

Construção identitária nos perfis fitness do Instagram¹

Ana Rute Alves RAMIRES²

Naiana Rodrigues da SILVA³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará

RESUMO:

Este artigo tem como objetivo analisar a maneira de se expressar dos perfis fitness como forma de construção identitária na rede social Instagram. O trabalho reflete sobre a influência do ideal de felicidade atrelado ao corpo perfeito presente na sociedade contemporânea, utilizando-se, para isso, de conceitos de teóricos pós-modernistas. Através de um trabalho de pesquisa exploratória, foram selecionados cinco perfis a fim de se analisar a forma escolhida por esses usuários de se expressar através das fotos publicadas. A análise foi realizada a partir de conceitos de Bauman (2001), Freire Filho (2010) e Recuero (2009).

PALAVRAS-CHAVE: *fitness*; construção identitária; Instagram.

Introdução

Muitos teóricos abordam a questão da construção identitária na sociedade pós-moderna. Em tempos de predominância das redes sociais, é possível observar que a forma como os usuários constroem seus perfis muitas vezes se assemelha, e isso parece se dever ao anseio geral em transmitir sentimentos de felicidade e realização pessoal. O ideal de felicidade se modifica de acordo com o contexto temporal e social, variando a partir de várias temáticas e preocupações. Diante disso, pode ser observada a recorrência com que se encontram perfis que expõem uma “vida saudável” nas redes sociais, usuários que se utilizam delas para mostrar seus hábitos e pregam o culto ao corpo perfeito através de um estilo de vida diferenciado.

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação do 5º semestre do curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC, email: anaruteramires@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo do ICA-UFC, email: naianarodrigues@gmail.com.

Assim, este trabalho tem como objetivo refletir sobre a construção identitária na rede social Instagram através de uma análise exploratória de perfis. A análise se dá de forma qualitativa. Como fundamentação teórica do trabalho, foram utilizados conceitos de identidade na pós-modernidade (Bauman), o ideal de felicidade (Freire Filho) e a reputação nas redes sociais (Recuero).

1. Construção identitária

Os termos pós-modernidade e modernidade tardia denominam o momento em que as sociedades atuais se encontram de acordo com a visão de certos estudiosos, como Zygmunt Bauman. Do período anterior para o atual, o conceito de identidade se modificou e começou a ser construído também a partir das redes sociais. Uma das principais metáforas utilizadas para descrever a pós-modernidade foi formulada por Zygmunt Bauman (1998), que fala da liquidez da modernidade tardia e das mudanças no conceito de identidade.

Segundo Bauman:

O projeto moderno prometia libertar o indivíduo da identidade herdada. Não tomou, porém, uma firme posição contra a identidade como tal, contra se ter uma identidade, mesmo uma sólida, exuberante e imutável identidade. Só transformou a identidade, que era questão de atribuição, em realização – fazendo dela, assim, uma tarefa individual e da responsabilidade do indivíduo. (BAUMAN, 1998, p.30)

O que revela que o autor concebe a construção identitária nesse momento como uma responsabilidade do indivíduo. Como pode ser observado nas redes sociais, onde os indivíduos constroem seus perfis a partir de suas manifestações pessoais.

Bauman (2011) também aborda a mudança nas concepções de corpo na construção das identidades no período líquido da modernidade, diferenciando os conceitos de saúde e aptidão física, o ideal *fitness*.

Se a sociedade dos produtores coloca a saúde como padrão que seus membros devem atingir, a sociedade dos consumidores acena aos seus com o ideal da aptidão (*fitness*). Os dois termos – saúde e aptidão – são frequentemente tomados como coextensivos e usados como sinônimos; afinal, ambos se referem a cuidados com o corpo, ao Estado que se quer que o corpo alcance e ao regime que se deve seguir para realizar essa vontade. Tratar esses termos como sinônimos é, porém, um erro - e não meramente pelos fatos conhecidos de que nem todos os regimes de aptidão “são bons para a saúde” e de que o que ajuda a manter a saúde não necessariamente leva à aptidão. Saúde e aptidão pertencem a dois discursos muito diferentes e apelam a preocupações muito diferentes. (BAUMAN, 2011, p.91)

Para o autor (2001), os objetivos da busca pela aptidão são sempre uma etapa de esforço sem fim, após o alcance dos objetivos há o descanso e celebração momentânea, que são seguidos por outra etapa de trabalho árduo.

2. O ideal de felicidade *fitness*

Como exemplo do que foi falado por Bauman, podem ser citados os perfis *fitness*, objeto de estudo deste trabalho. Neles, grande parte da construção identitária dos usuários é feita a partir da exposição do ideal de aptidão física como auge da saúde e do bem-estar. O consumo de produtos que ajudam a manter um corpo perfeito reforça a construção da identidade e a imagem que cada usuário quer passar aos demais atores da rede.

Sobre a manipulação estética do corpo, Lucia Santaella utiliza o conceito de corpo remodelado: “Trata-se do corpo construído com técnicas de aprimoramento físico: ginástica, musculação, e, até as técnicas de modelagem através de implantes, enxertos e cirurgias plásticas para a adaptação do corpo a padrões estéticos conjunturais.” (SANTAELLA, 2003, p. 200).

Segundo Paula Sibilia (2010), a todo momento homens e mulheres tornam-se ícones de beleza e, paralelamente, gera-se o aumento da busca pela boa forma:

Tanto as lentes das câmeras como os olhares dos espectadores são atraídos pelos pouquíssimos perfis capazes de ostentar a silhueta esguia e as feições juvenis irradiadas pelos meios de comunicação. Somente esses corpos, singularmente agraciados, além de sarados e malhados com o cotidiano rigor, conseguem projetar seu brilho nos pódios da mídia e inspiram o arroubo de todos os demais. [...] Não se trata apenas de consumir com os olhos os contornos exemplares dessas figuras alheias, mas também de confeccionar um corpo próprio que mereça ser observado de modo semelhante. (SIBILIA, 2010, p. 198)

Podemos observar que tal fenômeno tem relação com a demanda da sociedade de sentimentos exacerbados de felicidade e realização próprios da contemporaneidade. Nas últimas décadas, o ideal fixo de felicidade é tão demasiadamente difundido e ansiado que os próprios esforços efetivos passam despercebidos. Para João Freire Filho (2011), “a felicidade é decantada, em mensagens publicitárias, pesquisas acadêmicas e projetos políticos, como ‘o alfa e ômega da existência’ – a mola propulsora de todas as ações humanas, a obrigação e o

direito primordial de cada um de nós” (FREIRE FILHO, 2011, p. 13).

O autor também afirma que: “Na era da felicidade compulsiva e compulsória, vêm aparentar-se bem-adaptado ao ambiente, irradiando confiança e entusiasmo, alardeando uma personalidade desembaraçada, extrovertida e dinâmica” (FREIRE FILHO, 2010, p. 17). Através dessas estratégias, os usuários fazem a publicidade e marketing da própria imagem.

3. Redes Sociais e o Instagram

Com o surgimento da Internet e, posteriormente, da Web 2.0, que denomina a segunda geração da *World Wide Web*, houve a difusão das redes sociais digitais, como exemplo: Facebook, Whatsapp, Twitter, dentre outras. Boyd & Ellison *apud* Recuero (2009, p. 102) definem sites de redes sociais “como aqueles sistemas que permitem i) a construção de uma pessoa através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator.” Definição que permite caracterizar o Instagram como tal.

Sobre os usuários das redes, a autora afirma:

Os atores são o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais. (RECUERO, 2009, p. 25)

Santaella (2013) afirma que, no que diz respeito à criação dos perfis nas redes sociais os usuários “passam a responder a atuar como se esse perfil fosse uma extensão sua, uma presença daquilo que constitui sua identidade. Esses perfis passam a ser como estandartes que representam as pessoas que os mantêm” (SANTAELLA, 2013, p.43).

O Instagram é uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos que permite aos seus usuários tirar fotos e vídeos, aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como Facebook, Twitter, Tumblr e Flickr. Os usuários também são capazes de gravar e compartilhar vídeos curtos com duração de até 15 segundos.

Em Fevereiro de 2010 o brasileiro Mike Krieger e o norte-americano Kevin Systrom, criam o Burbn, aplicativo que daria origem ao Instagram. Porém, segundo os fundadores, ele era muito "complicado", nele era possível fazer fotos, check-ins e planos para o final de semana. Em

outubro de 2010, o Burbn é repensado e acaba se transformando no Instagram. O aplicativo, que até então era disponível apenas para usuários de aparelhos da Apple, acaba se tornando uma rede social, pois nele torna-se possível curtir e comentar as fotos de amigos. Depois de um ano no mercado, o Instagram anuncia uma série de mudanças em sua estrutura, como a chegada de novos filtros e *upgrade* na interface da câmera. Os criadores focam na ampliação da rede e em abril de 2012, o aplicativo da rede ganha uma versão para Android, já contando com mais de 30 milhões de usuários.

Segundo dados fornecidos pela própria rede, disponíveis no site, o aplicativo possui cerca de 300 milhões de usuários ativos mensais, 70 milhões de fotos compartilhadas e 2.5 bilhões de curtidas por dia.⁴

Metodologia

O presente trabalho utilizou uma metodologia baseada em uma pesquisa exploratória e qualitativa, à luz do referencial teórico supracitado foi feita uma análise de uma amostra de perfis que pudessem representar a maneira de expressão dos perfis *fitness* na rede. Apesar da amostra reduzida em relação ao universo da pesquisa, entende-se que a pesquisa possa trazer resultados satisfatórios para o objetivo desejado, dada a natureza exploratória do trabalho.

Para verificar a construção identitária dos perfis, a seleção foi feita a partir dos cinco primeiros usuários brasileiros exibidos no resultado da pesquisa “*#fitness*” na busca do aplicativo da rede social Instagram.

Análise dos dados

A partir da análise do conteúdo postado pelos usuários nos respectivos murais, perceberam-se alguns padrões. Primeiro, vale mencionar a procedência dos usuários: Bella Falconi (1 milhão de seguidores), Carol Buffara (381 mil seguidores), Felipe Franco (1 milhão de seguidores) Gabriela Pugliesi (843 mil seguidores) e Renan Correa (180 mil seguidores). A influência imagética é o aspecto central e predomina a utilização de diversas ferramentas para corroborar o ideal de vida proposto.

⁴ Dados obtidos no dia 9 de julho de 2015, em <<http://instagram.com/press/>>.

Figura 1 – Bella Falconi



Figura 2 – Felipe Franco



Figura 3 – Gabriela Pugliesi



Figura 4 – Carol Bufara



Figura 5 – Renan Correa



Os usuários do Instagram constroem seu perfil de acordo com os recursos oferecidos na rede digital utilizando-se de inúmeras estratégias enunciativas, a partir das quais traçam sua identidade virtual. Todos os cinco usuários se utilizam da rede pelo menos uma vez por dia, postando, em média, três fotos. A preocupação em disponibilizar o máximo de infor-

mações sobre o dia-a-dia é evidente nos perfis de todos os usuários. Esse fato revela a preocupação, também, em passar a ideia de instantaneidade e continuidade das informações veiculadas.

As publicações também têm caráter “pedagógico”, pois os usuários preparam fotos e vídeos com séries de exercícios, nos quais ensinam e dão dicas sobre sua execução, o que transmite uma imagem de autoridade sobre o assunto. Tais métodos conferem valor de verdade e provam para aos seguidores os sacrifícios e a dedicação para atingir o ideal de felicidade assumido por eles. As imagens se assemelham no que diz respeito ao cenário, predominantemente em academias.

Figura 6 – Gabriela Pugliesi

Figura 7 – Carol Buffara

Figura 8 – Renan Correa



Figura 9 – Felipe Franco

Figura 10 – Explicação do treino



gabrielapugliesi Done

Treino de hoje:

20 minutos de corrida + 5 vezes esse circuito:

- tiro na areia de 1'
- 10 burpees
- 10 flexões
- 50 abdominais

•

E voltei correndo + 20 minutos solto! Eeeee

Jaja posto video! Tchau Rio! Ate mais!

A construção da identidade também gera um modo de falar específico no qual os usuários dos perfis se expressam e corrobora com o estilo de vida que é proposto e incentivado aos seguidores, utilizando *hashtags*⁵ próprias, como #projetocarolbuffara, #fikagrandeporra, #esmagaq cresce, #FitnessRevolution, #geraçãoPugliesi, #NeverStops. Também é observada a utilização de legendas com textos de encorajamento como forma de transmitir os valores do ideal de felicidade proposto, nas quais os usuários dos perfis de referência se tornam autoridades motivacionais.

Figuras 11, 12 e 13 – Utilização de *hashtags* para incentivar o estilo de vida

gabrielapugliesi Pois é, nada é a toa nessa vida. Quer moleza? Senta no pudim! Ninguém precisa de estrutura pra treinar, é só ter força de vontade #TeamChicken #FrangasSim #MolengasJamais #RB3 #FitnessRevolution #escadariaSumare #QuemNãoChoraNãoMama #geracaoPugliesi #NeverStops

renan4fitclub Nao podia faltar uma com o meu brother @fefrancooficial É o mestre né! Tamo junto irmão 📷 📱 🌟 sucesso total, noix! #fikagrandeporra #esmagaq cresce

carolbuffara Bonjour! Selfie pré-treino! Nada como fazer esporte, nas férias, com esse visual! 📍 #projetocarolbuffara #projetoCBviaja #cycling #velo

Figura 14 – Discurso de motivação

bella.falconi Antes eu chamava de falta de tempo. Hoje entendo que era falta de prioridades. Era falta de planejamento. Era excesso de desculpas. Quando eu decidi parar de me vitimizar por tudo, percebi que era eu a única responsável pela minha vida, pelos meus sonhos e pelo meu sucesso. Eu deixei de esperar que fizessem por mim e fui fazer por mim mesma. #retrospectiva (biquíni @liveoficial)

O estilo de vida referencial também agrega valores alimentares bem específicos, sobre os quais os usuários também publicam e são vistos como exemplo.

⁵ Hashtags são palavras-chave ou termos associados a uma informação que, antecedidas pelo símbolo cerquilha (#), tornam-se hiperlinks dentro da rede, indexáveis pelos mecanismos de busca em redes sociais como Instagram, Facebook e Twitter.

Figuras 15 e 16 – Hábitos Alimentares



bella.falconi SEGUIR

15.5k curtidas 1 sem

bella.falconi #preworkout by @fitkitchen.freshfoods [👍👍] ver todos os 97 comentários

carol_staut @celia_staut olha essa salada

maryesel @carlindecena

carlindecena Mañana hacemos mercadito de esas cosas. [👍👍] @maryesel

deboraromagnole @vivoidevivre olha nossa @fitkitchen.freshfoods!!!

vivoidevivre Tapiocaaaaaa amooooo @deboraromagnole amor olha aí @nauac ♥♥♥♥

vivoidevivre @viviellalondon @indyrusciolelli nosso

nauac Delicia adoro vida! @vivoidevivre vivoidevivre Tudo nosso amor @nauac ♥♥♥♥



carolbuffara SEGUIR

5,793 curtidas 4 sem

carolbuffara Hora do almoço! Camarões grelhados e #arrozpileconobre Pró-Integral - composto por fibras, vitaminas e minerais -, proporcionando uma digestão com lenta absorção e uma maior sensação de saciedade. O arroz integral é melhor que o arroz branco na comparação das fibras, vitaminas e sais minerais. Para fazer um arroz saboroso, basta incrementar sua receita com legumes! O meu foi com abobrinha! Por ser um cereal integral, o Arroz Pilecco Nobre Pró-Integral está relacionado à diminuição da incidência de inúmeras doenças, entre elas: câncer, diabetes, doenças cardiovasculares e obesidade. Possui ação antioxidante que ajuda no combate ao envelhecimento celular e no sistema nervoso central. É um alimento isento de glúten e lactose. #projetcocarolbuffara #healthylifestyle #lunch

Os usuários têm à sua disposição um diversificado conjunto de insumos fornecidos, muitas vezes de forma gratuita, por marcas de roupas, alimentos funcionais, suplementos e academias. Também há um diálogo recorrente entre o Instagram e outras redes sociais como o Facebook, Twitter e Flickr. As estratégias de produção da identidade nos perfis possibilitam reconhecimento que oportuniza outras expressões dessa identidade como a criação de blogs e realização de palestras e publicidade sobre produtos e assuntos que permeiam o tema.



fefrancooficial SEGUIR

12.2k curtidas 1 d

fefrancooficial Galera de Toledo-PR tudo nosso dia 01/08.. Entrem em contato com o meu parceiro @tonibodybuilder e Noki.. Toledo esperando vcs @ #FikaGrandePorra #Fibradoporra

ver todos os 151 comentários

bruno.paulino Felipeeeee! Quando vem pra Curitiba de novo???

anerittafarias @ericasaresvieira fabinhohildebrand @_wellingtonisabela @rodrigoparanelli @andreybrl evandroandrade96 @edelvanyandrade_91 toledo!

mayconfelipe @luizfelipepauli @foletobruno @airon

airon Vamo @mayconfelipe @luizfelipepauli

ane_ikert @juligrespan

denny.cortez Felipe mano, pretendo dar alguma palestra aqui pro pessoal de

Adicione um comentário...

Figuras 17, 18 e 19 – Palestras e publicidade



bella.falconi SEGUIR

4,032 curtidas 14 sem

bella.falconi Obrigada por me receber com tanto carinho, Brasil!!!! Espero vê-los em breve!! Segue abaixo a agenda de palestras que esse ano foi encurtada devido a minha gravidez, mas ano que vem voltamos com tudo! 📍 São Paulo - 07/abril às 20hs. Local: HB Hotel - Vendas: www.ticket360.com.br - Informações: (11) 2366-7872 atendimento@bellafalconistore.com.br 📍 Piracicaba - 08/abril às 19:30hs. Local: Terrazas - Vendas: @emporiummalmente - Informações: ana@anacruz.com.br @anacruzcomunicacao 📍 Ribeirão Preto - 09/abril às 20hs. Local: Hotel Mont Blanc - Vendas: NETicket.com.br - Informações: contato@ampmproducoes.com.br 📍 Brasília - 16/abril às 19:30hs. Vendas: www.producoes2.com.br - Informações: @2producoes 📍 Campo Grande - 05/maio. Vendas: @2producoes

PALESTRA Em busca do EQUILIBRIO

BELLA FALCONI Life Coach @bella.falconi

DR. LUCIANO BRUNO PhD em nutrição @luciano-brunos

DATAS CONFIRMADAS

07/ABRIL	São Paulo	16/ABRIL	Brasília
08/ABRIL	Piracicaba	05/MAIO	Campo Grande
		07/MAIO	Campinas



renan4fitclub SEGUIR

www.4fitclub.com.br

2,993 curtidas 4 sem

renan4fitclub Chegou!!!! Uma das linhas mais tops de sabor e qualidade dos EUA!

A linha da Syntrox! Uma dos produtos mais famosos é a proteína Isolada Nectar, o próprio nome já diz, sabor sensacional!! E pra quem quer uma proteína de qualidade e preço bom, chegou também a Trophix!

Acessem o site www.4fitclub.com.br já está disponível para todo o Brasil.

E para todos vocês que me seguem, crie um cupom de desconto de R\$10,00 para qualquer compra no site, até amanhã de noite. Na hora da compra digitem no campo Cupom de Desconto: renan4fitclub

Tamo junto galera! Vamo #fikagrandeporra 📍 @ #4fitclub #suplementos #desconto

Todos os aspectos analisados proporcionam aos usuários a construção de uma identidade de vida saudável no perfil do Instagram e a criação de uma reputação e renome no nicho em que se encontram, como afirma Raquel Recuero (2009):

A reputação, portanto, é aqui compreendida como a percepção construída de alguém pelos demais atores e, portanto, implica três elementos: o ‘eu’ e o ‘outro’ e a relação entre ambos. O conceito de reputação implica diretamente no fato de que há informações sobre quem somos e o que pensamos, que auxiliam outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre nós. (RECUERO, 2009, p. 109).

Considerações Finais

O Instagram é quinta rede social mais utilizada na internet e agrega pessoas com uma diversa gama de contextos pessoais e motivações. O perfil do Instagram permite ao usuário construir sua identidade virtual de acordo com suas preferências e intenções. É interessante salientar que a rede social agrega pessoas com vínculos em comum, ou com potencial para formá-los, e para isso, é essencial manter uma imagem “adequada” aos interesses e padrões formulados e sedimentados na sociedade.

Tais aspectos abordados segundo as teorias apresentadas permitem concluir que há cada vez mais a disseminação do ideal de felicidade atrelado à beleza e ao corpo escultural, através de hábitos rígidos de exercícios. Esses hábitos são expostos como caminho para a felicidade e realização pessoal, e os usuários de tais perfis buscam exercer influência e, assim, conseguir mais seguidores. A partir disso, há a publicidade e marketing da própria imagem como ideal a ser seguido.

A vinculação dos bens culturais e midiáticos às identidades nos sites de redes sociais é muito comum. Os *posts* exibem uma retórica que visa persuadir seus seguidores a um intenso regime de auto-vigilância. As características das publicações demonstram o desenvolvimento de uma nova relação com o corpo: obsessão com a saúde, culto do esporte, boa forma, magreza, cuidados com a beleza, manifestações de uma cultura que tende ao narcisismo. A partir da análise foi possível perceber que os valores que constroem a identidade são transmitidos através do hábito de postar fotos e vídeos que exibem corpos que vão ao en-

contro do ideal de corpo sarado, geralmente em ambientes de academias; modo de falar próprio; alimentação específica; projetos de publicidade e contato mais próximo com o público através de palestras sobre temas afins.

O artigo oportunizou abrir uma discussão sobre o tema, que vem se apresentando de forma recorrente na sociedade contemporânea e importante para o conhecimento do fenômeno da construção identitária e dos hábitos .

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. 1.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed.,2001. Tradução de: Liquid Modernity.

BAUMAN, Zygmunt. **O Mal-Estar da Pós-Modernidade**. Tradução de Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama. 1.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 1998. Tradução de: Postmodernity and its discontents.

FREIRE FILHO, João. **Ser feliz hoje**. (Org.) Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

HILLER, Marcos. **Um olhar reflexivo sobre o “reality show ” no aplicativo móvel digital Instagram**. VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Cibercultura. Curitiba 20 -22 de novembro de 2013.

Instagram Perfis Selecionados Acesso em 09/07/2015, às 19:30.

<http://instagram.com/bella.falconi>

<http://instagram.com/carolbuffara>

<http://instagram.com/fe francooficial>

<http://instagram.com/gabrielapugliesi>

<http://instagram.com/renan4fitclub>

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. São Paulo: Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes no pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. Lúcia. “Intersubjetividades nas redes digitais: repercussões na educação”.



In: **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

SIBILIA, Paula. **Em busca da felicidade lipoaspirada**: agruras da imperfeição carnal sob a moral da boa forma. In: FREIRE FILHO, João. **Ser feliz hoje**: Reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 2010; 195-212.