

# Cariocas da gema: representações de corpos masculinos e femininos na cultura *fitness*

<https://doi.org/10.11606/issn.1981-4690.2022e36207969>

Vanessa Silva Pontes\*  
Alan Camargo Silva\*  
Erik Giuseppe Barbosa Pereira\*

\*Escola de Educação Física e Desportos, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

## Resumo

Objetivamos comparar as representações de corpos masculinos e femininos nos sites das academias de ginástica da Zona Sul e Norte do município do Rio de Janeiro. O método é do tipo descritivo e de natureza qualitativa, utilizando como técnica a análise de imagens. O corpo masculino apresentou relativa distinção em suas formas de exposição. O apelo social e estético a este corpo se manifesta nas formas musculosa, forte e potente, geralmente durante a execução de exercícios com pesos elevados para membros superiores. Já o feminino, para além da sensualidade explícita em todas as imagens, apresenta diferentes formas corporais: na Zona Sul o corpo exibido é magro, longilíneo e definido, enquanto na Zona Norte aparece também uma mulher forte e musculosa. Concluímos que corpos femininos e masculinos são postos à mostra de formas distintas, reproduzindo estereótipos ainda mantenedores da dominação masculina.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gênero; Classe social; Mídia; Indústria da beleza; Academias de ginástica; Análise de imagens.

## Introdução

A noção de corpo como uma construção sociocultural pode ser entendida pioneiramente pelo trabalho de MAUSS<sup>1</sup> sobre as técnicas corporais ao compreender que há uma pluralidade de “[...] maneiras pelas quais os homens, de sociedade a sociedade, de uma forma tradicional, sabem servir-se de seu corpo.” (p. 401). Tal realidade se complexifica em tempos contemporâneos na medida em que cada vez mais em um mesmo grupo social há inúmeros universos simbólicos que constroem uma diversidade de sentidos e de significados ao corpo<sup>2</sup>.

Esses múltiplos usos do corpo podem ser representados nas peculiaridades das formas como os sujeitos cuidam de si uma vez que há um código de boas maneiras para viver em dado grupo social<sup>3</sup>. Geralmente tais relações com o corpo são generificadas na medida em que há reducionismos quanto às qualidades morais dos atributos físicos atrelados ao homem e à mulher<sup>2</sup>. É nesse sentido que BOURDIEU<sup>4</sup> chama a atenção sobre a construção binária e na relação social entre o masculino e o

feminino representados, por vezes, no corpo. Além disso, as representações sobre corpos de homens e de mulheres podem se pluralizar entre e no interior de distintas realidades socioeconômicas<sup>5</sup>.

Assim, baseando-se na intersecção entre gêneros e camadas sociais, vale questionar as formas como corpos masculinos e femininos são expostos no que denominamos de “cultura *fitness*”, isto é, os modos como o corpo é valorizado no âmbito do culto à boa forma especificamente em academias de ginástica, espaço este cada vez mais afetado por diferentes modelos de gestão empresarial e por pressupostos comerciais e mercadológicos. Torna-se ainda mais interessante investigar tais questões em uma região onde é reconhecida pela exposição e diversidade de corpos vistos como saudáveis, jovens e belos: a cidade do Rio de Janeiro<sup>6,7</sup>.

GOLDENBERG e RAMOS<sup>8</sup> identificam um processo de desnudamento do corpo carioca que deve estar em conformidade com as regras da moral da boa forma. Em outras palavras, além de um

autocontrole de homens e mulheres, há imperativos sociais sobre o corpo livre de gordura, flacidez e moleza para ser decente, isto é, seria o corpo fora de forma. A cultura *fitness*, a cirurgia plástica, o consumo de cosméticos e de estilos de vida são respostas de homens e mulheres às coerções sociais, entre elas a mídia e a publicidade, que transformam a gordura em doença, o ser gordo em desleixo, o fora de forma em indecência.

Nesse contexto, a mídia, propagadora de modelos de corpo a serem atingidos, exhibe imagens cuidadosamente construídas (quando não artificialmente) de famosos em plena forma e debaixo de mínimos trajes. Estes ilustres sujeitos frequentemente são vistos recorrendo a tratamentos reparadores, cirurgias, métodos de treinamento inovadores em academias de ponta e demais subterfúgios para evitar, a qualquer custo, o envelhecimento, a gordura corporal localizada, além de outros elementos dispensáveis a um corpo “endeusado”, realidade esta evidente e plural no cenário carioca.

## Método

Este estudo se caracteriza como descritivo e de natureza qualitativa. A abordagem qualitativa busca alastrar as possibilidades de análise e perceber a pluralidade dos fenômenos sociais a partir de realidades microscópicas<sup>11</sup>. GOELLNER et al.<sup>12</sup> afirmam que este tipo de investigação envolve e lida com a subjetividade, com as relações de poder entre os sujeitos e com as tensões sociais existentes.

O material empírico contou com 262 imagens disponibilizadas em *sites* na *internet* de 7 academias da Zona Sul e 7 da Zona Norte do Município do Rio de Janeiro, totalizando 14 espaços *fitness*. A coleta de imagens foi realizada na primeira semana de Dezembro de 2015, período este que inicia a estação do verão, em que os corpos estão mais expostos devido ao clima, à proximidade das praias, às áreas de lazer, aos clubes, às praças, aos parques e ao aumento na procura das atividades físicas nos espaços *fitness* cariocas<sup>6,7</sup>.

A seleção das academias de diferentes portes se estabeleceu a partir da sua localização em determinados bairros, a disponibilização de *site* próprio e ativo, assim como, a representatividade no número de frequentadores, serviços prestados,

Existem pesquisas que empreenderam suas investigações em academias comparando o universo simbólico do corpo e das práticas corporais entre diferentes regiões do município do Rio de Janeiro<sup>9,10</sup>. Entretanto, ainda são escassos os estudos sobre academias que se preocupam com os marcadores de gênero e de camada social e, sobretudo, a partir de análise de imagens circuladas pela e na cultura *fitness*. Assim, em virtude desta lacuna no conhecimento, delineiam-se as seguintes questões norteadoras do presente trabalho: de que maneiras os corpos masculinos e femininos são exibidos pelos *sites* das academias da Zona Sul e da Zona Norte do município do Rio de Janeiro? Quais representações e relações de gênero em interface com as camadas sociais podem ser identificadas nessas imagens?

Destarte, a partir do exposto, o nosso objetivo principal é comparar as representações de corpos masculinos e femininos nos sites das academias de ginástica da Zona Sul e Norte do município do Rio de Janeiro.

modalidades de práticas corporais oferecidas, tempo de funcionamento, número de profissionais empregados e registro oficializado na prefeitura como estabelecimento comercial. Já a justificativa pela delimitação dessas duas regiões encontra guarida nos indicadores de renda do IBGE<sup>13</sup>, que mostram as desigualdades por extratos da população como mais significativas entre as regiões Norte e Sul do Município, isto é, enquanto na primeira encontram-se grupos sociais economicamente menos favorecidos, na segunda, reside um segmento com alto poder aquisitivo. MALYSSE<sup>7</sup> aponta que há um universo “estético-social” peculiar entre essas regiões do Rio de Janeiro.

A técnica de análise de imagens se baseou nos pressupostos metodológicos de AUMONT<sup>14</sup> e JOLY<sup>15</sup> que argumentam sobre a importância de atentar para os vários sentidos que uma foto proporciona, antes mesmo de realizar tal processo. Estas múltiplas leituras, que denominamos de caráter polissêmico da imagem, não significam que a foto possua vários “sentidos”, e sim que seu sentido explícito cria classes de correspondências que permitem múltiplas interpretações. Esta capacidade que a imagem tem de possuir vários significados nasce da relação existente

entre a imagem, o objeto e o observador. Ao realizar a análise de imagens, compreendemos ser impossível atentar a todos os significados que uma imagem é capaz de estabelecer na mente daqueles que a observam, pois essas interpretações são infinitas, próprias de cada indivíduo, que as construiu tendo por base os critérios pré-estabelecidos pelas vivências culturais e sociais.

Após essa etapa, detectamos as imagens de corpos masculinos e/ou femininos nos *sites* das academias, desde que a qualidade e tamanho das imagens sejam considerados aceitáveis para as análises. Isto é, o critério de seleção das imagens expostas no estudo seguiu um caráter representativo, dentre aquelas que possuem similaridades quanto ao seu conteúdo, com base num paradigma semiótico. Segundo JAPIASSÚ e MARCONDES<sup>16</sup>, a semiótica é a ciência que estuda os sistemas de signos, a relação destes entre si e com a realidade a que se referem. Dessa forma, elegemos aquelas que melhor traduzem o significado expresso pela maioria das imagens. Assim, cabe registrar que a quantificação das imagens não se estabeleceu a partir de uma análise quantitativa/estatística, mas serviu como um recurso descritivo e ilustrativo, possibilidade

esta para pesquisas qualitativas com o intuito de identificar tendências interpretativas nos achados, como aponta SILVERMAN<sup>17</sup>.

Como etapas de uma análise de imagem, JOLY<sup>15</sup> nos propõe os seguintes passos: 1- Observar os tipos de significantes plásticos, icônicos e linguísticos copresentes na imagem; 2 - Fazer com que a eles correspondam os significados que lembram por convenção ou hábito; 3 - Observar o cruzamento destes diferentes tipos de signos e os significados que emergem desse cruzamento e; 4 - Formular uma síntese desses diversos significados, ou seja, uma versão plausível da mensagem implícita vinculada à imagem.

Após tais procedimentos, foi possível criar dois eixos de análise, a saber: a) Imagens em números e a representatividade de homens e mulheres nos espaços das academias; b) Corpos à mostra. Enquanto a primeira categoria versa sobre a quantidade de fotos disponibilizadas de cada sexo nos *sites* dos espaços *fitness*, a segunda trata acerca de como essas imagens estão sendo apresentadas nessas mídias, a partir da perspectiva dos estudos das relações e representações de gênero em intersecção com as camadas sociais.

## Resultados

Como poderá ser visto a seguir, para fins de organização da apresentação e discussão dos resultados, optamos pela construção de mosaicos segundo a categoria e região em análise. Por meio da utilização de mosaicos mistos, buscamos não reafirmar as segregações sexuais baseadas na dicotomia homem/mulher, as quais sustentam o sexismo, o preconceito e as visões estereotipadas de ambos os sexos.

### *Imagens em números e a representatividade de homens e mulheres nos espaços das academias*

Após contabilizar as imagens coletadas, foi possível perceber que as mulheres detinham um espaço muito superior ao dos homens no quantitativo de aparições. Com vistas a tornar mais clara essa diferença, apresentamos o total de imagens femininas, masculinas e mistas, tanto da Zona Sul, quanto da Norte.

TABELA 1 - Quantitativo de imagens por região.

Zona	Imagens de mulheres	Imagens de homens	Imagens mistas	Total
Norte	64	23	49	136
Sul	74	18	34	126
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>41</b>	<b>83</b>	<b>262</b>

As academias tornaram-se preponderantemente o negócio da beleza. Aquelas promessas destacadas por VIGARELLO<sup>18</sup> de um corpo perfeito, potencializadas nos anos 80, ainda atingem as mulheres de maneira sem precedentes e, nessa perspectiva, o uso do corpo feminino como estratégia de *marketing* se faz presente em larga escala, em ambas as regiões analisadas. Isto é, o corpo feminino na mídia moderna ainda parece assumir e vender o clássico arquétipo magro e de boa forma<sup>19-22</sup>. Questionamos então como esse corpo não haveria de vender seu atributo mais almejado: a beleza - não só a natural, como também a arquitetada.

Uma vez que o recurso publicitário da imagem feminina repercutiu positivamente nos campos em que sua presença é bem vinda – geralmente espaços, produtos e serviços voltados ao público masculino – seu uso quase majoritário pelas academias se justifica por ter essa mesma finalidade, no entanto, neste caso específico, o público alvo é tanto o masculino quanto o feminino, por fazer referência a um desejo das mulheres (o corpo perfeito), bem como de muitos homens (uma mulher com corpo perfeito). Com base na discrepante quantidade de imagens, suscitamos a ideia de que o corpo masculino não estaria ali exibido com o objetivo de atrair clientes. Logo, tampouco sua imagem estaria atrelada à sensualização de seu corpo, uma vez que este vem sendo um artifício feminino.

Outro dado que pode ser observado é na representatividade das imagens mistas. Ainda que a análise aqui esteja focada na exposição de corpos de homens e de mulheres, sugere-se que os espaços das academias são fundamentalmente regidos por uma relação heteronormativa implícita ou naturalizada na medida em que partem do pressuposto comercial

de que homens se relacionam com mulheres e vice-versa. Em outras palavras, na dimensão relacional entre gêneros e sexualidades, as academias parecem garantir o apelo publicitário a partir de que outras identidades não-heterossexuais frequentam esses espaços. Essa lógica ou dominação heteronormativa se estabelece historicamente no campo esportivo ou das práticas corporais em geral<sup>23</sup>.

Assim, a partir da representatividade dos corpos de homens e de mulheres nos *sites* das academias, sentimos a necessidade de aprofundar a análise das imagens propriamente dita com vistas a explorar este campo da exposição de como o masculino e o feminino são construídos entre diferentes contextos socioeconômicos e culturais no interior desses estabelecimentos de culto ao corpo.

Comparativamente entre as academias da Zona Sul e da Zona Norte, foi possível apreender que, de certo modo, houve uma proporcionalidade no total de imagens femininas, masculinas e mistas. Até onde foi possível verificar em relação à quantidade de imagens, entende-se que há uma lógica universal do que simbolicamente os corpos de homens e de mulheres podem emitir quanto aos sentidos e significados de se engajar nas práticas corporais. Considerando as academias como estabelecimentos comerciais, pode-se afirmar que o número de imagens revela representações de gêneros e lugares sociais de homens e de mulheres bem definidos quando se propõe a “vender” os serviços prestados por tais espaços, o que de certa maneira reproduz ou se alinha ao que ainda hegemonicamente se compartilha na contemporaneidade: binarismos e identidades clássicas associadas historicamente ao masculino e ao feminino<sup>24</sup>.



FIGURA 1 - Imagens da Zona Norte - RJ.



FIGURA 2 - Imagens da Zona Sul - RJ.

Entretanto uma peculiaridade encontrada nos espaços *fitness* da Zona Sul carioca foi o oferecimento de serviços como fisioterapia, nutrição, salão de beleza, massagem e boutique no interior dos estabelecimentos. Apenas mulheres apareciam na divulgação destes, passando a imagem de que apenas as mulheres se preocupam com a saúde, a beleza e a estética. Quanto aos demais serviços da academia, em ambas as regiões, elas são quase majoritárias nas imagens de aulas de hidroginástica (com maior destaque para as idosas), yoga, alongamento e demais atividades coletivas e predominantemente aeróbicas. Na grande maioria das vezes aparecem com um rosto sorridente, radiante e não transparecendo a dificuldade dos exercícios. Isto é, nesse caso, tais imagens atrelam-se ainda à noção das mulheres associadas às capacidades sentimentais, emotivas, compreensivas e dóceis<sup>25</sup>.

A quantidade de imagens masculinas foi inferior às femininas tanto na Zona Sul quanto na Zona Norte. Nesta, houve uma maior prevalência de homens aparecendo em conjunto com mulheres na sala de musculação, tanto como alunos da academia, quanto como professores de sala ou *personal trainer*. Fora das salas de musculação, os homens foram vistos com maior predominância nas aulas de lutas em geral e na natação, quando a academia em questão oferecia esse serviço.

Na Zona Sul, para além das lutas e da natação, os homens também foram encontrados nas sessões de cardio e nas aulas coletivas, tanto como alunos quanto como professores. Entretanto, sua presença nessas últimas ainda é bastante tímida, uma vez que este espaço é historicamente de

exclusividade feminina<sup>26,27</sup>.

Vale ressaltar também que não foram encontradas na Zona Norte imagens de mulheres na natação ou nas lutas. Já na Zona Sul, entretanto, essas representações foram encontradas apenas em uma academia que disponibilizava exclusivamente imagens de mulheres em todo seu *site*.

### *Corpos à mostra*

Após e durante o processo de quantificação das imagens e a representatividade de homens e mulheres nos espaços das academias, identificamos as formas como os corpos masculinos e femininos se apresentavam nos *sites* das academias, em especial, entre a Zona Sul e a Zona Norte.

Vale destacar que em todas as imagens analisadas, o retratamento masculino ilustra um homem que pertence a um ideal de se apresentar à sociedade. Corpos fortes e musculosos são expostos, exibindo uma musculatura definida e proeminente. É interessante observar que, na grande maioria das imagens, o foco está no tronco e nos membros superiores, em retratamentos durante a execução de exercícios que se utilizam de pesos livres de elevadas cargas voltados para esses conjuntos musculares, cujo desenvolvimento avantajado é o objetivo de uma boa parcela dos praticantes de musculação do sexo masculino.

Tratar sobre homens implica discorrer sobre masculinidade, termo que se refere ao modelo mais lisonjeado de se viver os papéis masculinos na visão da sociedade ocidental: um elemento viril, forte, corajoso, provedor,

rude, insensível, conquistador, entre outros prediados socialmente valorizados. CONNELL<sup>28</sup> denomina estes comportamentos e atributos clássicos ligados ao homem de “masculinidade hegemônica”, que contém princípios morais e éticos representantes de uma suposta e única forma de ser homem: aquela com “H maiúsculo”. Isto pode ser observado na concepção de praticantes de exercícios físicos com a compreensão de uma coletividade que valoriza uma estética masculinizante, virilizante e individualizante<sup>29</sup>, isto é, uma forma androcêntrica de lidar com as

práticas corporais.

Raras são as fotos em que o homem aparece de corpo inteiro e em poucas ele é retratado em exercícios para musculatura das pernas, coxas e quadril. Associa-se a isso o estigma direcionado ao homem que malha membros inferiores, os quais estariam pondo em xeque sua masculinidade ao realizar, por exemplo, uma série de exercícios para os glúteos com quatro apoios no chão. Os estudos de HANSEN e VAZ<sup>30</sup>, MALYSSE<sup>7</sup>, LESSA, FURLAN e CAPELARI<sup>31</sup>, e FONTOURA e LOPES<sup>32</sup>, também evidenciam essa resistência masculina



FIGURA 3 - Imagens da Zona Norte - RJ.



FIGURA 4 - Imagens da Zona Sul - RJ.

em treinar membros inferiores, destacando que essa visão estereotipada dos exercícios está relacionada à visão cartesiana do corpo<sup>2</sup>, em parte originada nas relações sociais que hierarquizam e polarizam os papéis masculinos e femininos.

As poucas vezes em que os membros inferiores apareciam ou ficavam evidentes nas imagens dos homens estavam atreladas às academias da Zona Sul, especialmente quando tais estabelecimentos exibiam ou promoviam as aulas coletivas, diferentemente das academias da Zona Norte que ainda valorizavam os membros superiores e peitorais deles. A carga simbólica dos usos do corpo, portanto, está atrelada ao que determinado grupo social entende por um “corpo de homem”. Pelas imagens, enquanto na Zona Sul indicava que o corpo de homem era composto pela sua proporcionalidade ou por uma construção “totalizante” entre membros inferiores e superiores, na Zona Norte, a fragmentação e valorização da região superior eram evidentes. Silva<sup>10</sup> indica que as condições socioeconômicas e culturais onde as academias estão inseridas influenciam substancialmente na forma com que os corpos de homens e suas masculinidades são construídos.

Tal diversidade da construção do corpo vinculada ao gênero masculino pode ser vista clara e comparativamente nas imagens disponíveis nos sites das academias da Zona Sul e Zona Norte carioca. Ao mesmo tempo em que corpos masculinos ainda estão vinculados a noção singular de que deve se trabalhar predominantemente as “partes superiores”, há uma pluralidade de representações do que é “ter um corpo de homem” uma vez que as “partes inferiores” também podem ser valorizadas por eles.

Já ao voltarmos nossa atenção ao corpo feminino, o olhar se direciona imediatamente aos membros inferiores ignorados, em grande parte, no corpo masculino. Emerge em nossas análises que o foco das imagens femininas, em ambas as regiões, diferencia-se fundamentalmente daquele enquadramento utilizado no masculino, voltando-se para o rosto sorridente e provocativo, o busto avantajado e para as pernas torneadas. É mais comum o retratamento delas durante exercícios para as musculaturas da coxa, glúteos e abdome. Quando a mulher aparece trabalhando membros superiores, faz-se uso de pesos leves, sendo mais usuais as ocorrências em aulas coletivas.

Geralmente, a musculação é considerada um espaço de homens por ser caracterizado por um local de “força para puxar ferro”<sup>33</sup>. Tal atividade difere de outras modalidades de práticas corporais que, por vezes,

possuem maior adesão do público feminino tais como aulas aeróbicas, Pilates, Ioga e Tai chi chuan na medida em que, teoricamente, desenvolvem atributos associados mais ao feminino<sup>26,27</sup>. Esta realidade se deve pelo fato das múltiplas feminilidades terem sido legitimadas nas práticas corporais e esportivas apenas recentemente haja vista as limitações históricas impostas às mulheres com justificativas biológicas e sociais, tais como, respectivamente, características anatomofisiológicas supostamente “incompatíveis ao esforço físico” e de papéis do lar e do mundo privado<sup>34</sup>.

Percebemos também que os quesitos sensualidade e apelo erótico aparecem com unanimidade, predominantemente nas imagens femininas. À luz de SILVA e GOMES<sup>35</sup>, o erótico é tido como algo sujo e pervertido, comumente associado ao feminino e às classes subordinadas à masculinidade hegemônica. É relatado como a forma de demonstrar o amor, o qual, para os subjugados, é um sentimento carnal, lascivo e voluptuoso. Quando homens e mulheres são dispostos em uma mesma imagem, percebe-se que a mulher aparece em primeiro plano, à frente do homem e com o rosto sempre aparente. Em alguns casos eles apareciam desfocados, embaçados, de costas, com parte do rosto encoberto ou mesmo distantes do enquadramento principal. Nas poucas imagens em que o abdome masculino é retratado, pudemos identificar um sutil elemento eroticizado, mas ainda assim, mais circunspecto e discreto quando comparado ao feminino.

Com apoio em GOELLNER<sup>36</sup>, aclaramos que são ínfimas as representações do corpo feminino destituído do apelo estético às formas corporais, pois são elementos quase inarticuláveis. O padrão de corpo sensual na visão da mídia é aquele belo, magro e jovem, representação esta que seduz o ideário feminino desde o advento do cinema americano, tendo seu “boom” na década de 70<sup>6,37</sup>. Tal fato contribuiu para desencadear o fenômeno do crescente culto ao corpo e a busca desenfreada pela obtenção do corpo ideal.

Quando nos voltamos a analisar as formas corporais femininas disponibilizadas pelas academias, entretanto, encontramos divergências em suas composições somatotípicas. Essas diferenciações, ao que tudo indica, não foram significativas quando contrastadas a Zona Sul e Norte do Rio de Janeiro. Em ambas as regiões, corpos diversos são expostos, mas a prevalência é a daquele que se encontra dentro do perfil hegemônico enfatizado para a feminilidade: um corpo magro, longilíneo, definido, próximo do exibido pelas celebridades nas

novelas e praias brasileiras.

No outro extremo, distante dos padrões da feminilidade enfatizada inscrita numa representação de gênero singular, com um visual “sarado”, escultural, definido e musculoso, as mulheres irrompem com outra forma de construção do corpo. Emerge, portanto, a representação de corpo forte, avantajado e com curvas acentuadas que é expresso pelas academias dessas regiões e adotado pelas mulheres dessas localidades.

Nesse ínterim, especialmente na Zona Norte, tanto as mulheres “saradas” bem como as que se assemelham às modelos carregam consigo a influência da imagem criada pela mídia para determinada camada social: respectivamente, as rainhas de bateria das Escolas de Samba e as “funkeiras mulheres-fruta”, que representam as camadas populares do Rio de Janeiro, bem como as celebridades que afiguram estampadas nas capas de revistas de moda, nas novelas e cinema brasileiros e que desfilam suas curvas nos calçadões das praias cariocas, perfazendo o ideal de corpo das mulheres de camadas mais abastadas da população carioca. A emergência de um novo corpo para o gênero feminino simboliza a geração de uma “nova eugenia”, ascendida pela contemporânea cultura *fitness*. SILVA<sup>38</sup> assegura que “[...] um olhar um pouco mais atento para os corpos femininos produzidos pela cultura *fitness* nos revela semelhanças sensíveis ao que há tempos chamou-se eugenia” (p. 212).

Desde meados do século passado, o culto ao músculo atinge diversas camadas sociais, idades, etnias, sexos e culturas, representando um novo padrão contemporaneizado de investimento em aparência e beleza<sup>18</sup>. Nos anos 80, essa nova maneira de pensar, desejar e construir o corpo ganha mais adeptos, dentre os quais as mulheres não podiam ficar de fora. Com um novo sentido de liberdade provido pelo Movimento Feminista de 70, as mulheres invadem as salas de musculação e, ainda que repleta de interrogações e receios, a prática da musculação e do fisiculturismo atrai o público feminino. Essa questão só começa a ser diluída quando debates sobre o tema surgem nos programas televisivos e nas revistas sobre saúde da mulher, principalmente após a entrevista da Ms. Olympia, Kim Chizevsky, em 1998, na qual a atleta de fisiculturismo declara “em entrevista que as pessoas precisavam começar a mudar suas visões sobre a mulher fisiculturista, visto que as atletas eram musculosas, mas também mulheres bonitas e femininas”<sup>39</sup>.

A partir desses pressupostos, ao pensar nessas

várias formas de ser mulher, nos remetemos à questão das feminilidades. SABO<sup>40</sup> e PAULSON<sup>41</sup> descrevem a feminilidade enfatizada como aquela mais celebrada entre as mulheres, estabelecendo um modelo a ser seguido que deve ser é o sonho de consumo de toda mulher. Esse arquétipo, entre outras características, descreve a mulher de formas suaves e delicadas. Aquelas que acabamos de elucidar, fortes e musculosas, não se enquadrariam no protótipo da feminilidade.

Vale apontar também sobre o singular e o plural na construção desses corpos “*slim*” ou “rústicos” expostos pela academias. Foi possível verificar que houve tendências nas imagens de homens e mulheres com corpos de menor porte na Zona Sul e maior porte na Zona Norte considerados “fortes e de trabalhadores”. Tais modelos de corpos valorizados “aqui ou ali” podem ser associados à forma como GONTIJO<sup>42</sup> explica a oposição cultural entre a Zona Norte e a Zona Sul, baseando-se historicamente na ocupação desses lugares por populações emigrantes. A divisão territorial define a diversidade cultural e social que existe entre os habitantes não só da Zona Norte e da Zona Sul. Com a chegada de emigrantes estrangeiros e brasileiros primeiro na Zona Norte, formando uma comunidade trabalhadora e operária, criou-se um espaço de oposição para a elite na Zona Sul, que introduziu uma forma diferente de viver a cidade, adotando hábitos praianos. A partir daí, surge a valorização de uma “morenidade” carioca e o “ciclo festivo do verão”, que inclui as festas de fim de ano, as religiosas e o carnaval.

Ainda que o foco inicial deste trabalho tenha sido explorar os marcadores de gêneros e camada social, foi possível apreender também algumas peculiaridades nas representações de raça/cor/etnia nas imagens de homens e de mulheres exibidas nos sites das academias da Zona Sul e da Zona Norte.

Observamos que de todas as imagens masculinas analisadas, apenas cinco retratam homens negros na Zona Norte, sendo duas de um professor de Educação Física. As três imagens de alunos da academia abordam o negro da seguinte forma: uma de costas; outra de cabeça baixa, ao fundo e utilizando-se de tons escuros no seu contraste; e a última, em primeiro plano, mas com o rosto cortado. Nenhuma imagem de indivíduos de tez negra foi encontrada na Zona Sul. A cor mais visualizada pode ser considerada aquela caucasiana/branca, nas duas regiões. Isso reforça os escritos de GIFFIN<sup>43</sup> de que a dominação masculina não pode ser regida por qualquer homem: o grupo dominante é representado por aquela minoria branca, instruída, heterossexual e abastada.



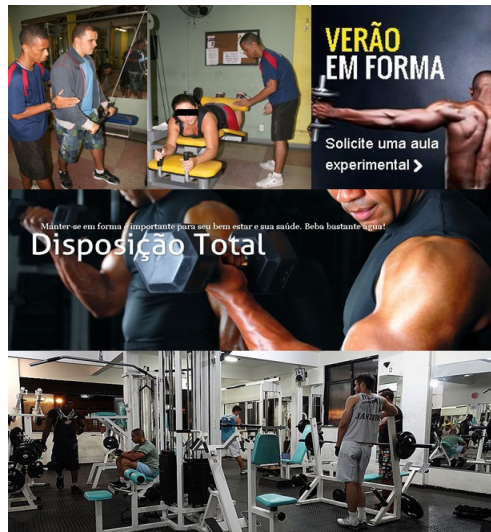


FIGURA 5 - Imagens da Zona Norte - RJ.



FIGURA 6 - Imagens da Zona Sul - RJ.

A Zona Norte, descrita pelo IBGE<sup>13</sup>, como possuidora de uma renda inferior a da Zona Sul, traz consigo arraigada a imagem do negro nos produtos e serviços vendidos na região. Buscando apoio em SANTOS e SILVA<sup>44</sup>, asseveramos que nas academias da Zona Sul, região em que o poder de compra dos moradores pode ser considerado superior, o mercado elitizado do *fitness* ainda não conseguiu conceber o homem negro como parte integrante do seu rol de frequentadores e trabalhadores.

Nos serviços adicionais das academias da Zona Sul, nenhuma imagem de negras foi utilizada, o que denota o quanto ainda é difícil atrelar beleza à negritude. Aliás, na Zona Sul, ao contrário do observado para o sexo

masculino, três imagens de mulheres negras emergiram nos *sites* das academias: uma individual e duas em que elas apareciam em grupo, para divulgação de promoções oferecidas pela academia. Uma delas chamou-nos a atenção por atrelar a imagem de duas mulheres, uma negra e uma branca, ao Carnaval. Ao que tudo indica, este foi um grande passo para a “equalização das cores” perante um evento popular, todavia, o mesmo não podemos afirmar no que tange a desigualdade entre os sexos. Novamente a imagem da mulher foi utilizada com objetivo de vender um serviço que já é altamente procurado na época da folia e do verão, tanto por homens quanto por mulheres.

A tríade aqui denominada de raça/cor/etnia

demonstra a posição dos sujeitos estabelecida a partir de uma construção histórica e sociopolítica de determinados grupos sociais que, por vezes, são representados pelo “tom da pele”. Sendo o Brasil o palco da “miscigenação” entre diferentes grupos humanos, as representações de grupo dominante encontram guarida não somente nas hierarquias de gênero, como também nas inserções de camada social. FREYRE<sup>45</sup> e FERNANDES<sup>46</sup>, expoentes das discussões sobre raça/cor/etnia, ainda que por perspectivas teóricas diferentes, concordam que o processo de politização da questão racial no país se aproxima das condições sociais da população ainda marcada pela herança histórica de colonização e escravidão.

Tal marcador de “cores dos corpos” nas academias dessas duas regiões emergiu dos dados uma vez que o trabalho comparativo aqui se deu fundamentalmente a partir de diferentes contextos socioeconômicos e culturais. Pesquisas que se preocupam com o entrecruzamento ou a articulação entre inúmeros marcadores sociais da diferença parecem ser incipientes e cada vez mais necessárias<sup>47</sup>.

Destarte, ao pensar os corpos generificados e modulados pelas condições socioeconômicas à luz dos marcadores de raça/cor/etnia nas academias, percebe-se que não se publiciza qualquer “tom de

pele” entre homens e mulheres aleatoriamente nos diversos estabelecimentos de práticas corporais distribuídos pelo Rio de Janeiro. Nos *sites* das academias, foi possível detectar que há um público específico a ser conquistado em termos de adesão e manutenção das práticas corporais tanto na Zona Sul quanto na Zona Norte. Isso de certo modo, representa não somente a pluralidade de padrões estéticos dessa região do país como também os cuidados para/com/no corpo que, a todo instante, constituem-se como imperativos cotidianos para aqueles que lutam contra qualquer aspecto que comprometa a aparência ou evidencie uma fraqueza física e moral, como pode ser visto em SANT’ANNA<sup>48</sup> quanto à história da beleza no Brasil.

A intenção mercadológica, portanto, não está vinculada somente à exposição de corpos “mais claros” ou “mais escuros” nas distintas regiões, mas também entre o apelo comercial do modo e quando expôr o masculino ou o feminino. Ademais existem ainda formas peculiares e sutis de “vender” ou colocar determinados os corpos - do negro ao branco - nas imagens a fim de angariar lucros para estes estabelecimentos haja vista que estes emitem ou possuem noções dos ideais de “tipos de corpos” que circulam ou são desejados em dadas territorialidades da cidade.

## Discussão

Com base nas análises depreendidas, concluímos que o uso da imagem feminina vinculada à sensualidade e a beleza objetiva vender um corpo perfeito não somente às mulheres que o ambicionam, como também aos homens que se sentem atraídos física e esteticamente por elas. A maior proporção de imagens femininas nos permite compreender o quanto a mulher ainda é vista como um elemento impulsionador das vendas pelo mercado, sendo mais eficiente do que a divulgação pura e simples do serviço oferecido, dos espaços, dos aparelhos e dos diferenciais do estabelecimento. No entanto, o padrão corporal que interessa a esse mercado é aquele consoante com o convencionalizado belo pela mídia e não tanto àquele enfatizado para a feminilidade. Isso minimiza, por exemplo, o espaço dos negros e das negras desse nicho.

Especificamente sobre a explicação para a manutenção de imagens de mulheres fora do perfil hegemônico da feminilidade encontra respaldo no fato de que a lógica comercial deve ser a de

atingir o máximo de clientes possíveis. Logo, um estabelecimento que vende a imagens de mulheres com outros perfis corporais como principal produto necessita de “manequins” que atraiam públicos diversos, possuidores de objetivos e desejos diferentes. A mesma lógica parece não ser aplicada ao masculino: um corpo relativamente singular é suficiente para marcar o território masculino dentro das academias. Seu objetivo não é vender um produto, mas sim informar ao cliente um modelo ideal de corpo, um serviço prestado, um diferencial do estabelecimento. Em poucas palavras, é a imagem feminina que atrai os clientes enquanto a masculina apresenta o serviço dos espaços *fitness*.

Buscamos elucidar a questão dos corpos femininos e masculinos sob a égide da influência da localidade e da mídia nas representações de corpo mais lisonjeadas pelas mulheres. Tendo em vista que o corpo está inserido numa dimensão encerrada no tempo e no espaço e que o marcador social também o é, inferimos que as representações

de corpo belo podem ser divergentes no interior das regiões analisadas, ainda que inseridas no contexto de uma mesma sociedade. As múltiplas desigualdades sociais existentes no contexto carioca por si só já nos permitem apontar que há possíveis polarizações entre o conceito de belo e feio entre regiões próximas geograficamente, mas distantes ideológica e politicamente. Logo, asseveramos que o corpo não é regional caracterizando um determinismo geográfico, mas sim de intersecções de gênero e de camadas sociais. Essa lógica é aplicável, sobretudo, para nossas análises do corpo feminino, uma vez que ele é plural e diversificado.

A presença do grande litoral e da cultura despojada do povo carioca favorece a construção

de corpos diversos que, mais do que produtos de uma miscigenação em tempos passados, refletem os ideais socio-histórico-culturais presentes em nossa sociedade. A facilidade de acesso e o forte apelo midiático às praias, bem como a proximidade das celebridades nacionais que esses ambientes promovem acaba fomentando o culto ao corpo, que tem seus ditames e convencionalismos nas lógicas da mídia.

Por fim, sugerimos que estudos futuros venham a complementar a querela aqui arquitetada analisando, na cultura *fitness*, quais públicos que efetivamente procuram esses serviços em diferentes contextos e grupos sociais no interior ou fora da cidade do Rio de Janeiro.

## Abstract

Cariocas of land: male and female body representations in fitness culture.

We aim to compare the representations of male and female body in the sites of gymnastics of the South and North Zones of the municipality of Rio de Janeiro. The method is descriptive and qualitative in nature, using image analysis as the technique. The male body presented a relative distinction in its forms of exposure. The social and aesthetic appeal to this body manifests itself in the muscular, strong and powerful forms, usually during the execution of exercises with high weights for upper limbs. The feminine, in addition to the explicit sensuality in all the images, presents / displays different corporal forms: in the South Zone the body exhibited is thin, tall and defined, whereas in the North Zone also appears to strong and muscular woman. We conclude that female and male bodies are shown in different ways, reproducing stereotypes that still maintain male domination.

KEYWORDS: Gender; Social class; Media; Beauty industry; Fitness centers; Analysis of images.

## Referências

1. Mauss M. Sociologie et Anthropologie. Paris: PUF; 1993.
2. Le Breton D. La sociologie du corps. Paris: PUF; 2016.
3. Boltanski L. Los usos sociales del cuerpo. Buenos Aires: Periferia; 1975.
4. Bourdieu P. La dominación masculina. Barcelona: Editorial Anagrama; 2000.
5. Bourdieu P. Questões de sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero; 1983.
6. Goldenberg M, Ramos MS. O corpo carioca (des)coberto. In: Castilho K, Galvão, D, organizadores. A moda do corpo, o corpo da moda. São Paulo: Esfera; 2002.1:111-25.
7. Malysse S. Em busca dos (h)alteres-ego. In: Goldenberg M, organizador. Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record; 2007. 2:79-137.
8. Goldenberg M, Ramos MS. A civilização das formas: o corpo como valor. In: Goldenberg M, organizador. Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record; 2007. 2:19-40.
9. Santos SF, Salles AD. Antropologia de uma academia de musculação: um olhar sobre o corpo e um espaço de representação social. Rev Bras Educ Fís Esporte. 2009;23:87-102.
10. Silva AC. "Limites" corporais e risco à saúde na musculação: etnografia comparativa entre duas academias de

- ginástica cariocas [tese]. Rio de Janeiro (RJ): Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Estudos em Saúde Coletiva; 2014.
11. Demo P. Pesquisa e informação qualitativa: aportes metodológicos. Campinas: Papirus; 2012.
  12. Goellner SV, Reppold Filho AR, Fraga AB et al. Pesquisa qualitativa na educação física brasileira: marco teórico e modos de usar. *Rev Educ Fís UEM*. 2010;21:381-410.
  13. IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Microdados da amostra do Censo Demográfico. Rio de Janeiro, Tabela 1176, 2010. (Indicadores de renda: desigualdade por extratos da população).
  14. Aumont J. A imagem. Campinas: Papirus; 1995.
  15. Joly M. Introdução à análise da imagem. Campinas: Papirus; 1996.
  16. Japiassú H, Marcondes D. Dicionário básico de Filosofia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora; 2001.
  17. Silverman D. Interpreting qualitative data: methods for analyzing, talk, text and interaction. London: Sage; 2006.
  18. Vigarello G. História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje. Rio de Janeiro: Ediouro; 2006.
  19. Siqueira DCO, Faria AA. Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas. *Comun Mídia Consumo*. 2007;4:171-88.
  20. Albino BS, Vaz, AF. O corpo e as técnicas para o embelezamento feminino: esquemas da indústria cultural na Revista Boa Forma. *Movimento*. 2008;14:199-223.
  21. Oliveira AP, Assis M, Lacerda Y. Culto ao corpo e exposição de produtos na mídia especializada em estética e saúde. *Movimento*. 2010;16:31-51.
  22. Vieira CAL, Bosi MLM. Corpos em confecção: considerações sobre os dispositivos científico e midiático em revistas de beleza feminina. *Physis*. 2013;23:843-61.
  23. Caudwell J, editor. Sport, sexualities and queer/theory. London: Routledge; 2006.
  24. Scott J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educ Real*. 1995;20:71-99.
  25. Oliveira PP. Discursos sobre a Masculinidade. *Rev Estud Fem*. 1998;6:91.
  26. Collins LH. Working out the contradictions: feminism and aerobics. *J Sport Social*. 2002;26:85-109.
  27. Markula P. "Tuning into one's self": Foucault's technologies of the self and mindful fitness. *Sociol Sport J*. 2004;21:302-21.
  28. Connell R. Políticas da masculinidade. *Educ Real*. 1995;20:184-206.
  29. Sabino C. Anabolizantes: drogas de Apolo. In: Goldenberg M, organizador. *Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record; 2007. 2:139-88.
  30. Hansen R, Vaz AF. "Sarados" e "gostasas" entre alguns outros: aspectos da educação dos corpos masculinos e femininos em academias de ginástica e musculação. *Movimento*. 2006;12: 133-52.
  31. Lessa P, Furlan CC, Capelari JB. Pedagogias do corpo e construção do gênero na prática de musculação em academias. *Motrivivência*. 2011;23:41-50.
  32. Fontoura WM, Lopes CP. Relação entre trabalho de membros superiores e inferiores em homens praticantes de musculação. *Cinergis*. 2012;13:41-46.
  33. Bridges TS. Gender capital and male bodybuilders. *Body Soc*. 2009;15:83-107.
  34. Silva MM, Fontoura MP. Educação do corpo feminino: um estudo na Revista Brasileira de Educação Física (1944-1950). *Rev Bras Educ Fís Esporte*. 2011;25:263-75.
  35. Silva PNG, Gomes ESL. O erótico no imaginário brasileiro: as palavras e a corporeidade. *Religare*. 2010;7:164-71.
  36. Goellner SV. Entre o sexo, a beleza e a saúde: o esporte e a cultura fitness. *Labrys. Estudos Feministas*. 2006;10:12.
  37. Goetz ER, Camargo BV, Bertoldo RB et al. Representação social do corpo na mídia impressa. *Psicol Soc*. 2008;10:226-36.
  38. Silva ALS. Imperativos da beleza: corpo feminino, cultura fitness e nova eugenia. *Cad CEDES*. 2012;32:211-22.
  39. Jaeger, AA, Goellner SV. O músculo estraga a mulher?: a produção de feminilidades no fisiculturismo. *Rev Estud Fem*. 2011;19:955-75.
  40. Sabo D. O estudo crítico das masculinidades. In: Adelman M, Silvestrin CB, organizadores. *Coletânea Gênero Plural*. Curitiba: Ed. UFPR; 2002:33-46
  41. Paulson S. Sexo e gênero através das culturas. In: Adelman M, Silvestrin CB, organizadores. *Coletânea Gênero Plural*. Curitiba: Ed. UFPR; 2002:23-32.
  42. Gontijo F. Carioquice ou carioquidade?: ensaio etnográfico das imagens identitárias cariocas. In: Goldenberg M, organizador. *Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record; 2007. 2:41-77.

43. Giffin K. A inserção dos homens nos estudos de gênero: contribuições de um sujeito histórico. *Ciênc Saúde Colet.* 2005;10:47-57.
44. Santos WO, Silva PVB. Racismo discursivo na mídia da saúde: análise a partir dos personagens presentes nos cadernos de saúde de jornais. *Comun Mídia Consumo.* 2011;8:181-200.
45. Freyre G. *Casa Grande & Senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal.* São Paulo: Global; 2006.
46. Fernandes F. *O negro no mundo dos brancos.* São Paulo: Global; 2007.
47. Moutinho L. Diferenças e desigualdades negociadas: raça, sexualidade e gênero em produções acadêmicas recentes. *Cad Pagu.* 2014;42:201-48.
48. Sant'anna DB. *História da beleza no Brasil.* São Paulo: Contexto; 2014.

ENDEREÇO

Erik Giuseppe Barbosa Pereira  
Escola de Educação Física e Desportos  
Universidade Federal do Rio de Janeiro  
Av. Carlos Chagas Filho, 540 - Cidade Universitária  
21941-598 - Rio de Janeiro - RJ - Brasil  
E-mail: [egiuseppe@eefd.ufrj.br](mailto:egiuseppe@eefd.ufrj.br)

---