

VIGOREXIA E REDE SOCIAL VIRTUAL

Flavio Francisco Dezan¹, Afonso Antonio Machado¹

RESUMO

Nos dias atuais, onde a tecnologia está presente no cotidiano das pessoas, em suas mais variadas formas, quer seja através da mídia, das técnicas de intervenção cirúrgicas, nos produtos de beleza, aparelhos para ginástica, etc., não poderíamos deixar de ressaltar o fato de que o corpo passa a ser objeto de desejos e atenções que remetem a si próprio, seu destino e construção no tocante ao que pode ou não ser valorizado na cultura onde este se inseriu. Contudo, vemos o surgimento de uma patologia relacionada a este culto exacerbado do corpo, a vigorexia, cujas ideias e ideais encontram na internet um meio ideal de divulgação e consolidação deste "estilo de vida". Tivemos como objetivos verificar a ocorrência deste distúrbio de imagem em usuários da rede e analisar a interferência da mídia na formação deste distúrbio de imagem. Para desenvolver este estudo foram selecionados 13 participantes do sexo masculino, usuários da rede social virtual Orkut com idades variando entre 18 e 35 anos. O trabalho foi desenvolvido através de uma pesquisa exploratória, qualitativa, utilizando questionários e entrevistas como técnicas mais adequadas para a coleta de dados. Como resultados, encontramos indícios significativos da ocorrência da vigorexia em usuários da rede, bem como pudemos verificar grande interferência midiática na formação deste distúrbio.

Palavras-chave: Psicologia do esporte, distúrbio de imagem, internet.

VIGOREXY AND SOCIAL NETWORKING SITE

ABSTRACT

Today, where technology is present in the daily lives of people in its various forms, whether through the media, the techniques of surgical intervention in beauty products, appliances for gymnastics, etc.. We could not fail to emphasize the fact that the body becomes the object of desire and attention that refer to itself, its destination and construction as to what may or may not be valued in the culture where it is inserted. However, we see the emergence of a condition related to this exaggerated cult of the body, vigorexy, whose ideas and ideals are on the Internet an ideal medium for the dissemination and consolidation of this "lifestyle". We were designed to evaluate the occurrence of this disorder in social network users and analyze the interference of the media in shaping the image of this disorder. To develop this study included 13 male participants, users of social networking site Orkut aged between 18 and 35 years. The work was developed through an exploratory, qualitative, using questionnaires and interviews as the most appropriate techniques for collecting data. As a result, we find significant evidence of the occurrence of vigorexy users of the network as well as we could see big media interference in the formation of this disorder.

Keywords: sports psychology, image disturbance, internet.

INTRODUÇÃO

A abordagem do tema corpo, com um enfoque especial nos assuntos relacionados à vigorexia é de extrema relevância.

Nos dias atuais, onde a tecnologia está presente no cotidiano das pessoas, em suas mais variadas formas, quer seja através da mídia, das técnicas de intervenção cirúrgicas, nos produtos de beleza, aparelhos para ginástica, etc., não poderíamos deixar de ressaltar o fato de que o corpo passa a ser objeto de desejos e atenções que remetem a si próprio, seu destino e construção no tocante ao que pode ou não ser valorizado na cultura onde este se inseriu.

A busca pelo corpo perfeito tem o efeito de produzir discursos duplos que se justificam por relacionar as atividades físicas como promotoras de boa saúde e veículo de credibilidade social, bem

como ser objeto de desejo, mas não deixam claro, ou pelo menos não fazem questão de revelar, quais os processos pelos quais passam os que já adquiriram o tão desejado corpo perfeito, ficando somente sua imagem como fontes de inspirações e desejos.

O acesso facilitado de informações para que o indivíduo se torne responsável por si e pela construção corporal, resvala no que é ser valorizado em uma determinada cultura e época, pois vivemos em uma cultura onde os corpos que são valor são aqueles ditos “sarados”, com musculatura aparente, ativos, sempre em busca de uma beleza perfeita, por isso temos sempre corpos em construção.

As redes sociais virtuais, tais como Orkut, Facebook, etc., fazem com que haja uma aproximação entre pessoas que tenham um mesmo objetivo ou que buscam obter informações sobre os mais diversos assuntos, graças as suas “comunidades”, “tópicos de discussão” e interação, em tempo real ou quase em tempo real, com qualquer pessoa em qualquer parte do mundo.

Nossos objetivos foram verificar a ocorrência deste distúrbio de imagem em usuários da rede e analisar a interferência da mídia na formação deste distúrbio de imagem.

CORPOS MASCULINOS: A VIGOREXIA COMO ESTILO DE VIDA

Neste trabalho, tem especial destaque o que, inicialmente, deu-se o nome de “anorexia reversa”, através das pesquisas do médico psiquiatra Harrisson Pope Jr., em 1993, para posteriormente, com os autores Harrisson Pope Jr., Katharine Phillips e Roberto Olivardia, no ano 2000, ter a denominação de “Complexo de Adônis” ou Vigorexia.

Esta é uma psicopatologia caracterizada pela distorção da imagem corporal, ou seja, uma desordem emocional que se caracteriza por produzir desordem em sua percepção somática, fazendo com que os afetados por este distúrbio se percebam fracos, pequenos, sem qualquer atrativo físico, dentre outras características, não importando o quão musculosos estejam.

Os acometidos por este distúrbio, geralmente, mas não exclusivamente, são homens, com idades variando entre 18 e 35 anos, e primam por realizarem práticas esportivas – especialmente musculação – de forma intensiva e contínua, com o intuito de aumentar a massa muscular e obter o máximo de definição muscular, sem se importarem com as prováveis consequências advindas de tal rotina.

Disciplinar-se a ponto de realizar treinamentos em domingos e feriados, sacrificar a vida social, relacionamentos, emprego, e ter a percepção de que, se não realizar os treinamentos, seu corpo “perdeu massa muscular”, dentre outras, são características de vigorexia, conforme detectaram Pope et al. (2000).

Outro aspecto de especial atenção é o de que estes indivíduos utilizam-se de hábitos alimentares extremamente rigorosos e restritivos, associados à ingestão de perigosos suplementos alimentares e complexos vitamínicos, bem como esteroides anabólicos, sem a menor orientação profissional adequada.

O que podemos detectar é o fato de que as informações acerca de onde comprar, como utilizar suplementos e/ou esteroides, rotinas de treinamentos, etc., são (re)passadas por aquelas pessoas que se tornam referência, ou melhor, que possuem o corpo ideal aos olhos do outro, nunca dele próprio.

Os autores citados acima ainda listam uma série de situações (preocupação frequente de que seu corpo não seja suficientemente magro e musculoso, perda de oportunidades sociais que teria usufruído em outras circunstâncias, especialmente por ter que malhar na academia, gastar muito dinheiro em alimentos especiais ou suplementos dietéticos para aumentar a musculatura, evitar situações onde possam ver seu corpo, - piscina, praia, vestiários - por não se achar suficientemente musculoso, malhar em situações de restrição médica ou lesionado, por receio de parar e perder massa muscular, Ingerir drogas para tornar-se mais musculoso, tais como esteroides anabólicos, dentre outros fatores) onde se podem perceber sinais de vigorexia de forma bastante clara, uma vez que, os acometidos por este distúrbio responderão positivamente a pelo menos quatro ou cinco destas situações.

Torna-se impossível tentar explicar a vigorexia e seu desenvolvimento através de causa única, tal transtorno tem sua explicação na relação existente entre diversos fatores patológicos, as características do sujeito e o entorno onde estabelecem essas relações.

Pois, “[...] atualmente, a tendência é considerar esse tipo de transtorno como fenômenos heterogêneos e multidimensionais, surgidos das interações de diferentes fatores psicológicos, familiares, socioculturais e biológicos” (PEYRÓ, 2006, p.352)

Peyró (2006) cita ainda que no final do Século XX, acontece a consolidação do prestígio da juventude e da sua imagem, tendo como seus estandartes a beleza, o atrativo físico e o culto ao corpo.

Tais atributos encontram, segundo o mesmo autor, um meio de comunicação que os suporta de maneira bastante sólida através da propaganda e suas mídias de alcance social nas mais variadas frentes, atingindo um público cada vez mais jovem, criando assim, um ambiente propício para a divulgação de ideais corporais e estabelecimento de condutas.

O que é aprendido passa a ser transferido através de modelos sociais prontamente mostrados e, depois de interiorizados, geram percepções e condutas reais que passam a reger tanto homens quanto mulheres, adotando-as como sendo lógicas e naturais.

De acordo com Becker (1999) e Tavares (2003), as pessoas aprendem a avaliar seus corpos através da interação com o ambiente, assim sua autoimagem é desenvolvida e reavaliada continuamente durante toda a vida, mas as necessidades de ordem sociais ofuscam as necessidades individuais, sendo pressionados em numerosas circunstâncias, a concretizar em nossos corpos, o corpo ideal de nossa cultura.

A vigorexia, segundo Pope *et al.*, (2000), em afetando em grande escala a população do sexo masculino graças à extrema exposição do que estes chamam de “supermachos”. Exposições que não se limitam mais somente às academias de ginástica ou materiais exclusivos para a divulgação de algo que só compete ao mundo do fisiculturismo ou afins, o apelo ao corpo ideal e musculoso vem sendo divulgado de maneira ostensiva em todo segmento social e encontra na lógica de mercado um nicho bastante promissor para a divulgação de seus ideais.

Um dos grandes problemas apontados pelos autores citados acima é o fato de a sociedade e a mídia pregarem uma perturbadora mensagem dupla de que a auto-estima de um homem deve basear-se principalmente em sua aparência, embora pelos padrões das imagens dos supermachos modernos, praticamente nenhum homem consiga atingi-la, tornando-se compreensível que milhões de homens modernos se sintam infelizes com o que veem no espelho.

Para Michael Kimell (1998) citado por Sabino (2002), não existe apenas um tipo de masculinidade, mas várias, subordinadas à representação do que é ser homem bem sucedido (e, portanto, de fato) em nossas sociedades: forte, competitivo, destacado, bem situado economicamente, resistente à dor física e emocional, viril e que jamais foge dos desafios. Aqueles homens que não se enquadram nesses parâmetros fariam parte de masculinidades secundárias, periféricas e subordinadas. Não seriam, assim, nesse conjunto de representações e práticas sociais, considerados homens plenos.

Descobriu-se um universo bastante grande e rentável, através das preocupações corporais que os homens hoje em dia demonstram, dado o grande número de produtos voltados a este fim; o que de fato nos chama a atenção não é somente o que estes produtos que são vendidos são capazes ou não de fazer, e sim a maneira como estão sendo veiculados estes produtos, a forma como são tratados os homens que se submetem aos encantamentos e imagens corporais que se relacionam com os tais produtos

Mattos (2007), ilustra que o corpo invejado, desejado e admirado pelas pessoas é um corpo “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. A beleza, portanto, adquire um valor, não apenas social, mas também moral. Um corpo coberto de signos distintivos torna-se um capital. O corpo é então uma produção social, e isso fica claro ao observarmos que as sociedades são compostas por códigos culturais distintos que prescrevem diferentes tratamentos e usos dos corpos. Uso esse, que hoje se concentra numa vida centrada na aparência física.

REDES SOCIAIS VIRTUAIS:

Com a incorporação da tecnologia informacional e de comunicação, bem como seus desdobramentos no cotidiano das pessoas, ocorre o fenômeno da cibercultura, adquirindo status de

objeto de análise e alvo de projeções de teóricos das mais variadas áreas, dentre elas a sociologia, antropologia, psicologia, etc.

Recuero (2004), ao citar diversos autores que versam sobre o tema redes sociais, dentre eles estão Watts (2003); Degenne e Forsé (1999); Wellman (1998, 2001, 2003); Garton *et. al.* (1997); revela que estas redes partem de duas grandes visões do objeto de estudo: as redes inteiras (*whole networks*) e redes personalizadas (*personal networks*), sendo que o primeiro aspecto é focado na relação estrutural da rede com o grupo social e, de acordo com esta visão, as redes pessoais são assinaturas de identidade social, o padrão de relações entre os indivíduos está mapeando as preferências e as características de alguém.

Já o segundo foco, estaria centrado no papel social do indivíduo, podendo este ser compreendido não apenas através dos grupos ou redes aos quais pertence, mas através das posições que ocupa nas redes.

Acrescentando, Recuero (2004) ainda cita que a diferença entre os dois focos é o *corpus* de análise escolhida pelo pesquisador: a rede inteira foca em um grupo determinado e a rede personalizada, um indivíduo.

As redes sociais em questão serão tomadas como base de análise no tocante às definições de alguns autores citados por Aguiar (2007), entre eles, Barnes, 1972; Rogers e Kincaid, 1981; Scott, 1992; em que estes utilizam os termos malha, trama, árvore e teia para descrever o fluxo de informações e padrões de conexão entre os nós, até chegar à definição que mais se aproxima das relações sociais em rede, analisadas neste trabalho, que é a definição que Deleuze e Guatari (1996), citados por Aguiar (2007) que classifica as redes sociais como rizomas.

Com efeito,

“... Rizoma é a metáfora que tenta dar conta de uma multiplicidade de relações assimétricas de comunicação, desencadeadas em vários pontos simultaneamente, e de fluxos acentrados e não-regulares de informação (no tempo e no espaço), nos quais não é possível identificar um ponto “gerador” único. Um rizoma caracteriza-se pela multidirecionalidade. (AGUIAR, 2007,p.2)

A autora ainda ilustra que estrutura e dinâmica devem ser indissociáveis na análise de redes sociais, e devem ter como base as propriedades dos vínculos estabelecidos entre os nós e os papéis que cada nó exerce em cada inter-relação, sendo que a dinâmica da rede corresponde ao processo de desenvolvimento de relações espaço-temporais estabelecido, podendo ser observadas nos seguintes aspectos: o padrão do fluxo de informação entre os nós; o ritmo das interconexões e do fluxo de informação, que pode ser contínuo ou descontínuo, regular (periódico), sazonal ou eventual; os graus de participação dos integrantes da rede (frequência com que se comunicam e a qualidade do que comunicam); e os efeitos dessa participação nos demais membros e no desenvolvimento da rede como um todo. (AGUIAR, 2007)

Goffmann (2004) indica que os indivíduos tendem a se apresentar sob uma luz favorável nas situações em que se envolvem, buscando sempre manter um relativo controle de sua expressividade, o que passa a ser decisivo na aceitação, identificação e valorizados destes indivíduos em suas comunidades virtuais.

Os aspectos da criação de um perfil em um site de relacionamentos pessoais acabaram por gerar uma corrida por status de pertencimento e “acolhimento” em suas comunidades virtuais com a adição de “amigos” virtuais, quanto maior o número de “amigos”, mais popular se é, mesmo que essas pessoas nunca tenham se encontrado efetivamente.

As redes sociais com seus desdobramentos acabam por fornecer aos seus agentes sociais um meio de aglutinação de ideais e ideias a serem expostos e divulgados por pessoas que consideram possuir qualidades e/ou características que os legitimam como pertencentes a esta comunidade.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho foi desenvolvido através de uma pesquisa exploratória, qualitativa, utilizando questionários e entrevistas como técnicas mais adequadas para a coleta de dados.

Tal aplicação de questionários e entrevistas foram feitas através da internet, meio este que vem sendo utilizado com bastante frequência e propriedade por diversos pesquisadores, dentre eles podemos citar Silva (2000), Schwartz *et al.*, (1998), Schwartz (2003); possibilitando grande acesso aos entrevistados das mais variadas localidades, minimizando um dos fatores limitantes que um pesquisador possa vir a enfrentar, que é o deslocamento até seus pontos focais de pesquisa, como nos ilustra com bastante propriedade a autora Lúcia Santaella em seu livro *Lições e Subversões* (2009) ao citar que "... nesse espaço de virtualidades, feito de *bytes* e luzes, a geografia física não importa, pois qualquer lugar no mundo fica à distância de um clique." (SANTAELLA, 2009, p.135)

Em uma tentativa de minimizar os possíveis inconvenientes de uma pesquisa via internet, tais como, a dúvida se o pesquisador está trabalhando com pessoas reais ou perfis denominados "fakes", traçamos estratégias para nos garantir a fidedignidade dos dados coletados.

Para tanto, nos baseamos em Kozinets (1998), onde o autor, em um tópico de discussão de seu artigo "*On Netnography Initial Reflections On Consumer Research Investigations Of Cyberculture*", denominado desonestidade e falsa representação – tradução livre - (*Dishonesty and Misrepresentation*), cita que a vigilância, bem como maior atenção e criteriosidade na coleta dados e suas interpretações, se fazem necessários.

A estratégia sugerida pelo autor é a triangulação de dados daqueles indivíduos escolhidos para fazer parte da pesquisa, uma vez que, ao acessarmos as páginas pessoais destes indivíduos, pode-se perceber constante interação com seus pares em situações reais do cotidiano, tais como, comentários sobre encontros nos mais variados locais (em especial destaque, nas academias de ginástica e musculação), festas, relacionamentos amorosos, etc.

Outra estratégia adotada por nós para garantir a confiabilidade dos dados foi a utilização da ferramenta de comunicação síncrona MSN, em sua interface de videochamada.

POPULAÇÃO

Foram selecionados 13 participantes do sexo masculino, usuários da rede social virtual Orkut com idades variando entre 18 e 35 anos, dos quais poderíamos ter fácil acesso em pelo menos duas, das três formas de contato pré-estabelecidas como fontes seguras de confiabilidade (páginas da rede social, contato pessoal e videochamadas do site MSN).

Não analisamos questões socioeconômicas por acreditarmos que este tipo de distúrbio de imagem, a vigorexia, não é uma ocorrência exclusiva de uma determinada classe social.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Daremos especial destaque a dois dos questionamentos feitos aos nossos participantes, que encampam de maneira bastante satisfatória diversos fatores relevantes à temática estudada.

Os questionamentos feitos foram: "Você acessa a internet com o intuito de trocar experiências sobre musculação, tais como, passar/pegar treinos, comparar medidas corporais, resultados de treinos, etc.?" e "O que você pensa sobre a frase que diz que "na musculação, quanto maior (corpo), melhor?"

Discorrer sobre a mídia e suas influências sobre o cotidiano das pessoas é se debruçar-se sobre uma temática de extensão e possibilidades infundáveis.

Nestas questões nos são apresentadas várias possibilidades de análise pelo fato de estarmos diante de constantes (re)invenções corporais, tendo como pano de fundo algo que também é prodigo em se (re)inventar.

De fato, é de difícil dissociação estes dois fatores, uma vez que, a constante geração de insatisfação corporal faz morada no também constante desejo de aprimoramentos corporais, e as mídias encontram neste espaço uma oportunidade sem igual de estabelecer-se de modo a ditar tendências e estabelecer padrões.

A busca por imagens de referência é algo que nos chama bastante atenção, pois esta imagem midiática, em oposição à imagem do espelho, não mostra o sujeito que observa, mas faz com que este fixe seu olhar nestas imagens, constituindo assim, tanto aquele que observa quanto aquele que é observado.

Esta afirmação de si como alguém que pertence ao grupo daqueles que seguem certo estilo de vida ou que fazem parte de um grupo seletivo de pessoas que possuem um corpo desejável, encontra na internet acentuada potencialização, fato este ilustrado por nossos participantes da pesquisa quando estes relatam não só fazerem buscas por imagens de referência, como também trocar experiências de como se obter tal corpo, incentivam-se entre si (os elogios são sempre muito bem aceitos, enquanto que as críticas são rechaçadas com veemência e certa agressividade)

Mesmo que de forma velada, os participantes da pesquisa (acreditamos que não somente eles) fazem constantes buscas por tudo o que possam os deixar maiores e mais fortes, algo que, somente um de nossos participantes, nos relatou abertamente quando disse fazer pesquisas sobre preços de suplementos e medicamentos sintéticos.

Ao analisarmos as respostas e as interações nas redes sociais daqueles que nos responderam negativamente, acreditamos que, ao admitirem abertamente que façam buscas por treinamentos diferenciados, troquem experiências sobre treinos, e que utilizam-se da internet para obter recursos ergogênicos, é admitir certo fracasso na administração de seu corpo.

Peyró (2006) relata que, por estarmos imersos em uma sociedade que prima pelo culto ao corpo e sua imagem, não é de total estranhamento que desenvolvamos patologias que sejam focadas principalmente na perfeição corporal, pois os atuais modelos socioculturais de beleza masculina que nos são transmitidos pela mídia, estão nos educando de maneira indireta através dos benefícios “da imagem e do corpo perfeito”.

Ainda segundo o mesmo autor, tal “educação através da imagem e do corpo perfeito” fomenta o desejo de alcançar tais padrões e, tão forte quanto este desejo, é a frustração de não alcançá-lo.

Percebe-se, através das respostas que nos foram oferecidas, que esta busca por informações de como se obter um corpo (maior e) perfeito traz o lado comercial deste desejo bastante a florado, uma vez que nossos participantes fazem tais buscas e trocas de experiências através de instrumentos em que a publicidade é bastante presente.

Pensamos também ser de análise complementar ao exposto acima, o fato de um de nossos participantes ter um site de musculação para a divulgação de dicas de treinos, consumo de suplementos alimentares, dicas de como utilizar esteroides, quais os melhores produtos que, associados a tudo o que o site oferece, pode proporcionar uma experiência “única e exclusiva” a corpos que possuem “*individualidade biológica*” (resposta fornecida por um dos participantes), mas que estão cada vez mais semelhantes uns aos outros.

Vemos também que o discurso médico-científico se faz presente em diversos momentos, pois este fornece uma justificativa confiável e de grande respaldo para todos os métodos utilizados para se obter o corpo (maior e) perfeito.

Nesses relatos notamos que o desejo pela perfeição corporal toma forma sob nuances de esculturação corporal, focando hora no corpo como um todo, e hora em partes do corpo que necessitem ser melhoradas, para que estes corpos possam atingir sua máxima potencialidade.

Os discursos se perdem em momentos que, para se obter a credibilidade necessária, se faz uso do politicamente correto, com a recusa e condenação do uso de substâncias potencialmente nocivas ao corpo, como pudemos verificar no discurso de dois de nossos participantes, em contraposição às comunidades virtuais das quais estes fazem parte e dos tópicos de discussão em torno destes temas.

Novamente recorremos a Peyró (2006) para estabelecermos relações entre as respostas que nos foram apresentadas com a vigorexia, pois este autor relata que a vigorexia pode ter importantes consequências, e um dos principais problemas é proveniente da utilização de esteroides anabolizantes.

O consumo e conseqüente abuso destes recursos ergogênicos prejudicam seriamente a saúde, podendo potencializar os riscos de se estabelecerem alterações cardiológicas importantes, lesões hepáticas, alterações nos níveis de sódio e potássio, impotência, disfunções eréteis, alterações no tamanho e forma dos testículos, dentre outras.

O que nos chama a atenção de maneira bastante significativa é que as alterações descritas acima são consideradas riscos assumidos e não são objetos de atenção tão importantes quanto os efeitos secundários dos esteroides: acne e aumento de pelos no corpo.

Tal fato se dá porque a acne e o aumento de pelos no corpo estão à vista e relacionados diretamente com a estética corporal.

Outros problemas advindos da prática excessiva de musculação, com o intuito de ficar cada vez maior, são as lesões acarretadas pelos aumentos sucessivos de carga e a não recuperação adequada tais como problemas ósseos e musculares, pequenas rupturas musculares e de tendões, encurtamento muscular e de tendões, falta de agilidade, etc.

Portanto, após a aplicação deste questionário, obtivemos discussões de bastante relevância quando nos referimos a vigorexia.

Pudemos observar comportamentos altamente prejudiciais à saúde dos participantes desta pesquisa, bem como incoerências em seus discursos, na tentativa de amenizar suas escolhas.

CONCLUSÕES

O estudo procurou estabelecer conexões entre o quadro corporal atual, com inúmeras exigências e questões a se valorizar quando pensamos no corpo e suas representações.

Atualmente o corpo, por si só, não representa algo socialmente valorizado, a menos que esteja perpassado por inúmeros cuidados que o caracterize como um corpo como valor.

Tais cuidados acabam por ocasionar situações em que a exacerbação dos exercícios físicos e todos os cuidados para se obter um corpo perfeito estabelecem quadros patologizantes, fazendo o discurso da boa forma física e da saúde se perder em meio a tantas exigências sociais e pessoais que representam o corpo perfeito.

Com base na análise e discussão dos dados podemos concluir que os distúrbios de imagem se fazem presentes em grande número em usuários da rede, uma vez que nossos participantes deram indícios significativos da ocorrência de vigorexia em seus depoimentos e interações com seus pares.

Tal análise nos demonstra que os usuários da rede encontram neste veículo de comunicação, informação, entretenimento, dentre outras qualidades, um espaço fértil de oportunidades para divulgar o que consideram “seus estilos de vida”, e também encontram respaldo de seus pares para que isso se evidencie e tome corpo em proporções nunca imaginadas em outras épocas.

A rede mundial de computadores, com suas inúmeras possibilidades, é veículo também para o estabelecimento de vínculos e padrões estéticos que transcendem o mundo das academias de ginástica e musculação, é terreno fértil para cultivo de “amizades” e amizades que façam seus participantes se sentirem acolhidos e validados em seus estilos de vida.

Com o desenvolvimento deste estudo colocamo-nos em uma posição onde começamos a nos questionar se o “mito do corpo perfeito” realmente existe, da maneira como é idealizado.

Tal escravidão, ou cultuação, do próprio corpo deve ser de primordial atenção aos profissionais que trabalham (com) este corpo, em especial destaque aos profissionais de Educação Física, pois estes são os escolhidos para cuidar, mesmo que inicialmente, dos “postulantes ao corpo perfeito”.

Nossa formação não deveria relegar apenas aspectos tecnicistas e que reforcem tais comportamentos, mascarando patologias de gravidade evidenciadas, por discursos médico-fisiológicos, pois assim, só estaríamos empurrando o problema um pouco mais a frente, na esperança de que outros cuidem do que deveria ter sido feito em fases iniciais.

Não defendemos aqui a falta de profissionalismo com o exercício ilegal e descontextualizado de funções que não nos competem, e sim de maior intercâmbio de conhecimentos e vivências inter-áreas, para que não estabelecêssemos quadros onde um só profissional, de uma determinada área fosse responsável por aspectos que compreendem a multidisciplinaridade.

Por ser assunto de vasta amplitude e problemática significativa, pensamos serem necessários maiores estudos, estudos esses que cabem em diversas áreas do conhecimento, proporcionando assim, crescimento potencializado e passível de consultas sem restrições de qualquer natureza.

Como explicitado ao longo deste trabalho, ter um corpo, ser um corpo, ou qualquer expressão que o valha, vai nos remeter sempre àquilo que nos é mais caro e mais íntimo: refere-se a nós mesmos e a todos os fatores que perpassam nossa existência.

Por este motivo, a formação adequada de profissionais das mais variadas áreas do conhecimento se faz necessário para que este assunto não se perca em meio a tantas exigências que nos cercam.

REFERÊNCIAS:

- AGUIAR, S. Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – SBEIC (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Santos, 2007.
- BECKER JR. B. **Manual de Psicologia aplicada ao Exercício & Esporte**. Porto Alegre: Edelbra, 1999.
- GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. 12ª ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- KOZINETTS, R. On netnography: initial reflection on consumers research investigations of cibercultura. In: **Advances in Consumer Research**, V. 25, eds. Joseph W. Alba & J. Wesley Hutchinson, Provo, UT : Association for Consumer Research, p.366-371, 1998. Disponível em <<http://www.acrwebsite.org/volumes/display.asp?id=8180>> Acesso em: 03/07/2011.
- MATTOS, R.S. Sou gordo, sou anormal. **Arquivos em Movimento** (Revista Eletrônica da Escola de Educação Física e Desportos – UFRJ), v. 3, n. 2, p.153 – 173, Jul. / Dez., 2007. Disponível em <<https://vomer2.eefd.ufrj.br/~revista/index.php/EEFD/article/viewArticle/109>> Acesso em: 27/09/2009.
- PEYRÓ, C. F.. **La apariencia y características de los modelos publicitarios: códigos no verbales de la realidad em el discurso publicitário, como factor de influencia social midiática em la vigorexia masculina**. Tese de Doutorado - Departamento de Filosofia, Sociologia, Comunicação Audiovisual e Publicidade - Universidade Jaume I, Castellón, Espanha, 2006.
- POPE JR, H.; PHILLIPS, K.; OLIVARDIA, R. **O Complexo de Adônix: Obsessão Masculina pelo Corpo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- RECUERO, R. Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet: Considerações sobre o Orkut, os Weblogs e os Fotologs. In: XXVII Intercom, 2004,Porto Alegre. **Anais** do XXVII Inter-com, 2004.
- SABINO, C. Anabolizantes: Drogas de Apolo. In GOLDENBERG, M. (org.) **Nu e Vestido: Dez Antropólogos Revelam a Cultura do Corpo Carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- SANTAELLA, L. **Lições e Subversões**. São Paulo: Lazuli: Companhia Editora Nacional, 2009.
- SILVA, R. L. **Gênero, discriminação, homossexualidade feminina e lazer**. Monografia (trabalho de conclusão de curso de bacharel em Educação Física) – Departamento de Educação Física – Instituto de Biociências – Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, São Paulo, 85f, 2000.
- SCHWARTZ, G. M.; SILVA, R. L.; ZANCHA, D. A internet como espaço de lazer. In: Simpósio Internacional de Ciências do Esporte, 21, São Paulo. **Anais...** São Paulo: CELAFISCS, p.135, 1998.
- SCHWARTZ, G. M. O conteúdo virtual do lazer: contemporizando Dumazedier. **Licere**, CELAR/ Belo Horizonte, v. 2, n. 6, p. 23-31, 2003.
- TAVARES, M. C. **Imagem Corporal: Conceito e Desenvolvimento**. São Paulo: Manole, 2003.

¹ Universidade Estadual de São Paulo – UNESP – Rio Claro / I.B./ D.E.F.
Laboratório de Estudos e Pesquisas em Psicologia do Esporte - LEPESPE/I.B./UNESP – Rio Claro.