Eu sempre quis fazer um esporte regular, mas eu nunca pensei que seria algo, tipo, para melhorar a estética corporal. Eu sempre penso na verdade que é porque, se a gente ficar parado, a gente atrofia. Então, seria muito interessante fazer alguma coisa”. Mas a mesma estudante faz uma ressalva: “É um fato que a maioria das pessoas quando pensa em fazer uma atividade física não pensa só em saúde. Pensa principalmente na questão estética”.

Dessa forma, a Estudante 5, assim como na questão que discutia a temática do peso corporal e seus impactos na vida dos adolescentes, respondeu que faz academia para “emagrecer e ter pernas mais torneadas”, mas a mesma estudante faz uma ressalva: acredita que não é só por estética. Segundo ela, “Os exercícios me deixam mais disposta, acredito que eles (os exercícios), contribuem para minha saúde”, o que reforça o discurso ambivalente entre saúde e estética presente nas falas dos estudantes quando o assunto são os motivos que os levam a investirem e se interessarem por qualquer produto, procedimento ou práticas corporais voltadas para os cuidados com o corpo.

Outro ponto interessante no que tange aos motivos que levam os estudantes a aderirem a algum tipo de esporte, exercício físico e/ou atividade física recreativa foi a escolha por 20,1% dos adolescentes pela opção que está relacionada com o prazer, o que mostra, mais uma vez, que a adesão pelas práticas corporais vai além da saúde e estética.

Nesse sentido, o argumento taxativo da Estudante 7 quanto à preocupação com a estética ser principal razão para as pessoas investirem (tempo e dinheiro) e aderirem as práticas de exercícios físicos parece-nos que precisa ser relativizado, pois não há evidências tanto nas falas quanto nos dados do questionário *survey* – 20,4% dizem aderirem por razões de saúde e 19,3% por questões estéticas – que a estética é a grande e única preocupação quando pensamos nos cuidados com o corpo, sobretudo, quando relacionado às práticas corporais.

O eixo-tema nos mostrou que 69,3% dos estudantes do CPII investem pelo menos de um a quatro dias e de uma a duas horas por semana nos cuidados com o corpo a partir de práticas corporais como o esporte, exercício físico e/ou atividade física recreativa. As principais práticas corporais continuam sendo os esportes, principalmente o futebol, vôlei, basquete e handebol, mas outras práticas também fazem parte do universo de escolhas dos estudantes, como a caminhada/corrída, musculação/ginástica, bicicleta e dança. Já os principais motivos que levam os estudantes a investirem e aderirem às práticas foram saúde, estética e o prazer.

O resultado corrobora a tensão existente entre os campos da saúde e estética presente ao longo de todo o trabalho, reforçando o discurso ambivalente dos estudantes sobre os motivos que os levam a investirem em cuidados para o corpo, nesse caso as práticas corporais.

O eixo-tema também nos mostrou que 30,7% dos estudantes não fazem nenhum tipo de prática corporal, seja esporte, exercício físico e/ou atividade física, e os motivos para o não investimento e aderência aos cuidados do corpo a partir das práticas corporais se dão, principalmente, pela falta de tempo devido à longa jornada de estudos, assim como o cansaço, falta de habilidade, falta de interesse e, em menor grau, pela vergonha causada pela aparência física.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta dissertação analisamos como os estudantes do ensino médio do Colégio Pedro II – *Campus São Cristóvão III* investem e cuidam do corpo no que Zygmunt Bauman convencionou chamar de sociedade de consumidores.

As análises desenvolvidas demonstraram que os estudantes do Colégio Pedro II – *Campus São Cristóvão III*, mesmo vivendo e estudando em um ambiente plural e diversificado no que tange as questões sociais, políticas, econômicas e culturais, bem como tendo acesso a diferentes discussões e reflexões sobre a concepção e o papel do corpo em uma sociedade pautada pelo consumo, não estão imunes aos discursos imperativos das instituições que ora o regulam.

Além disso, os discursos dos estudantes sobre os investimentos e cuidados com o corpo na sociedade de consumidores mostrou-se ambivalente, pois muitos estudantes disseram gostar de seus corpos, mas, no decorrer do trabalho, muitos se apresentaram insatisfeitos e/ou inseguros com seu corpo, buscando por meio de intervenções no corpo, cuidados com a alimentação e práticas corporais, satisfazerem suas necessidades/desejos/vontades na busca por um corpo magro e atlético, sinônimo de beleza e sucesso, ou seja, ficou demonstrado que gostar do corpo não é o mesmo que estar satisfeito com ele.

O estudo também nos mostrou que o nível de insatisfação corporal entre os sexos corrobora com os diferentes estudos sobre a temática, pois os níveis de insatisfação corporal entre as estudantes do sexo feminino foram maiores quando comparados aos estudantes do sexo masculino. Para Bauman (2010b), esse processo é fruto de uma maior regulação social do corpo feminino, sobretudo, a partir dos discursos produzidos e veiculados pela mídia, que muitas vezes se distanciam da realidade das adolescentes, gerando sentimentos de insatisfação com a aparência física, forma corporal e peso.

Na sequência, o discurso midiático foi apontado pelos estudantes como a principal via de produção e veiculação de um determinado tipo de corpo, que influencia e/ou potencializa os processos de insatisfação corporal, bem como apontaram que mídia possui forte influência em suas decisões de consumo, o que reforça o argumento de Bauman (2010b). Sobre essa questão, chegamos a duas conclusões. A primeira: os estudantes entendem e sabem que existe uma força e um poder presente em diferentes estratégias midiáticas que tentam guiar nossas

vidas e influenciar nossas escolhas. A segunda: os estudantes também sabem que, mesmo com uma formação voltada para o questionamento e reflexão, como a do CPIL, sobre as questões que cercam a indústria do consumo, nenhum de nós estamos imunes às pressões exercidas por ela, sobretudo, a indústria do corpo.

O eixo-tema “Intervenções no Corpo” nos mostrou que a maioria dos estudantes nunca se submeteu a algum tipo de procedimento estético e/ou cirúrgico, mas, quando perguntados se o fariam, 52,2% dos 84% que responderam que não fariam, disseram que se submeteriam a algum tipo de procedimento com o propósito de melhorar/manter a estética corporal, o que mostra certo descompasso com os resultados sobre gostar do corpo, pois quase 2/3 dos estudantes que responderam gostar do seu corpo, querem de alguma maneira, acessar algum tipo de produto ou procedimento que os auxiliem na remodelação do corpo, confirmando nossa desconfiança sobre gostar do corpo não ser o mesmo que estar satisfeito com ele.

Dessa maneira, os resultados do eixo-tema mostraram que a estética corporal é uma preocupação presente na vida dos estudantes, bem como o corpo destaca-se como importante vetor na construção da identidade adolescente.

O eixo-tema “Cuidados com a Alimentação” apontou para o equilíbrio no número de estudantes que investem e cuidam do corpo a partir da alimentação. Em nosso entendimento, isso se dá por conta do processo de estimulação/controle que os adolescentes sofrem quando o assunto é a alimentação, pois ao mesmo tempo em que a indústria de alimentos estimula o consumo de produtos alimentícios industrializados e nutricionalmente inadequados, controla e incita as pessoas que vivem na sociedade de consumidores a consumirem alimentares saudáveis e nutricionalmente adequados, deixando as escolhas e decisões sobre o que comer nos ombros dos sujeitos, e só deles – privatização da ambivalência (BAUMAN, 1999a).

A resposta para a privatização da ambivalência está, segundo Bauman (1999a), na falta de um único comando central como fonte de verdade (Estado-Nação/sociedade sólida moderna), para o autor, o pluralismo de opiniões presente na sociedade líquida moderna (consumidores), devolveu a responsabilidade moral da ação a seu natural portador: o indivíduo que age (BAUMAN, 1999a, p. 60). Ainda de acordo com o autor,

A dissipação do controle central que o pluralismo inevitavelmente acarreta significa uma ausência de centro de controle sequer capaz de sonhar com

uma “ordem universal e uniforme”, quanto mais implantá-la. A unidade de significações e significados, de propósitos estratégias, critérios de progresso, imagens de perfeição e senso de direção que a mudança está tomando e deve tomar – esse apaixonado anseio da modernidade – é então fadada a não se realizar ou ser completamente varrida da agenda (BAUMAN, 1999a, p. 60).

Dentro dessa perspectiva, na sociedade de consumidores cada sujeito é responsável por suas escolhas e decisões, bem como por seus erros, acertos e fracassos, dessa forma, o estudo, ao dialogar com a privatização da ambivalência, reforça o argumento baumaniano acima, ou seja, a ausência de um único comando central como fonte de verdade, amplia a capacidade moral e reflexiva do sujeito.

Ainda sobre os “cuidados com a alimentação”, diferente do eixo-tema “intervenções no corpo”, em que os motivos para investir e cuidar do corpo estavam relacionados majoritariamente a questões estéticas, os resultados do eixo-tema “cuidados com a alimentação”, reforçam a presença da ambivalência nos discursos dos adolescentes, revelando uma tensão existente entre os discursos da saúde e estética como motivos para investir e cuidar do corpo a partir da alimentação.

O eixo-tema “Práticas Corporais” nos mostrou que a maioria dos estudantes do CPII investe pelo menos de um a quatro dias e de uma a duas horas por semana nos cuidados com o corpo a partir de práticas corporais como o esporte, exercício físico e/ou atividade física recreativa. Além disso, os estudantes do CPII acessam diferentes práticas corporais, como os esportes, a caminhada/corrída, musculação/ginástica, bicicleta e dança, quando comparados com os demais jovens brasileiros<sup>46</sup>.

Sobre os motivos que levam os estudantes a investir e cuidar do corpo a partir das práticas corporais está à saúde, estética e o prazer, o que, de certa maneira, também apresenta um quadro de tensão existente no discurso dos estudantes entre saúde e estética como disparadores para aderir ou não a práticas corporais.

O eixo-tema também nos mostrou que os motivos indicados pelos estudantes que não fazem nenhum tipo de prática corporal sejam esporte, exercício físico e/ou atividade física, estão relacionados à falta de tempo devido à longa jornada de estudos, assim como o cansaço, falta de habilidade, falta de interesse e, em menor grau, pela vergonha causada pela aparência física.

---

<sup>46</sup> Dentro dessa perspectiva, lamentamos o fato de não termos explorado sobre a possível influência da disciplina Educação Física no processo de ampliação do repertório corporal dos estudantes.



Nesse sentido, ao somarmos os discursos presentes nesse estudo, percebemos o quanto é importante aprendermos a viver e conviver com as incertezas e inseguranças presentes na modernidade líquida, sobretudo, com relação ao corpo.

Para Bauman (2001) e Almeida; Bracht e Gomes (2009), a palavra da moda na modernidade líquida é Flexibilidade, e isso se aplica ao corpo, pois, para Bauman, o corpo consumidor é provisório, mutante e mutável, no sentido de ser flexível. Nessa lógica, para convivermos com as incertezas e inseguranças da sociedade líquida moderna (consumidores), precisamos de uma educação (corporal) que seja flexível e nos ajude a lidar com esses sentimentos, por isso, segundo Almeida; Bracht e Gomes,

A educação na modernidade líquida deve cultivar um aprendizado que fomente a capacidade de viver em paz com a incerteza e insegurança (*acréscimo nosso*) “diariamente fabricada” e com a ambiguidade, com uma diversidade de pontos de vista e com a inexistência de autoridades infalíveis e seguras; deve significar também o fortalecimento das faculdades (auto) críticas e o valor necessário para assumir a responsabilidade pelas escolhas que se fazem e suas consequências; deve, do mesmo modo, corresponder à formação da capacidade para mudar as regras em face do inesperado e evitar a tentação de não segurar a liberdade com as próprias mãos, sabendo lidar com a indecisão e a angústia que acompanha as alegrias do novo, do inexplorado e do estranho (2009, p.71).

Ter uma educação que nos ensine a lidar com as incertezas e inseguranças do mundo líquido moderno, como sugerido pelos autores e praticado pelo Colégio Pedro II – *Campus* São Cristóvão III, pode diminuir nosso sofrimento, mas não é garantia de menos incertezas e inseguranças, principalmente com relação ao corpo, pois como vimos no estudo, mesmo os estudantes do CPII possuindo uma formação voltada para o questionamento e reflexão sobre diferentes temas, dentre eles o corpo, muitos acabam produzindo discursos ambivalentes e por vezes contraditórios sobre diferentes questões que o cercam, da mesma maneira, muitos estudantes mesmo compreendendo toda a dinâmica da sociedade de consumidores e entendendo o corpo a partir da diferença, em diferentes momentos, se mostraram insatisfeitos ou inseguros com seus corpos.

Por fim, corroborando com Zygmunt Bauman, o trabalho demonstrou que a insatisfação corporal é uma condição da sociedade de consumidores e conviver com ela, é o que nos resta.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Felipe. Q. de; BRACHT, Valter. **Emancipação e diferença na educação uma leitura com Bauman**. Campinas, SP: Autores Associados, 2006.

AMARAL, A. C. S.; ANDRADE, M. R. M.; OLIVEIRA, T. P.; FERREIRA, M. E. C. A Cultura do corpo ideal: nível de satisfação corporal entre escolares de diferentes faixas etárias – Estudo comparativo. **HU Revista**, Juiz de Fora, v.33, n.3, p. 41-45, 2007.

ANDRADE, M. R. M.; AMARAL, A. C. S.; OLIVEIRA, T. P.; FERREIRA, M. E. C. Prevalência de (in)satisfação corporal em escolares do ensino médio. **Seminário Nacional de Corpo e Cultura**, Vitória, ES, Brasil, 2007.

ALMEIDA, Felipe. Q. de; BRACHT, Valter; GOMES, Ivan. M. **Bauman & a Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

ALMEIDA, T. MARIANA. A identidade masculina contemporânea. Uma análise da revista Men's Health. **XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología**. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

ALVES, L. Rosana. Trajetórias femininas no Colégio Pedro II. ANPUH – XXV **Simpósio Nacional de História**, Fortaleza, 2009.

ALVES, Crésio; LIMA, Renata Villas Boas. Uso de suplementos alimentares por adolescentes. **Jornal Pediatria**, Rio de Janeiro, v. 85, n. 4, p. 287-294, 2009.

BARBOUR, R. S.; KITZINGER, J. **Developing focus group research**. London: Sage, 1999.

BAUMAN, Z. **Modernidade e Ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999a.

\_\_\_\_\_. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999b.

\_\_\_\_\_. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007a.

\_\_\_\_\_. **Tempos líquidos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007b.

\_\_\_\_\_. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2008a.

\_\_\_\_\_. **A sociedade individualizada: vidas contadas, histórias vividas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008b.

\_\_\_\_\_. **Aprendendo a pensar com a Sociologia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010a.

\_\_\_\_\_. **Vida a crédito.** Rio de Janeiro: Zahar, 2010b.

\_\_\_\_\_. **Legisladores e intérpretes:** sobre a modernidade, a pós-modernidade e os intelectuais. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010c.

\_\_\_\_\_. **Capitalismo parasitário.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010d.

\_\_\_\_\_. **Vida em fragmentos:** sobre a ética pós-moderna. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.

CARREIRA FILHO, D. **Prevalência do uso de substâncias químicas com objetivo de modelagem corporal entre adolescentes de 14 a 18 anos, de ambos os sexos, do município de São Caetano do Sul.** São Paulo, Brasil, 2005. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual de Campinas Faculdade de Ciências Médicas, Campinas, SP.

CARDOSO, M. M. TATYANA. Colégio Pedro II: a contribuição dos símbolos na formação de sua memória coletiva. **XIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB),** Florianópolis, 2013.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet:** reflexões sobre internet, negócios e sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

CASTIEL, Luis David. Identidades Sob Risco ou Risco como Identidade? A Saúde dos Jovens e a Vida Contemporânea. **Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis,** Florianópolis, v. 4, p. 2-16, jul./dez. 2007.

CONTI, M. A., FRUTUOSO, M. F. P.; GAMBARDELLA, A. M. D. Excesso de peso e insatisfação corporal em adolescentes. **Revista de Nutrição,** Campinas, v. 18, n. 4, p. 491-497, 2005.

COSTA, ELAINE; VENÂNCIO, SILVANA. Atividade física e saúde: discursos que controlam o corpo. **Pensar a Prática,** Florianópolis, v. 7, n. 1, p. 59-74, mar. 2004.

CORDEIRO, Diego. **As muitas considerações para a cirurgia plástica em adolescentes.** Blog Oficial da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica. [Internet]. 9 maio 2015 . Disponível em: <<http://www2.cirurgiaplastica.org.br/blog/as-muitas-consideracoes-para-a-cirurgia-plastica-emadolescentes>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

COLÉGIO PEDRO II. **História do CPII.** [online] Disponível em: <<http://www.cp2.g12.br/>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

DADALTE, Aline Cristina et al. Representações do uso de tatuagem e piercing. **SMAD, Revista. Eletrônica Saúde Mental Álcool Drogas,** São Paulo, v. 9, n. 1, p. 41-47, jan./apr. 2013.

DURKS, B. Daniel; SILVA, P. Sidinei. Políticas do corpo na sociedade líquido-moderna: novos desafios à Educação Física. **EFDeportes.com, Revista Digital**, Buenos Aires, año 18, n. 181, jun. 2013.

DAYREL, Juarez (Org.) **Juventude e ensino médio: sujeitos e currículos em diálogo**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

ESTEVES, Rosita; RAMIRES, Vera Regina Röhnelt. Imagem do Corpo e Bulimia. **Ágora**, Rio de Janeiro, v. XVIII, n. 2, p. 225-240, jul./dez. 2015.

FERREIRA, Vitor Sérgio. **Marcas Que Demarcam**. Tatuagens, Body Piercing e Culturas Juvenis. Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, 2009.

FEATHERSTONE, M. The body in consumer. In: FEATHERSTONE, M.; HEPWORTH, M.; TURNER, B. S. (Orgs.). **The body – social process and cultural theory**. London: Sage Publication, 1996.

FELDEN et al. Fatores sociodemográficos e imagem corporal em adolescentes do ensino médio. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 11, p. 3329-3337, 2015.

FORZA, C. Survey research in operations management: a process-based perspective. **International Journal of Operations and Production Management**, Bingley, Reino Unido, v. 22, n. 2, p. 152-194, 2002.

FORTES, Leonardo de Souza et al. Comportamento Alimentar Inadequado em Adolescentes de Juiz de Fora. **Temas em Psicologia**, Ribeirão Preto, v. 21, n. 2, p. 403-410, 2013.

FORTES, Leonardo de Souza et al. Fatores associados ao comportamento alimentar inadequado em adolescentes escolares. **Revista Psiquiatria Clínica**, São Paulo, v. 40, n. 2, p. 59-64, 2013.

\_\_\_\_\_. A autoestima afeta a insatisfação corporal em adolescentes do sexo feminino? **Revista Paulista de Pediatria**, São Paulo, v. 32, n. 3, p. 236-240, 2014.

\_\_\_\_\_. Autoestima, insatisfação corporal e internalização do ideal de magreza influenciam os comportamentos de risco para transtornos alimentares? **Revista Nutrição**, Campinas, v. 28, n. 3, p. 253-264, maio/jun. 2015.

FREITAS, H.; JANISSEKMUNIZ, R.; ANDRIOTTI, F. K.; FREITAS, P.; COSTA, R. S. Pesquisa via Internet: características, processo e interface. **Revista Eletrônica GIANTI**, Porto Alegre, 2004.

FLORÊNCIO, Raquel Sampaio et al. Excesso ponderal em adultos jovens escolares: a vulnerabilidade da autopercepção corporal distorcida. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, v. 9, n. 2, p. 258-65, mar./abr. 2016.

GHIRALDELLI JR., Paulo. **O corpo: Filosofia e educação**. São Paulo: Ática, 2007.

GIL, Antonio. **Como elaborar projeto de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOELLNER, V. Silvana; FIGUEIRA, L. M. Márcia. Corpo e Gênero: a revista capricho e a produção do corpo feminino. **Motrivivência**, Florianópolis, UFSC, n. 19, ano XIII, dez. 2002.

GOLDENBERG, Mirian (Org.). **Nu & vestido**: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GOMES, Ivan Marcelo. **Conselheiros modernos**: propostas para a educação do indivíduo saudável. 2008. 222 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) – Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas do Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

GOMES, Ivan Marcelo; VAZ, Alexandre Fernandez; ASSMANN, Selvino José. Conselheiros midiáticos: o “Caderno Equilíbrio” da Folha de São Paulo e suas ponderações na formação do indivíduo saudável. **Movimento**, Porto Alegre, v. 16, n. 4, p. 117-134, out./dez. 2010.

GRACINDO, Giselle Crosara Lettieri. A moralidade das intervenções cirúrgicas com fins estéticos de acordo com a bioética principialista. **Revista Bioética**, Brasília, v. 23, n. 3, p. 524-34, 2015.

GONDRA, G. José. Homo Hygienicus: educação, higiene e a reinvenção do homem. **Cadernos CEDES**, Campinas, v. 23, n. 59, p. 25-38, abr. 2003.

GONDIM, S. M. G. Perfil profissional e mercado de trabalho: relação com formação acadêmica pela perspectiva de estudantes universitários. **Estudos de Psicologia**, Natal, v. 7, n. 2, 2002.

GONÇALVES, S. Andreia; AZEVEDO, A. Aldo. A re-significação do corpo pela Educação Física Escolar, face ao estereótipo construído na contemporaneidade. **Pensar a Prática**, Florianópolis, v.10, n. 2, p. 201-219, jul./dez. 2007.

HALLAL, Pedro Curi et al. Prática de atividade física em adolescentes brasileiros. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 15, v. 2, p. 3035-3042, 2010.

IEPSEN, Alice Meyer; SILVA, Marcelo Cozzensa. Prevalência e fatores associados à insatisfação com a imagem corporal de adolescentes de escolas do Ensino Médio da zona rural da região sul do Rio Grande do Sul, 2012. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, Brasília, v. 23, n. 2, p. 317-325, abr./jun. 2014.

KITZINGER, J. Focus groups with users and providers of health care. In: POPE, C.; MAYS, N. (Orgs.). **Qualitative research in health care**. 2. ed. London: BMJ Books, 2000.

LIPOVESTSKI, Gilles. **A terceira mulher**: permanência e revolução do feminino. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LIMA, Aluísio Ferreira; BATISTA, Karina de Andrade; JUNIOR, Nadir Lara. A ideologia do corpo feminino perfeito: questões com o real. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 18, n. 1, p. 49-59, jan./mar. 2013.

MACEDO, Tassia Teles Santana et al. Percepção de pessoas obesas sobre seu corpo. **Escola Anna Nery Revista de Enfermagem**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, jul./set 2015.

MARQUES, R. D. Gabriel. **A Educação do Corpo e o Protagonismo Discente no Colégio Pedro II**: mediações entre o ideário republicano e a memória histórica da instituição (1889-1937). 2011, 169f . Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Rio de Janeiro, 2011.

MARQUES, Inês Maria. (In)Satisfação com a imagem corporal na adolescência. **Nascer e Crescer**, Porto, v. 25, n. 4, p. 217-21, 2016.

MIRANDA et al. Imagem corporal de adolescentes de cidades rurais. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 6, p. 1791-1801, 2014.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 2007.

PALMA, Alexandre et al. **Culto ao corpo e exposição de produtos na mídia especializada em estética e saúde**. Porto Alegre, v. 16, n. 1, p. 31-51, jan./mar.2010.

PALMA, Alexandre et al. A insatisfação com peso e massa corporal em estudantes do ensino médio do sexo feminino no Município do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis, v. 35, n. 1, p. 51-64, jan./mar. 2013.

PASSOS, Michelle et al. Representações sociais do corpo: um estudo com adolescentes do Município do Rio de Janeiro, Brasil. **Caderno de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 12, p. 2383-2393, dez. 2013.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SUE, V. M.; RITTER, L. A. **Conducting online surveys**. Califórnia: Sage Publications, 2007.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna**: intelectuais, arte e vídeo cultura na Argentina. Rio de Janeiro; Editora da UFRJ, 2000.

SILVA, Ana Márcia. **Corpo, Ciência e Mercado**: reflexões acerca da gestão de um novo arquétipo de felicidade. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.

SILVA, Wanderson et al. Fatores que contribuem para preocupação com a imagem corporal de estudantes universitárias. **Revista Brasileira de Epidemiologia**. São Paulo, v. 18, n. 4, p. 785-797, out./dez. 2015.

SILVA, Dayanne Caroline de Assis et al. Percepção de adolescentes sobre a prática de alimentação saudável. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 11, p. 3299-3308, 2015.

SANTOS, Glauber, **Cálculo amostral**: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 5 dez. 2016.

SERRA, G. M. A. **Saúde nutrição na adolescência**: o discurso sobre dietas na revista Capricho. 2001, 138 f. Dissertação (Mestrado em Saúde Pública) – Escola Nacional de Saúde Pública da Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2001.

SOUZA, F. Rosa. **História da organização do trabalho escolar e do currículo no século XX**: (ensino primário e secundário no Brasil). São Paulo: Cortez, 2008.

SOUZA, Aline Cavalcante; ALVARENGA, Marle dos Santos. Insatisfação com a imagem corporal em estudantes universitários – Uma revisão integrativa. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, Rio de Janeiro, v. 65, n. 3, p. 286-99, 2016.

TEIXEIRA, M. L. A adolescência, o adolescente, o pensamento forma e seus desdobramentos. **Revista Psicopedagogia**, Pinheiros, v. 16, n. 42, s/p., 1997.

TEIXEIRA, Fábio Luís Santos; FREITAS, Clara Maria Silvestre Monteiro; CAMINHA, Iraquitã de Oliveira. A lipofobia nos discursos de mulheres praticantes de exercício físico. **Motriz**, Rio Claro, v. 18 n. 3, p. 590-601, jul./set 2012.

TEO, Carla Rosane Paz Arruda. Discursos e a Construção do Senso Comum sobre Alimentação a Partir de uma Revista Feminina. **Saúde e Sociedade**. São Paulo, v. 19, n. 2, p. 333-346, 2010.

TRAD, Leny. Grupos focais: conceitos, procedimentos e reflexões baseadas em experiências com o uso da técnica em pesquisas de saúde. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 777-796, 2009.

VILELA, J. E. M.; LAMOUNIER, J. A.; FILHO, M. A.D.; NETO, J. R. B.; HORTA, G. M. Transtornos alimentares em escolares. **Jornal de Pediatria**, Porto Alegre, v. 80, n. 1, p. 49-54, 2004.

WELLER, W. Grupos de discussão na pesquisa com adolescentes e jovens: aportes teórico-metodológicos e análise de uma experiência com o método. **Educação e Pesquis**, São Paulo, v. 32, n. 2, p. 241-260, 2006.

WALTER, Olga. Análise de ferramentas gratuitas para condução de survey online. **Produto e Produção**, v. 14, n. 2, p. 44-58, jun. 2013.

## APÊNDICES



## **APÊNDICE A**

### **SOBRE OS INVESTIMENTOS E CUIDADOS COM O CORPO NA SOCIEDADE DE CONSUMIDORES: INTERPRETAÇÕES A PARTIR DE ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO DO COLÉGIO PEDRO II**

#### **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)**

Você está sendo convidado para participar, como voluntário, de uma pesquisa denominada: Sobre os investimentos e cuidados com o corpo na sociedade de consumidores: interpretações a partir de estudantes do ensino médio do Colégio Pedro II que faz parte do projeto de pesquisa intitulado: A educação do corpo e em saúde nos projetos, práticas e narrativas identitárias na região metropolitana de Vitória.

O objetivo do nosso estudo é compreender como os estudantes do ensino médio do Colégio Pedro II investem e cuidam do corpo no que Zygmunt Bauman convencionou chamar de sociedade de consumidores. O estudo justifica-se na medida em que permite articular propostas sobre o bem-estar individual e os estilos de vida saudáveis com as mudanças provenientes na sociedade atual com as práticas de consumo relacionados aos cuidados com o corpo. A justificativa está em desvendar a edificação dessas noções e as inerentes propostas construídas no interior dos campos que serão analisados nesta pesquisa.

A qualquer momento você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com o pesquisador ou com a instituição. Além disso, informamos que você não terá despesas nem será remunerado pela participação nesta pesquisa.

Sua participação nesta pesquisa consistirá em responder algumas perguntas em forma de entrevistas semi-estruturadas que serão gravadas e, posteriormente, transcritas na íntegra. As informações obtidas através dessa pesquisa serão confidenciais e asseguramos o sigilo sobre sua participação. Os dados não serão divulgados de forma a possibilitar sua identificação.

Embora mínimos, os riscos podem ser perspectivados como a possibilidade de uma avaliação e/ou exposição negativa das informações prestadas pelo informante. Para evitar os danos que tais riscos podem causar, GARANTIREMOS O

ANONIMATO DOS PARTICIPANTES, bem como compartilharemos e validaremos todos os dados e análises com os participantes da pesquisa antes de publicá-los. Essa medida garante que o participante tenha clareza de que não serão realizadas exposições negativas das suas informações. Todavia, explicitamos a garantia de indenização diante de eventuais danos decorrentes da pesquisa, conforme Resolução nº 466 do Conselho Nacional de Saúde. Já os benefícios relacionados com a sua participação estão relacionados à possibilidade da abertura de debates entre os participantes envolvidos, bem como, a ampliação da produção teórica com possíveis reflexões no campo acadêmico e da saúde pública sobre o cultivo da vida saudável.

Esse TCLE possui duas vias, sendo que uma ficará em posse do pesquisador e você receberá uma via deste termo onde consta o telefone e o endereço institucional do pesquisador e do comitê de ética desta instituição, podendo tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação, agora ou em qualquer momento.

Para qualquer tipo de esclarecimento entrar em contato com:

Pesquisador: Guilherme de Castro Ribeiro Ferreira e Silva. Tel.: (21) 99867-8988. Colégio Pedro II - Unidade de São Cristóvão III. Campo de São Cristóvão, 177 - São Cristóvão - Rio de Janeiro. CEP: 20921-440. Tel.: (21) 99867-8988.

Pesquisador responsável: Ivan Marcelo Gomes. Tel.: (27) 4009-7676. Universidade Federal do Espírito Santo - Centro de Educação Física e Desportos - Laboratório de Estudos em Educação Física. Av. Fernando Ferrari, 514 *Campus* Universitário Goiabeiras Vitória – ES. CEP: 29075-810. Tel.: (27) 3335-7676 / (27) 4009-7676.

Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos, UFES/*Campus* de Goiabeiras: Sala 07 do Prédio Administrativo do Centro de Ciências Humanas e Naturais, *Campus* Universitário de Goiabeiras, Av. Fernando Ferrari, s/n, Vitória-ES, CEP 29.060-970, Telefone: 3145-9820, E-mail: cep.goiabeiras@gmail.com

**Eu, \_\_\_\_\_, concordo em participar do estudo "Sobre os cuidados com o corpo na sociedade de consumidores: com a palavra alunas e alunos do ensino médio do Colégio Pedro II".**

**Fui devidamente informado e esclarecido pelo pesquisador Guilherme de Castro Ribeiro Ferreira e Silva sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade para ambas as partes.**

Local e data \_\_\_\_\_, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Assinatura do participante ou responsável:

\_\_\_\_\_

Assinatura do pesquisador responsável:

\_\_\_\_\_

## APÊNDICE B

### QUESTIONÁRIO *SURVEY ON-LINE*

#### **SOBRE OS INVESTIMENTOS E CUIDADOS COM O CORPO NA SOCIEDADE DE CONSUMIDORES: INTERPRETAÇÕES A PARTIR DE ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO DO COLÉGIO PEDRO II**

Este questionário faz parte da pesquisa de Mestrado intitulada "Sobre os investimentos e cuidados com o corpo na sociedade de consumidores: interpretações a partir de estudantes do ensino médio do Colégio Pedro II" do Programa de Pós-graduação em Educação Física da Universidade Federal do Espírito Santo. A pesquisa busca compreender como os estudantes do ensino médio do Colégio Pedro II investem e cuidam do corpo no que Zygmunt Bauman convencionou chamar de sociedade de consumidores.

O questionário foi dividido em uma parte inicial sobre dados pessoais e cinco tópicos que abordarão as seguintes temáticas: "corpo e consumo", "intervenções no corpo", "cuidados com a alimentação" e "práticas corporais".

**LEIA COM ATENÇÃO! A LEITURA ATENTA É MUITO IMPORTANTE PARA QUE SE POSSA RESPONDER O QUESTIONÁRIO DE MANEIRA CORRETA.**

Desde já, agradecemos sua participação!

***\*Obrigatório***

#### **DADOS PESSOAIS**

Categoria voltada para compor a matriz socioeconômica da pesquisa.

**1 – Nome completo.**

**2 – Idade. \***

**3 – Sexo. \***

- Feminino  
 Masculino

**4 – Município onde mora. \*****5 – Bairro onde mora. \*****6 – Quantas pessoas moram com você? \***

- Uma a três  
 Quatro a sete  
 Oito a dez  
 Mais de dez

**7 – Somando a renda das pessoas que moram com você, quanto é, aproximadamente, a renda familiar mensal? \***

- Até um salário mínimo (até R\$ 880,00)  
 De um a três salários mínimos (de R\$ 880,00 até R\$ 2.640,00)  
 De três a seis salários mínimos (R\$ 2.640,00 até R\$ 5.280,00)  
 De seis a nove salários mínimos (R\$ 5.280,00 até R\$ 7.920,00)  
 De nove a doze salários mínimos (R\$ 7.920 até R\$ 10.560,00)  
 Mais de doze salários mínimos (mais de R\$ 10.560,00)

**8 – Qual seu ano escolar?**

- 1º Ano  
 2º Ano  
 3º Ano

**9 – Além de estudar, exerce alguma função com remuneração? \***

- Sim  
 Não

**CORPO E CONSUMO**

Neste campo queremos saber qual sua relação com seu corpo, assim como, sua relação com produtos e serviços voltados para os cuidados com o corpo.

**10 – Você gosta do seu corpo? \***

( ) Sim

( ) Não

**11 – Quais os motivos? \***

**12 – Ainda com relação ao seu corpo, quando se olha no espelho, como se sente: \***

( ) Feliz

( ) Infeliz

( ) Segura(o)

( ) Insegura(o)

( ) Ansiosa(o)

Outro.

**13 – Você conhece ou conheceu algum(a) amigo(a) que a insatisfação com seu corpo gerou problemas de saúde como a bulimia, anorexia ou vigorexia? \***

( ) Sim

( ) Não

**14 – Para você, existe um modelo de corpo perfeito? \***

( ) Sim

( ) Não

**15 – Se sim, existe limite para a busca de um corpo perfeito? \***

**16 – Para você, o que seria um corpo belo? \***

**17 – Para você, o que seria um corpo feio?**

**18 – Você busca se atualizar sobre os novos produtos lançados a cada dia para os cuidados com o corpo? \***

( ) Sim

( ) Não

**19 – Se sim, quais são os meios que você utiliza para obter tais informações?**

( ) TV

( ) Jornais, revistas e livros

( ) Internet

Outro.

**20 – O que você espera dos produtos que consome? \***

**21 – Você acha que a mídia (programas, comerciais, sites e blogs sobre saúde, estética, dieta e estilos de vida saudável) influencia em suas decisões de consumo? \***

( ) Sim

( ) Não

**22 – Justifique sua resposta. \***

## **INTERVENÇÕES NO CORPO**

Neste campo gostaríamos de saber sobre sua relação com procedimentos estéticos e/ou cirúrgicos, se já fez ou não e os motivos que a(o) levaram a fazer tal procedimento.

**23 – Você já realizou intervenções no corpo para manter, melhorar, modificar a forma corporal? \***

( ) Sim

( ) Não

**24 – Que tipo de intervenção? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre intervenções no corpo).**

- Cirurgia Plástica
  - Lipoaspiração
  - Rinoplastia
  - Abdominoplastia
  - Massagens (Redução de Medidas)
  - Botox
  - Cirurgia Bariátrica
  - Cirurgia de Redução de Estômago
  - Piercing
  - Tatuagem
- Outro.

**25 – Quando foi à última vez que realizou? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre intervenções no corpo).**

- Faz dias
- Faz semanas
- Faz meses
- Faz anos

**26 – Qual é o principal motivo para realizar essa intervenção? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre intervenções no corpo).**

- Para conservar a forma
  - Para recuperar a forma
  - Melhorar/manter a estética corporal
  - Para recuperar/manter a saúde
  - Para evitar doenças
  - Para sentir-se com maior disposição
- Outro.

**27 – Você pretende fazer novamente uma intervenção? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre intervenções no corpo).**

- Sim
- Não



**28 – Que tipo de intervenção? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre intervenções no corpo).**

**29 – Gostaria de realizar intervenção no corpo para manter, melhorar, modificar a forma corporal? (Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta sobre intervenções no corpo).**

( ) Sim

( ) Não

**30 – Que tipo de intervenção? (Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta sobre intervenções no corpo).**

( ) Cirurgia Plástica

( ) Lipoaspiração

( ) Rinoplastia

( ) Abdominoplastia

( ) Massagens (Redução de Medidas)

( ) Botox

( ) Cirurgia Bariátrica

( ) Cirurgia de Redução de Estômago

( ) Piercing

( ) Tatuagem

Outro.

**31 – Qual é o principal motivo pelo qual gostaria de realizar essa intervenção? (Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta sobre intervenções no corpo).**

( ) Para conservar a forma

( ) Para manter a forma

( ) Melhorar/manter a estética corporal

( ) Para recuperar/manter a saúde

( ) Para evitar doenças

( ) Para sentir-se com maior disposição

Outro.

**CUIDADOS COM ALIMENTAÇÃO**

Neste campo gostaríamos de saber sobre seus hábitos alimentares, como preocupação com a alimentação, se faz ou não algum tipo de dieta, se já utilizou suplementos alimentares, assim como, os motivos que a(o) levaram ter um pouco de atenção com a alimentação.

**32 – Costuma cuidar-se na alimentação? \***

Sim

Não

**33 – Está fazendo alguma dieta?**

Sim

Não

**34 – Deveria cuidar-se na alimentação? (Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta sobre cuidar-se na alimentação).**

Sim

Não

**35 – Deveria fazer alguma dieta? (Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta sobre dieta).**

Sim

Não

**36 – Qual é o principal motivo para cuidar-se na alimentação? (Apenas para quem respondeu SIM sobre cuidar-se ou deveria cuidar-se na alimentação).**

Para conservar a forma

Para recuperar a forma

Melhorar/manter a estética corporal

Para recuperar/manter a saúde

Para evitar doenças

Para sentir-se mais disposto

Outro.

**37 – Costuma ingerir algum tipo de suplemento alimentar (vitaminas, carboidratos e proteínas)? \***

Sim

Não

**38 – Qual o principal motivo para consumir os suplementos? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre suplemento alimentar).**

Para conservar a forma

Para recuperar a forma

Melhorar/manter a estética corporal

Para melhorar o desempenho esportivo

Para recuperar/manter a saúde

Para evitar doenças

Para sentir mais disposição

Outro.

## **PRÁTICAS CORPORAIS**

Neste campo gostaríamos de saber sobre suas práticas corporais, se você realiza com que frequência e quais foram às razões que te levaram ou não a praticar alguma atividade física.

**39 – Costuma, em seu tempo livre, praticar esportes, exercícios físicos e/ou algum outro tipo de atividade física recreativa? \***

Sim

Não

**40 – Qual é ou quais são os esportes, exercícios físicos ou atividades físicas que pratica frequentemente? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre atividade física).**

Esportes (Futebol, Vôlei, Basquete, Handebol, Tênis e etc.)

Caminhada/Corrida

Bicicleta

Patins/Skate

- Surfe/Stand Up Paddle/Bodyboard
  - Musculação/Ginástica
  - Crossfit
  - Treinamento Funcional
  - Natação
  - Lutas (Judô, Jiu-Jitsu, Karatê, Muay-Thai e etc.)
  - Dança
- Outro.

**41 – Com que frequência pratica a(s) atividade(s)? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre atividade física).**

- Uma a duas vezes por semana
- Duas a três vezes por semana
- Três a quatro vezes por semana
- Quatro a cinco vezes por semana
- Cinco a seis vezes por semana
- Seis a sete vezes por semana

**42 – Quantas horas do seu dia dedica a prática de exercício físico?**

- Menos de uma hora
- De uma a duas horas
- De duas a três horas
- Mais de três horas

**43 – Quais as principais razões que o levam a realizar a(s) atividade(s)? (Apenas para quem respondeu SIM na pergunta sobre atividade física).**

- Divertimento, ocupação do tempo livre
- O convívio que proporciona
- Manter e melhorar a condição física
- Melhorar/manter a estética corporal
- Questão de saúde
- Porque gosta de esporte
- Fazer carreira esportiva
- Quebrar a rotina do dia-a-dia

( ) Contato com a natureza

( ) Sentir/explorar o corpo

Outro.

**44 – Poderia apontar as razões pelas quais não pratica esportes, exercícios físicos ou atividades físicas recreativas? (Apenas para quem respondeu NÃO na pergunta inicial sobre atividade física).**

( ) Jornada extensa de estudo e/ou trabalho

( ) Compromisso familiar

( ) Limitações físicas

( ) Falta de conhecimento/orientação

( ) Preocupação com a aparência (vergonha)

( ) Falta de espaço disponível para a prática

( ) Falta de equipamento disponível

( ) Falta de energia (cansaço físico)

( ) Falta de habilidades físicas

( ) Falta de interesse em praticar

Outro.

## APÊNDICE C

### ROTEIRO GRUPO FOCAL

#### **SOBRE OS INVESTIMENTOS E CUIDADOS COM O CORPO NA SOCIEDADE DE CONSUMIDORES: INTERPRETAÇÕES A PARTIR DE ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO DO COLÉGIO PEDRO II**

1 – O que vocês acham do atual movimento de culto ao corpo? A partir das vivências de vocês.

2 – Vocês poderiam falar um pouco sobre o corpo de vocês? Da relação que vocês estabelecem com ele?

3 – Sobre o corpo na era das massas, principalmente na vinculação de determinados padrões de corpo e beleza. Vocês se sentem pressionados a se enquadrarem em determinados padrões de corpo e beleza divulgados pela mídia? O que acham desse processo?

4 – Na pesquisa inicial, 52,2 % dos estudantes disseram que gostariam de fazer alguma intervenção no corpo, desses, 80,6 % apontaram a busca pela manutenção/melhora da estética corporal, eu gostaria que vocês comentassem o que acham desses dados.

5 – Para vocês, a busca pela boa forma e beleza possui limite(s)? Gostaria que vocês comentassem um pouco sobre isso.

6 – Vocês cuidam de sua alimentação? Por quais motivos?

7 – Qual a relação de vocês com as práticas corporais. Comente um pouco sobre o que levou vocês a buscarem e se interessarem por tal prática.

8 – Como o CPlI trata as questões que envolvem o corpo? Como a participação em diferentes grupos como a frente feminista, grêmio estudantil, dentre outros, ajudam vocês a lidarem com as questões contemporâneas que cercam o corpo?