

Visibilidade e vigilância na Internet: um estudo sobre o poder e o espetáculo no contexto da boa forma¹

Angélica Fonsêca de FREITAS²

Universidade de Brasília, Brasília, DF

Resumo

Neste trabalho, constrói-se um panorama sobre as questões do poder e a cultura do espetáculo no âmbito da vida saudável, analisando os regimes de visibilidade e vigilância das sociedades contemporâneas. Apresenta-se o processo de pesquisa exploratória que mapeou fenômenos midiáticos relacionados ao culto do corpo. A partir das evidências empíricas, desenvolve-se análises das relações sociais contemporâneas, tendo em vista a exposição da intimidade e dispersão de discursos sobre corpo e vida saudável que engendram valores dominantes na construção das subjetividades. Discute-se como as lógicas de consumo e espetáculo naturalizam práticas como a medicalização e rotinas de exercícios. Percebe-se como os discursos midiáticos e os regimes de visibilidade são fundamentais para manutenção da dominação e do poder simbólico.

Palavras-chave: Comunicação; visibilidade; corpo; cultura do espetáculo; subjetividades.

Introdução

Expressões como dietas super protéicas, receitas *low-carb*³, fase da hipertrofia, comidas detox⁴, exercícios para o *core*⁵ estão engendradas nos discursos cotidianos. A partir da observação de conversações na Internet e pautas amplamente difundidas nos meios de comunicação massivos, percebeu-se o destaque para temas relacionados a vida saudável e “boa forma”⁶. Observou-se que pessoas comuns ganham notoriedade e se apropriam de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), linha de pesquisa Imagem, Som e Escrita. Publicitária pela UnB, especializada em Administração e Marketing; pesquisadora do Grupo de Pesquisa Imagem, Tecnologia e Subjetividade, linha visibilidade e subjetividade contemporânea. E-mail: angelica.fonseca@gmail.com.

³ O termo *low-carb* é uma expressão em que “*low*” é o termo de língua inglesa para o adjetivo “baixo” e “*carb*” é uma abreviação da palavra “carboidrato”, ou seja, relaciona-se as receitas e dietas com baixa quantidade de carboidratos.

⁴ *Detox* é uma abreviação para o termo desintoxicante, normalmente, associado aos sucos, sopas e alimentos que limpam o organismo, eliminando as impurezas. Assim, facilitando a perda de peso.

⁵ Os exercícios para o *core* são aqueles que estabilizam o quadril, especificamente, atuando no abdômen e na coluna lombar.

⁶ Neste trabalho, a expressão boa forma será usado entre aspas, por ser considerada subjetiva e devido ao caráter inicial do estudo que ainda não se aprofundou na conceituação.

discursos profissionais – preparadores físicos, médicos, nutricionistas e esteticistas – pois conquistaram o corpo “perfeito”.

Esse movimento de ganhar notoriedade na Internet e se transformar em um fenômeno em diversos meios de comunicação não é novo. No entanto, evidencia a tentativa da Indústria Cultural de pautar o que vem a ser interesse comum. Conteúdo que é remodelado, seguindo os padrões comerciais, e entregue em nossas casas, alcançando esferas privadas. As celebridades da Internet e o conteúdo que produzem são usados pela Indústria como intermediários entre espaços públicos e privados. Elas só conseguem este acesso, devido ao sentimento de pertença e laços de proximidade criados pela constante exposição nas mídias sociais e relacionamento com seus seguidores.

No âmbito deste trabalho, observa-se principalmente as celebridades *fitness*. Elas utilizam as plataformas sociais para expor suas intimidades e hábitos diários, juntamente com mensagens motivacionais e dicas de alimentação. Tornar público, espaços e atividades diárias, reafirma as lógicas de consumo e espetáculo. Essa relação entre atores e espectadores, seguidores e seguidos, evidenciou a oportunidade de entender a intimidade contemporânea e os regimes de visibilidade.

A construção das subjetividades contemporâneas está intimamente relacionada com as práticas e conteúdos difundidos nas plataformas de redes sociais na Internet. Mais do que entender quem são as pessoas que legitimam esse discurso, mostrou-se interessante compreender a crescente penetração da esfera privada na cena pública, suas motivações, o que representa essa vigilância do outro e porque é tão requisitada.

A partir desta reconfiguração mercadológica dos conteúdos e discursos, tornou-se evidente a necessidade de realizar uma pesquisa exploratória com intuito de mapear alguns fenômenos importantes para entender as dinâmicas de poder relacionadas à vida saudável. Traçou-se duas estratégias para compreender os conteúdos difundidos pelos meios de comunicação. Primeiro, por meio de pesquisas nos mecanismos de buscas e mídias sociais, buscou-se perfis, páginas, *hashtags* com alta popularidade relacionados ao contexto *fitness*. Após esse levantamento inicial, destacou-se 20 celebridades *fitness* que fariam parte da amostra inicial, tais como Izabella Falconi, Roberto Bueno e Gabriela Pugliesi. Assim, criou-se alertas semânticos nos sites de busca relacionados aos nomes destas celebridades e um painel que concentrava todas as informações das mídias sociais destes usuários. De Outubro de 2014 a Março de 2015, todo o conteúdo filtrado pelos sites de pesquisa e perfis oficiais na Internet foi monitorado, sendo possível elencar o Instagram como mídia social a

ser analisada, pois constatou-se grande volume de publicação e comentários públicos. E, por ser uma plataforma que exhibe para o seguidor tudo o que é compartilhado, sem influência de algoritmos de conteúdo, a quantidade de publicações que podem ser analisadas é potencialmente maior.

Na televisão aberta, elencou-se os canais Rede Globo, SBT e Record por serem os que concentram a maior parcela da audiência e por disponibilizarem sua grade de programação com antecedência na Internet. Assim, durante o período de Outubro de 2014 a Maio de 2015, analisou-se semanalmente o conteúdo dos programas televisivos, buscando a participação das celebridades *fitness* da Internet em programas, matérias e até mesmo quadros relacionados a temática da “boa forma”.

Diante deste universo, alguns fenômenos puderam ser mapeados. O primeiro deles foi a notoriedade de crianças *fitness* que frequentam academias de ginástica desde pequenas. Além de participarem de eventos relacionados a esse universo, elas possuem perfis nas mídias sociais e são constantemente entrevistadas por veículos de comunicação. A primeira criança que ganhou destaque midiático foi Richard Sandrak⁷, ucraniano, começou a frequentar a academia aos dois anos de idade, ficou conhecido como pequeno Hércules por seu corpo forte e esculpido.

No Brasil, as crianças com maior repercussão midiática – entrevistas, perfis nas mídias sociais e presenças VIPs em eventos - e personagens do recente programa “Crianças Saradas”⁸ produzido pela Rede Record são Pedro Bisi de Jesus e Anna Clara Mansur, uma das “musinhas *fitness*”⁹ com mais seguidores na Internet. Ambos frequentam a academia desde pequenos, fazem uso de suplementação e já conseguiram contratos comerciais de produtos relacionados à “boa forma”. Outra musinha em destaque é Thaissa *Fitness*, além da visibilidade midiática quanto sua rotina de criança *fitness*, ela é parte de uma “família *fitness*”¹⁰. A perspectiva da família que segue o estilo de vida saudável foi recorrente no mapeamento realizado. No caso exemplificado, o pai e a madrasta da Thaissa são atletas de

⁷ Nascido em 1992. Atualmente, segue o mesmo estilo de vida e trabalha como fisiculturista e ator. Link: <http://ow.ly/PFvLu>, acesso realizado em 13/07/2015.

⁸ Programa disponível na íntegra em: <http://ow.ly/PFx9n>

⁹ Perfis no Instagram - @musinhafitnessmamae e @thaissa_fitness - de meninas de 07 a 12 anos que frequentam academia, praticam musculação, fazem uso de suplementos alimentares e participam de eventos de *body building*, dividem opiniões nos meios de comunicação.

¹⁰ O modelo de família encontrado nesse âmbito foi de pai, mãe e um casal de filhos. Em todos os casos, as meninas, mesmo crianças, estavam inseridas em contextos de dietas, exercícios físicos e exibição dos corpos. Enquanto, nos conteúdos difundidos, os meninos só aparecem em situações de lazer com a família. Não demonstrando nenhuma relação com o contexto da “boa forma”. Por isso, surge a dúvida, mesmo na infância, o padrão de beleza do corpo *fitness* já é uma demanda variante entre os gêneros?

fisiculturismo e possuem diversas relações comerciais com produtos relacionados à vida “saudável”.

As mulheres são responsáveis por grande parte dos perfis sobre vida saudável e dietas. Na Internet, elas são comumente definidas como *Fit-Girls*¹¹ ou *Fitness Girls*, especialistas quando o assunto é boa forma, atividade física e motivação, encontraram em seus estilos de vida, verdadeiras profissões. Destacada na amostra inicial e agora também parte do grupo de “mamães *fitness*”, a modelo *fitness* Izabella Falconi modificou seus discursos midiáticos quanto aos hábitos de alimentação, mas desencadeou a exposição da “barriga chapada na gravidez”¹². Fenômeno em que ela e outras modelos divulgam suas barrigas “saradas” mesmo em estágios avançados da gravidez.

Este breve panorama quanto aos fenômenos relacionados ao contexto *fitness* despertou diversas inquietações, porém é possível perceber que a lógica capitalista e da vigilância estão engendradas nos discursos e na própria constituição destas celebridades *fitness*. Mapear estes fenômenos torna-se interessante para legitimar que mais que uma questão de gênero, os valores relacionados à “boa forma” e vida saudável estão engendrados e reproduzidos por instituições e práticas sociais. Evidenciando assim que a questão do corpo perpassa várias camadas sociais dissimulando uma cultura dominante. Essa dimensão geral dos dados empíricos é fundamental para corroborar a existência de um fenômeno que faz parte da atualidade midiática e pode ser entendido como comunicacional.

Desta forma, torna-se necessário lançar um olhar antropológico e genealógico sobre o problema no intuito de detectar algumas tendências próprias da contemporaneidade. Por meio da abordagem genealógica desdobrada por Foucault no século XX, este método considera sentidos, valores e crenças compartilhados como também os modos de se configurar as subjetividades como produção histórico-cultural. Todos os sentidos advêm de certas condições de existências, de certas pulsões e são “inventados” por meio de apropriações socialmente construídas. Foucault (1980) afirma que todas as relações de poder tem um objetivo, por isso, toda tática e estratégia refletida em práticas e discursos que atravessam o tecido social possuem intencionalidade. Análise que corrobora a importância

¹¹A origem do termo *Fit-Girls* é desconhecida. Na internet, o uso da expressão é amplamente difundido em *sites*, notícias e perfis de mídias sociais para definir essas mulheres especialistas em boa forma. Devido ao caráter desse estudo, propõe-se conceituar a expressão a fim de compreender e comparar como as relações entre as *fitness girls* e as mulheres reais reconfiguram a percepção quanto ao corpo e a construção das subjetividades.

¹²“Grávida, Bella Falconi mostra barriga chapada” <<http://glo.bo/1eccC24>>. E, “Modelo grávida de 8 meses exhibe barriga trincada” <<http://bit.ly/1FI40q6>>.

de compreender os discursos e as práticas, identificando como se exercem e de que maneira seus mecanismos são processados a fim de engendrar nossas crenças, corpos e modo de ser.

Além disso, no capítulo *Método* (FOUCAULT, 1980) infere-se que o trabalho genealógico deve ser operado seguindo a lógica *efeito-instrumento*, principalmente no âmbito da comunicação e tecnologias. A construção de novos modos de ser e consolidação da cultura do corpo por meio de discursos em vários canais comunicacionais remetem a um complexo campo histórico-cultural de que ao mesmo tempo são expressões e instrumentos.

O risco de pôr o presente em questão é acompanhar os desmoronamentos e as incertezas em curso, conseqüentemente, os direcionamentos podem se multiplicar. Mediante a esse cenário, torna-se evidente que a questão do culto ao corpo na contemporaneidade é muito mais complexa, não é apenas refletir sobre o corpo, nem para o entorno sociocultural, econômico e político que demarcou as mudanças de padrões estéticos e desenvolveu uma verdadeira “uniformização” dos corpos. O desafio é perceber como são forjados os intercâmbios entre a construção das subjetividades e dos corpos nas práticas cotidianas da cultura. Delimitando a indagação: que tipos de corpos e subjetividades gostaríamos de forjar hoje em dia, pensando tanto no presente quanto no futuro da nossa sociedade?

O caminho desta proposta é sinuoso e incerto. E deve ser fruto de um amadurecimento de pesquisa e análise destes fenômenos. No entanto, tendo como base o exposto, a questão do poder torna-se intrínseca quando a proposta visa compreender este sistema de padrões estéticos como parte das normas de controle social. Desta forma, neste trabalho, objetiva-se traçar um panorama sobre o poder e a cultura do espetáculo no âmbito da “vida saudável”, analisando os regimes de visibilidade e vigilância contemporâneos.

Visibilidades e cultura do espetáculo

Para o aprofundamento teórico deste trabalho, as transformações sociais e tecnológicas analisadas devem ser compreendidas sob um contexto de expansão e afirmação permanente do capitalismo. Típico desta sociedade capitalista está a prática do consumo que permeia a experiência contemporânea e envolve questões complexas. O modelo de produção e consumo capitalista instaurou um sistema cultural na sociedade contemporânea influenciando diversas esferas sociais.

Visando o entendimento dos sujeitos e das relações sociais da contemporaneidade, é especialmente importante para este trabalho perceber as simbologias e os aspectos implícitos à prática do consumo que vão além da esfera dos bens materiais. Segundo Everardo Rocha (2005, p. 124) “O consumo assume lugar primordial como estruturador dos valores e práticas que regulam relações sociais, que constroem identidades e definem mapas culturais”. O consumo engendra significado ao fluxo de apropriação dos aspectos simbólicos da cultura para os bens de consumo e destes para o indivíduo. Grant McCracken (2008) salienta que nesse processo de apropriações simbólicas ocorre uma possível confusão entre consumidor e bem de consumo: “As pessoas que extraem significado dos bens passam a enxergar essas fontes de significado em termos pessoais associando os bens às suas propriedades pessoais.” (MCCRACKEN, 2008, p. 5).

A dinâmica capitalista desenvolveu uma expertise em aprender o valor simbólico dos bens que vão além do seu caráter utilitário e ultrapassam o seu valor comercial. Os discursos criados sob a lógica capitalista configuram simbologias complexas que tecem verdadeiros estilos de vida e modos de ser que são vivenciados por meio do consumo de bens materiais. De acordo com Sibilia (2003, p. 6):

A dinâmica do capitalismo contemporâneo detém uma ferocidade inusitada, e uma capacidade jamais vista de capturar, copiar e vender ‘modos de ser’ que ficam rapidamente obsoletos e, como tais, após serem consumidos devem ser descartados e substituídos a toda velocidade por outros, sempre desenhados sob o imperativo do gozo constante, da fruição e do sucesso eminentemente visíveis.

Esse movimento de transferência e apropriação de simbologias citado por Sibilia (2003), influencia a representação dos sujeitos contemporâneos inseridos nessa dinâmica cultural do consumo. Esses “modos de ser” criados pelo capitalismo são construídos por meio de discursos narrativos apoiados nos meios de comunicação. A construção simbólica dos bens de consumo utiliza esses meios como suporte técnico, dos quais a dinâmica capitalista se faz onipresente. Aqui, o mundo dito como real que é experimentado e vivido sensorialmente é substituído por uma seleção de imagens utilizadas para representar subjetividades dos consumidores. Os meios de comunicação massivos são marcados por um fluxo de comunicação unidirecional cujos recortes dessas imagens são feitos pelas instituições e corporações que dominam o processo de comunicação midiático, e o fazem de acordo com as narrativas que lhes convém construir.

Dietas restritivas, cirurgias plásticas sem cortes, propagandas com modelos consideradas o padrão de beleza, toda esta perspectiva da “boa forma” apresentada, são práticas e discursos mercadológicos amplamente difundidos que podem ser entendidos como uma forma de violência. Neste sentido, mais que entender quem engendra esses valores violentos, primeiramente, é interessante compreender se essa forma de violência é ou não percebida pela vítima neste contexto.

Ao seguir essa linha de apropriação, quando não percebida, apenas considerada um modo de ser contemporâneo, a violência pode ser definida como simbólica. Ela é legitimada por meio da assimilação de uma cultura dominante e um verdadeiro processo de naturalização, perpetuados e legitimados pelos meios de comunicação. De forma até imperceptível, a dominação é introjetada, disciplinando os indivíduos. A perspectiva do corpo relacionada à lógica capitalista permite compreender este processo de formação do indivíduo que se submete aos valores de “boa forma”, muitas vezes sem se questionar, ou em casos extremos de obsessão, podem causar até a morte.

O consumo de narrativas que consolida os modos de ser na sociedade contemporânea, influencia a maneira como são construídas e expostas as subjetividades individuais. Elas moldam as percepções sobre como se deve ser e parecer aos olhos dos outros, constringendo as expressões espontâneas de subjetividades individuais. Esse olhar externo assume uma forma de vigilância que baliza as relações que os indivíduos estabelecem uns com os outros. Instaura-se assim, um regime de visibilidade no qual as subjetividades do indivíduo são construídas externamente a partir do que é visto, pois elas só podem existir se forem legitimadas pelo olhar do outro.

As imagens construídas pelos meios de comunicação exercem um poder de sedução sob as pessoas, pois condensam em si aquilo que é percebido como ideal a ser consumido. Os meios de comunicação refletem as subjetividades idealizadas construídas em uma sociedade dominada pela imagem. Segundo Fernanda Bruno (2004), os meios de comunicação, ao transporem as vivências diretas dos indivíduos por experiências falsificadas do mundo, aprisionam suas subjetividades às telas em que são reproduzidas, pois somente aquilo que é midiaticamente reproduzido pode ser considerado como ideal. Ao exercer o seu papel de porta-voz dos interesses públicos como um canal de informação e comunicação, os meios de comunicação reafirmam o seu papel para legitimar essa realidade espetacular que constroem. Sua importância na sociedade para mediar e representar um panorama social, econômico e político reforçam o caráter testemunhal e autêntico de suas

imagens, mesmo que elas sejam montadas e produzidas artificialmente pela lógica mercantil.

Sob a lógica do consumo e dessas representações substitutivas do real (Bruno, 2004) é que a sociedade do espetáculo sustenta suas bases. Segundo Guy Debord (1997), na sociedade do espetáculo, o indivíduo é transformado em mercadoria espetacularizado nas produções audiovisuais características dos meios massivos. Assim, entende-se a sociedade do espetáculo como a “sociedade da imagem” em que a realidade e a subjetividade do indivíduo são construídas pela cultura audiovisual e difundidas pelos meios de comunicação. Segundo Bruno (2004, p. 6):

O espetáculo é, assim, o sequestro da vida e a cisão do mundo em realidade e imagem. Não se trata da produção de um real cuja representação promoveria uma dissociação da imagem, mas da produção de um mundo ele próprio cindido, falsificado, cuja lógica seria "espetacular".

O espetáculo é neste sentido a condensação de representações falsificadas do real para construir as aparências que se quer mostrar em oposição àquilo que é visível em caráter vivencial. O que é exteriorizado não é genuinamente verdadeiro, pois a espetacularização atua para devolver àquilo que é experimentado os elementos teatrais que faltam à vida. A aparência deve ir além dos limites do vivencial, deve personificar aquilo que não se é e constituir estilos de vida para consumo e apreciação externo. Apesar disso, mesmo no ato de se construir como espetacular, as aparências são plenas de realidade, pois precisam ser identificadas em imagens e formas visíveis. Neste sentido, a imagem não configura o desaparecimento do real, mas sim um empenho em ressignificar os modos de aparecer para então tornar-se digno de visibilidade e, conseqüentemente, real perante os olhares externos. A falsificação das imagens acontece no processo de acrescentar àquilo que é vivido o que o torna o indivíduo digno de visibilidade e interesse.

Corpo e poder

Desta forma, falsificar experiências e pessoas pra torná-las notórias, pode ser uma forma da dominação do poder vigente que engendra valores e práticas culturais hegemônicas. Com a Internet, esses valores podem ser questionados e reconstruídos diferentemente da lógica mercadológica. No entanto, segundo Bordieu (2014) e Foucault (1995) raramente estas construções hegemônicas são questionadas, pois a sociedade

percebe o poder como difuso e oculto em modos de ver, o que o torna amplamente aceito. Foucault (1995) ao analisar o poder moderno afirma que ele promove a individuação e a totalização dos sujeitos que devem se libertar e recusar o que são, pois “ser” é fruto de uma dominação, porém poucos tomam conhecimento do que são e não autorrefletem sobre as subjetividades.

Assim, entende-se as questões do corpo *fitness* como um valor intrínseco ao espetáculo, pois são comportamentos e padrões culturais engendrados pela mídia que dita os modos de ser e ver dos sujeitos. Esse estilo de vida “saudável” ultrapassa a construção individual, ele é um discurso mercadológico que beneficia uma indústria que fomenta este corpo liso, sem marcas, jovem e esculpido. Em paralelo com Foucault, Bourdieu (2001) tenta perceber a ação dos atores sociais dotados de vontade na construção da realidade e em processos de mudanças, mesmo limitados por fatores estruturais. Os agentes constroem o mundo social individual e coletivamente, a partir de uma estrutura objetiva de diferentes formas de poder, sejam eles: físicos, culturais ou simbólicos, cuja eficiência varia de forma localizada.

Então, mesmo sem perceber, os indivíduos acreditam que “ser magro”, ou cultivar rotinas de exercícios seja uma prática cotidiana que cada um pode escolher para si como um estilo de vida. Isso não deixa de ser verdade, mas em alinhamento as reflexões dos autores, mais que uma escolha, o discurso do *fitness* atendente a estruturas de poder que regem os comportamentos sociais, dominando e moldando os corpos. Bourdieu (2001), afirma que o poder simbólico é invisível e só funciona a partir da cumplicidade das pessoas que não querem saber que estão sendo dominadas ou mesmo exercendo-o. Tal forma de poder age e domina pela força física ou econômica, valendo-se de exemplo para mostrar para a sociedade sua validade. O vigente assim parece ser efetivo, mesmo sem deixar evidente, quais os processos são intrínsecos para sua construção social, perceber o fenômeno por meio dos fatos empíricos é uma forma de legitimação.

É verdade que a busca para se tornar parte de uma sociedade, ou grupo pode ser uma explicação para a adoção de valores culturais. No entanto, difundir amplamente o discurso de “vida saudável” pelos meios de comunicação, estabelecer instituições que corroborem esse estilo de vida como academias e lojas de suplementos, e exemplificar casos de sucesso que alcançaram o corpo *fitness* são articulações para instaurar o poder simbólico. Perceber essas pulsões e jogos de poder torna-se tão complicado que corrobora a dificuldade dos

indivíduos entenderem que estão seguindo valores de dominação violentos e hegemônicos, e até resistirem contra eles.

Conforme Milton Santos (2006), a padronização dos estilos de vida por meio das relações de consumo é uma perversidade do sistema capitalista que tenta universalizar os valores, inclusive no âmbito da concepção de gênero e corpo. A partir do cenário apresentado sobre as “celebridades” *fitness*, observa-se o alcance deste estilo de vida que é seguido por crianças e adultos, mulheres e homens. Neste amplo processo de formação da subjetividade do indivíduo, a violência simbólica perpassa por diversos níveis de socialização para legitimar a cultura dominante.

O poder não é somente um estado mental, ele é uma forma de exercício que como um conjunto de práticas sociais e discursos construídos historicamente que disciplinam o corpo e a mente de indivíduos e grupos (FOUCAULT, 1995). Neste sentido, evidencia-se as táticas que interiorizam as normas vigentes aqui já destacadas como os discursos de cirurgias plásticas, a fama por causa do abdômen “chapado” e a variedade de alimentos para dietas. Não é simplesmente uma coincidência a massiva midiática das *Fit-Girls*, por exemplo, e o aparecimento de produtos farmacêuticos inovadores para facilitar a “boa forma”.

É interessante a reflexão sobre as instituições e mecanismos de vigilância para compreender este universo de interiorização de padrões vigentes e poder simbólico. Foucault (1979) destaca que no século XVIII, a expansão demográfica demandava um poder dominante mais sutil, a partir do qual as pessoas fossem vistas por olhares onipresentes e imediatos. Diferente da coerção pela força, interiorizar as normas pelo próprio sujeito, implica um comportamento de autogestão da ordem instaurada pela parte dominante da sociedade, formalizando o sujeito como o próprio vigia. Neste âmbito, poder disciplinar regulamenta e normatiza a ação de todos por meio de instituições de confinamento, tais como a escola, prisões e fábricas. As análises de Foucault a respeito do panóptico destacam a relação da incerteza do sujeito de estar ou não sendo vigiado, e por isso ele se mantém cuidadoso ao comportamento, respeitando as normas de conduta.

Ao se apropriar deste sentido, pode-se traçar uma analogia entre as atuais instituições de confinamento e os tipos de corpos que elas pretendem disciplinar. Assim, é possível questionar que tipos de corpos e subjetividades as academias visam moldar? Considera-se as academias de ginástica, um espaço de confinamento em que os dispositivos

de visibilidade e vigilância estão massivamente presentes e impactam a formação do sujeito.

No âmbito das crianças *fitness*, é possível refletir sobre este espaço de musculação que não necessariamente é moldado para necessidades físicas e psicológicas delas, porém a difusão do culto ao corpo as atinge e engendram valores e opiniões quanto ao belo, saudável e práticas sociais. Por exemplo, em reportagem¹³ com a musinha *fitness* – Anna Clara Mansur – e sua família, os pais afirmam que a prática da atividade física pela criança é uma questão de saúde e até divertimento. E, ressaltam que se um dia a fama acabar, a vida da menina não seria influenciada. Esta mesma pergunta sobre a fama feita à criança corrobora uma visão extremamente diferente. De forma infantil e com os olhos marejados de lágrimas, Anna Clara afirma que não saberia lidar com a situação de retorno ao anonimato.

O exemplo proposto permite questionar a questão da visibilidade a que estas crianças estão precocemente submetidas. Diferentemente do panóptico de Bentham, as crianças tem certeza que elas estão expostas e vigiadas em perfis de redes sociais na Internet. Local que pelos termos e condições de uso, elas não poderiam estar pela questão da idade. E, entendem também que são observadas, criticadas e admiradas por diversas pessoas, em nível e alcance globais. Além disso, a fama possibilita acordos comerciais e contato com produtos relacionados à boa forma. As conjecturas acima evidenciam um ambiente controlado, vigiado e normatizado pela cultura midiática de culto do corpo.

Nesta grande balança de prós e contras, não parece “apenas” uma fase ou divertimento para as crianças. As subjetividades que na modernidade eram forjadas em diários íntimos, no refúgio do quarto, agora são engendradas em mídias sociais na Internet; em academias de ginástica que não atendem suas necessidades físicas e corroboram o culto ao corpo. Assim, os “modos de ver e ser” destas crianças são projetados e construídos a partir do olhar externo (SIBILIA, 2008). As subjetividades não estão sendo construídas “dentro” das famílias e crianças, elas são reflexos da cultura e valores da sociedade.

Assim como as crianças, os adultos *fitness* também estão submetidos a esse regime de controle e visibilidade, pois para saberem quem eles são, eles também precisam ser vistos e legitimados pelo olhar dos “seguidores” na Internet. Um “like” ou o record de “likes” em alguma publicação configura aprovação daquilo que está sendo exposto. Assim como, contratos publicitários, quadros para programas televisivos e convites para assinar

¹³ Reportagem Câmera Record – Crianças Saradas: <http://ow.ly/PFx9n>

linhas de produtos. Além do sentimento de pertença, o indivíduo cultuado tende a sentir-se reconhecido e notório, atingindo assim, o sucesso. Alain Ehrenberg (2010), na cultura da performance afirma que os indivíduos buscam nas práticas sociais, termos para significar sua existência. Assim, nessa busca para reencontrar uma verdadeira relação consigo e com o outro, os indivíduos optam por dietas da moda, remédios para controlar a ansiedade, ou buscam o corpo perfeito.

Considerações finais

Este ensaio tentou traçar um panorama, mesmo que inicial, sobre as questões do poder e a cultura do espetáculo no âmbito da vida saudável. De forma abrangente, preocupou-se em destacar as narrativas e práticas que os sujeitos contemporâneos estão submetidos em um contexto de regime de visibilidade e vigilância. Assim, como questionou-se os efeitos desta forma de controle nos processos de construção de subjetividade.

Como já destacado, o processo para a construção do problema de pesquisa ainda está em andamento. Além disso, destaca-se que alguns questionamentos propostos ao decorrer do ensaio, não foram respondidos, pois são reflexões e imprecisões inerentes a um objeto que está constante modificação.

Desta forma, o trabalho relaciona a violência e a dominação aos discursos da “boa forma” com intuito de analisar que muitas vezes os valores vigentes são impostos e não questionados, pois já estão naturalizados socialmente. A questão do poder simbólico ultrapassa um entendimento definitivo, por sua dificuldade prática de definição e panorama inicial da pesquisa. No entanto, associado ao entendimento quanto ao regime de visibilidade e vigilância, pode-se inferir que a exposição do indivíduo à visibilidade se torna uma forma eficaz de poder, pois consolida um espaço de violência simbólica e viabiliza a dominação com eficácia, a partir dos valores da própria sociedade.

Além disso, as normas vigentes, ou a tentativa de seguir a cultura dominante faz com a que a sociedade seja integrada, talvez de forma fictícia, principalmente, nas mídias sociais. Impactando assim na criação de um espaço de luta, pois a falsa consciência social e sentimento de pertença “paralisam” a sociedade, legitimando a dominação e mantendo o poder. Paralelamente, a questão do poder simbólico é ampliada. Afinal, a violência não percebida do culto ao corpo é massificada por meio dos discursos, produtos e ascensão de personagens como as *Fit-Girls* e crianças *fitness*, pois elas tornam-se instrumentos de

construção e reconhecimento do mundo como símbolos. Quanto aos exemplos propostos, eles são uma tentativa inicial de formalizar evidências empíricas. O mapeamento dos fenômenos permite uma via dupla de análises sociais, pois ajudam a responder e formular novas perguntas a partir da relação entre teoria e dinâmicas sociais.

Relacionar as perspectivas dos autores com as evidências empíricas permitem algumas análises quanto às formas de instaurar e manter o poder, impactando – inclusive – a constituição das subjetividades. Conforme apresentado, desde muito pequenas, as crianças estão sendo expostas a ambientes de vigilância constante e que reproduzem práticas mercadológicas de culto ao corpo, principalmente, ao corpo perfeito, sem marcas, jovem e esculpido. Devido ao sucesso estrondoso e constante midiáticação, estes sujeitos em formação tornam-se figuras públicas e são submetidos a uma rotina rigorosa de dieta e exercícios físicos.

Segundo especialistas, esta exposição precoce pode desencadear diversas patologias psicológicas, principalmente se a fama acabar. Assim como, o excesso de exercício físico pode atrapalhar o crescimento. Além disso, a freqüente participação em eventos *fitness* insere na rotina da criança, lugares exclusivos para adultos, assim, como práticas sociais como o uso de suplementação. Acompanhar os discursos produzidos por essas crianças *fitness*, seus modos de ser, destaque midiático tendem a enviesar a análise. Principalmente, por ser um objeto que está em construção, seus efeitos e difusão ainda estão em movimento, então, noções da sociedade de controle moderna podem deturpar as associações no âmbito do “lugar da criança”.

É fato que as crianças não deixaram de ir à escola. Elas estão ocupando espaços diferentes. No entanto, por ser um indivíduo em formação, o processo de construção de subjetividades devem ser cuidadosamente mapeados para inclusive viabilizar uma proposta de compreensão que tipos de corpos e subjetividades, nós estamos forjando para a sociedade atual. É fundamental livrar-se de valores estigmatizantes, pois talvez este processo de moldar as subjetividades em esferas públicas torne-se uma característica inerente e natural da sociedade contemporânea.

Esta concepção de visibilidade e vigilância “muitos para muitos” até pode ser uma perspectiva indissociável ao sujeito contemporâneo, porém é importante destacar que se os espaços de luta simbólica não forem conquistados, a dominação continuará a fomentar valores hegemônicos e hierarquizantes. Além disso, o poder simbólico no auge dos meios de comunicação torna-se mais restritivo e controlável, deixando a questão de participação

efetiva mais distante. Modelar os gostos e estilos de vida é uma prática inerente ao capitalismo, mas que apenas pelos exemplos destacados, corrobora-se que as normas vigentes da sociedade não são relações de casualidade. Elas estão diretamente associadas à lógica mercadológica.

No âmbito dos adultos, alguns extremos e configurações possibilitam alguns direcionamentos e efeitos mais concretos. Por exemplo, quanto à violência de discursos quanto ao corpo perfeito que incentiva milhares de pessoas a buscarem dietas, medicamentos e excesso de atividades físicas, provocando inclusive a morte. Além disso, verificar as reconfigurações dos corpos e padrões estéticos pode indicar pistas para este mapeamento sociocultural. Afinal, em menos de vinte anos, o padrão “modelo” sofreu diversas reinterpretações.

É interessante perceber que mesmo com a aceleração dos fluxos informacionais e possível mapeamento de vários padrões estéticos contemporâneos, as estratégias e táticas de manutenção do controle disciplinar pouco mudaram desde as análises de Foucault do século XVIII. Ao analisar o regime de visibilidade e vigilância fica evidente a espetacularização da vida íntima e a exposição das banalidades do cotidiano que são elevadas a um estado de arte, sendo que seus atores, no caso, as celebridades *fitness* tornam-se verdadeiros empreendedores de si. Afinal, por meio de seus estilos de vidas e corpos moldados conquistaram notoriedade e espaços profissionais.

O anseio da legitimação por meio deste modo de aparecer no mundo tanto pela valorização dos corpos, quanto pela dinâmica das mídias sociais engendram novas práticas e relações sociais. Assim, é possível construir uma analogia em que na sociedade do controle em que o corpo é cultuado e espetacularizado, as mídias sociais tornam-se o palco onde a pessoa envolve seu público, tendo como enredo do *show* sua vida íntima na busca do auto reconhecimento que só é alcançado quando a alteridade legitima suas subjetividades.

Referências bibliográficas

BOURDIEU, P. **Novas reflexões sobre a dominação masculina**. In: LOPES, M. J. M.; MEYER, D. E.; WALDOW, V. R. (Orgs.). *Gênero e saúde*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996. p. 28-40.

_____. **O poder simbólico**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____. Curso 17.01.1991; Curso 07.02.1991; Curso 14.03.1991; Curso 28.11.1991. In: **Sobre o Estado: cursos no Collège de France (1989-92)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014, p. 195-216; p. 257-278; p. 348-368; p. 508-533.

BRUNO, F. **Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação.** 2004. Disponível em: <<http://bit.ly/1cpM4WC>>. Acesso em: 20 jul 2015.

_____. **Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas.** 2006. Disponível em: <<http://bit.ly/1952SBr>>. Acesso em: 20 jul 2015.

_____. **Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows.** 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/IUA3Oy>>. Acesso em: 17 nov. 2013.

BRUNO, F.; PEDRO, R.. **Entre Aparecer e Ser: tecnologia, espetáculo e subjetividade contemporânea.** 2004.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo.** 1997. Disponível em <<http://bit.ly/1cpMyMk>>. Acesso em: 11 nov. 2013.

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

FOUCAULT, M. **História da sexualidade I (a vontade de saber).** 3 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1980.

_____. **Microfísica do poder.** 3 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1982.

_____. O sujeito e o poder. In: RABINOW, Paul; DREYFUS, Hubert. **Michel Foucault: uma trajetória filosófica. Para além do estruturalismo e da hermenêutica.** São Paulo: Forense Universitária, 1995, p. 231-249.

_____. **A arqueologia do saber.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

_____. **A ordem do discurso.** São Paulo: Loyola, 2009.

McCRACKEN, G. **Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo.** 2008. Disponível em: <<http://bit.ly/IHj7d9>>. Acesso em: 18 nov. 2013.

ROCHA, E. **Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa.** 2005 Disponível em: <<http://bit.ly/1aFIMeb>> Acesso em: 20 jul 2015.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal.** Rio de Janeiro: Record, 2006.

SIBILIA, P. **Antroposmoderno. Os diários íntimos na internet ea crise da interioridade psicológica.** 2003. Disponível em: <<http://bit.ly/1hBUEp8>> Acesso em: 20 jul 2015.

_____. **O show do eu: a intimidade como espetáculo.** 2008. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008