

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO FÍSICA E FISIOTERAPIA DE GOIÁS
CURSO DE LICENCIATURA EM EDUCAÇÃO FÍSICA**

RUAN CAIO SILVA BATISTA CORREIA

**OS FILTROS DO INSTAGRAM COMO ELEMENTOS DA ESTANDARDIZAÇÃO
DA IMAGEM CORPORAL**

GOIÂNIA

2023

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO FÍSICA E FISIOTERAPIA DE GOIÁS
CURSO DE LICENCIATURA EM EDUCAÇÃO FÍSICA**

RUAN CAIO SILVA BATISTA CORREIA

**OS FILTROS DO INSTAGRAM COMO ELEMENTOS DA ESTANDARDIZAÇÃO
DA IMAGEM CORPORAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado parte dos requisitos para obtenção do título de professor licenciado em Educação Física pela Escola Superior de Educação Física e Fisioterapia de Goiás (ESEFFEGO), pertencente à Universidade Estadual de Goiás (UEG), sob a orientação da Professora Ma. Jéssica de Moura Pereira.

GOIÂNIA

2023

RUAN CAIO SILVA BATISTA CORREIA

**OS FILTROS DO INSTAGRAM COMO ELEMENTOS DA
ESTANDARDIZAÇÃO DA IMAGEM CORPORAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de licenciado em Educação Física, pela Escola Superior de Educação Física e Fisioterapia de Goiás (ESEFFEGO), da Universidade Estadual de Goiás (UEG).

Aprovado em, 12 de Dezembro de 2023 pela Banca Examinadora constituída pelas/os professoras/es:

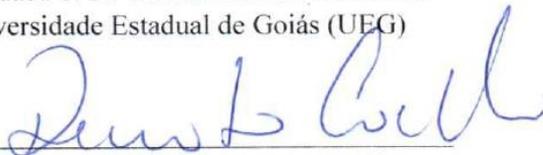
BANCA EXAMINADORA



Orientador(a): Me. Jéssica de Moura Pereira
Universidade Estadual de Goiás (UEG)



Convidada 1: Dr.ª. Lilian Brandão Bandeira
Universidade Estadual de Goiás (UEG)



Convidado 2: Prof. Me. Renato Coelho
Universidade Estadual de Goiás

“Fiz de mim o que não soube
E o que podia fazer de mim não o fiz.
O dominó que vesti era errado.
Conheceram-me logo por quem não era e não
desmenti, e perdi-me.
Quando quis tirar a máscara,
Estava pegada à cara”.

(Fernando Pessoa)

RESUMO

A sociedade contemporânea tem presenciado uma série de intervenções que modificam significativamente a aparência dos corpos. No contexto das redes sociais, essas intervenções ocorrem na representação do corpo no ciberespaço, como é o caso dos filtros utilizados no *Instagram*. Esta pesquisa, de cunho qualitativo, exploratório e baseada na análise de questionários aplicados entre 43 acadêmicas/os dos cursos de Educação Física da ESEFFEGO cujo objetivo foi investigar de que forma os filtros do *Instagram* influenciam as representações e percepções dos corpos no ciberespaço e quais são as suas relações com a propagação de padrões corporais na atualidade. Para atingir esse objetivo, adotaremos o método do materialismo histórico-dialético e uma abordagem qualitativa, permitindo-nos analisar minuciosamente os filtros disponíveis na plataforma e relacionar as tendências identificadas com a propagação de padrões corporais. Essa pesquisa pretende contribuir para a compreensão das dinâmicas sociais no contexto digital e fornecer subsídios para reflexões e debates sobre a padronização dos corpos na atualidade. Destacamos que nossas avaliações evidenciaram um elevado envolvimento dos estudantes com o *Instagram*, especialmente com os seus filtros. Houve uma preocupação constante por parte dos estudantes com a aparência corporal, manifestada na reprodução de padrões de beleza através do uso desses filtros. Concluimos que, diante da crescente presença e impacto dos filtros do *Instagram* na construção das representações corporais, é imperativo continuar a investigar e refletir sobre o papel dessas ferramentas na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Filtros do *Instagram*, representação corporal, padrões corporais, ciberespaço.

ABSTRACT

Contemporary society has witnessed a series of interventions that significantly alter the appearance of bodies. In the context of social media, these interventions occur in the representation of the body in cyberspace, as is the case with filters used on Instagram. This qualitative, exploratory research is based on the analysis of questionnaires administered to 43 students in the Physical Education courses at ESEFFEGO. The aim was to investigate how Instagram filters influence the representations and perceptions of bodies in cyberspace and their relationships with the propagation of body standards today. To achieve this goal, we will adopt the method of historical-dialectical materialism and a qualitative approach, allowing us to meticulously analyze the filters available on the platform and relate the identified trends to the propagation of body standards. This research aims to contribute to the understanding of social dynamics in the digital context and provide insights for reflections and debates on body standardization today. We emphasize that our assessments revealed a high engagement of students with Instagram, especially with its filters. There was a constant concern among students about body appearance, manifested in the reproduction of beauty standards through the use of these filters. We conclude that, given the increasing presence and impact of Instagram filters on the construction of body representations, it is imperative to continue investigating and reflecting on the role of these tools in contemporary society.

Keywords: Instagram filters, body representation, body standards, cyberspace.

SÚMARIO

INTRODUÇÃO	07
METODOLOGIA.....	11
CIBERESPAÇO, CORPO E INSTAGRAM	15
1.1. O Ciberespaço	15
1.2. O <i>Instagram</i>	18
1.2. Principais Recursos do <i>Instagram</i>	20
1.3. O Corpo no <i>Instagram</i> e a Sociedade do Espetáculo.....	28
RESULTADOS E DISCUSSÕES	33
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
REFERÊNCIAS	50
APÊNDICES.....	53

INTRODUÇÃO

Nos anos do ensino médio, tanto a Filosofia quanto a Educação Física foram disciplinas que me cativaram. A experiência que tive com ambas as disciplinas durante minha formação básica e no decorrer da graduação foram demasiadamente positivas para a minha constituição enquanto estudante, acadêmico, cidadão e profissional.

Em uma das aulas da disciplina Filosofia e Educação Física, na graduação, fui levado a pensar sobre as influências que os discursos contemporâneos acerca do corpo exercem na educação dos corpos. Nessa ocasião, lembrei-me de um fragmento de *Tabacaria*, poema escrito por Fernando Pessoa, que cito na epígrafe do trabalho. Esse trecho descreve um sujeito a quem de sua própria realidade, reconhecendo que já não sabe quem é por ter se perdido.

Na tentativa de ser alguma coisa, ele vestiu uma roupa que não lhe servia, perdendo assim sua própria identidade ao se apresentar com essa imagem que não correspondia à sua verdadeira subjetividade. Entretanto, ao despertar para a realidade e tentar remover a máscara que havia colocado, ele se vê incapaz de reencontrar a sua própria essência, pois percebe que a máscara havia se fixado em seu rosto. Em certa medida, esse fragmento poético revela a necessidade humana de, em determinados momentos, buscar construir uma imagem diferente para si na tentativa de se adequar a idealizações.

Após uma reflexão sobre a discussão em sala de aula e a releitura que fiz do trecho do poema, despertou-se em mim o desejo de empreender a presente pesquisa. Nessa linha, esse trabalho se propõe a investigar, dentro do ciberespaço¹, justamente esse movimento de abandono da própria imagem em busca de se enquadrar aos padrões corporais propagados na sociedade atual.

Um marco da sociedade atual, como salienta o filósofo francês Guy Debord (2005), é o fato de muito se valorizar as representações em detrimento ao real. Assim a relação social passa a ser mediatizada pela imagem. Nesse contexto, os sujeitos tornam-se alienados e se distanciam um dos outros, vivendo em um mundo de imagens e representações. Como forma de divulgação dessas imagens estão os meios de comunicação de massa.

Segundo Dugnani (2007), ao citar Domenic Strinati, tanto os meios de comunicação de massa quanto a cultura popular modelam formatos de relacionamento social. A princípio, segundo o autor, isso aponta para a ideia de que as produções desses meios citados podem exercer certo domínio sobre a forma como concebemos a realidade que nos cerca e, inclusive,

¹ Espaço aberto de comunicação oportunizado pela conexão mundial entre os computadores, conforme define Lévy (1999).

a nós mesmos. Nesse sentido, as imagens, as alegorias, as metáforas e os símbolos que são produzidos pela cultura de massa podem nos levar a certas compreensões sobre as coisas que nos circundam. Essa dinâmica pode ser compreendida como parte de um sistema de educação informal.

Além dos sistemas formais de educação, como pontua Carvalho (2010), somos educados, também, por sistemas informais, isto é, em processos de educação não formal. Nesse sentido, entende-se como educação não formal aquela que acontece fora do sistema formal (governamental). Ela oferece uma seleção de ensinamentos a determinados subgrupos da sociedade e acontece em ambientes como igrejas, associações ou por meio da mídia.

Os sistemas informais de educação compreendem em si a capacidade de influenciar nossa percepção da realidade. Nessa linha, quando somos submetidos a determinados discursos populares, nesse caso os que circundam o corpo, passamos a perceber a realidade e a atuar na sociedade a partir da sua influência.

A sociedade contemporânea é marcada pela constante preocupação com a aparência corporal, o que resulta, justamente, dos discursos propagados pelas mídias, aponta Lüdorf (2008). Nessa linha, o corpo tem se tornado um objeto de construção alienada que é mediada por modelos idealizados de formas corporais associadas a um padrão de beleza. Em consequência, na atualidade, procedimentos estéticos, tornaram-se frequentes, como as intervenções cirúrgicas para adequar o corpo aos modelos idealizados (LÜDORF, 2008).

De acordo com Carvalho (2010), o corpo contemporâneo, que está envolto aos processos de comunicação de massa, tem sido objeto de alto investimento, de espetacularização e de excesso de exibição. Essas percepções acerca do corpo são resultado de um processo educativo que atua sobre os indivíduos. Elas conformam os sujeitos a um padrão corporal idealizado. Deste modo, diferentes indivíduos buscam alcançar o mesmo padrão corporal e, para atender a esse fenômeno, os filtros do *Instagram* são utilizados. Com isso, fabrica-se massivamente corpos imagetivamente padronizados. Esse comportamento pode ser tido como produto da assimilação acrítica de discursos e imagens que são propagados pelos veículos de divulgação em massa, os quais atuam como força que padroniza os corpos.

Nesse sentido, o *Instagram*, como um espaço virtual, configura-se como uma plataforma em que a representação do corpo é moldada, em grande parte, pela utilização de filtros. Estes, longe de serem simples adornos visuais, atuam como ferramentas que ocultam, transformam e padronizam as imagens. A pesquisa busca compreender como essa

estandardização², propiciada pelos filtros, impacta a percepção dos acadêmicos sobre seus corpos e, por conseguinte, sua identidade no campo da Educação Física.

Esta pesquisa, portanto, teve como intenção investigar de que forma são utilizados os filtros do *Instagram* por acadêmicas/os dos cursos de Educação Física da ESEFFEGO e como o uso dos filtros influenciam as representações e percepções de seus corpos no ciberespaço. Para tanto, foi necessário entender o ciberespaço, o Instagram e seus filtros, bem como as dinâmicas de representação corporal envolvidas na plataforma. Nessa linha, buscou-se compreender quais são as características corporais que têm sido escondidas e apagadas e, também, quais têm sido adicionadas e destacadas por meio dos filtros utilizados pelos estudantes. Após essa análise minuciosa, tornou-se importante discutir, com base nas características encontradas, ou seja, nas tendências corporais produzidas, a propagação de imagens corporais padronizadas atualmente.

Nesse sentido, partimos do seguinte problema investigativo: “De que forma são usados os filtros do *Instagram* por acadêmicas/os dos cursos de Educação Física da ESEFFEGO? Como o uso dos filtros influenciam as representações e percepções de seus corpos no ciberespaço? E quais são as suas relações com a propagação e/ou busca por alcançar os padrões de beleza socialmente legitimados?”. Para tanto, traçamos como objetivo geral: Investigar e compreender as dinâmicas e implicações do uso de filtros no Instagram por estudantes dos cursos de Educação Física da ESEFFEGO e sua relação com a propagação de padrões corporais socialmente legitimados. Como objetivos específicos foram listados os seguintes: 1) Apresentar a relação Instagram/ciberespaço; 2) Identificar os filtros mais utilizados pelos/as acadêmicos/as que têm perfis ativos no Instagram; 3) Analisar como esses filtros influenciam a percepção e representação acerca de seus corpos durante os compartilhamentos; 4) Investigar as associações entre as tendências geradas pelos filtros e a propagação de padrões corporais (belos e socialmente aceitos); 5) Explorar as implicações sociais e culturais das tendências produzidas por meio dos filtros do Instagram na atuação do professor de Educação Física.

² Conceito usado por Adorno e Horkheimer que se refere à uniformização cultural, resultante da produção em massa e do consumo, levando à perda de individualidade e à homogeneização de pensamentos e experiências na sociedade da indústria cultural.

METODOLOGIA

Segundo Lakatos e Marconi (1992), a pesquisa está posicionada no caminho para conhecimento e descoberta da realidade ou verdades parciais. O posicionamento da presente pesquisa, à vista disso, encontra-se na trajetória do conhecer, isto é, na descoberta da realidade e, mais precisamente, na identificação de verdades parciais. Para tanto, ela se vale de um processo formal que possui métodos e técnicas específicas. Pesquisar pode ser entendido como “encontrar respostas para questões propostas, utilizando métodos científicos”. Nesta seção serão apresentados o método e a metodologia proposta para realização desta pesquisa.

O estudo em questão adotou o método do Materialismo Histórico-dialético como fundamento para investigação sobre a utilização dos filtros do Instagram por acadêmicos dos cursos de Educação Física da ESEFFEGO e para compreender como esses filtros influenciam as representações e percepções corporais no ciberespaço. O Materialismo Histórico-dialético, enquanto método de análise e interpretação da realidade social, política e econômica, busca compreender as relações sociais e históricas a partir de uma visão crítica, que focaliza a interação entre as forças materiais e as relações de produção. Segundo Triviños (1987, p. 51) o materialismo dialético pode ser entendido como a base filosófica do marxismo e “como tal realiza a tentativa de buscar explicações coerentes, lógicas e racionais para os fenômenos da natureza, da sociedade e do pensamento”. Essa filosofia se baseia, como afirma o autor, na interpretação dialética do mundo.

A escolha do método se fundamenta na compreensão de que o objeto de estudo da presente pesquisa não é desprovido de significado, pelo contrário, ele é constituído por atores sociais. Nesse sentido, busca adotar-se uma abordagem que esteja em sintonia com o método escolhido, visando fornecer um retrato autêntico da realidade dos sujeitos envolvidos: os estudantes de Educação Física da ESEFFEGO, explorando suas interações sociais no contexto do Instagram e os impactos nas suas relações como o campo de atuação.

Quanto à escolha da abordagem metodológica, optou-se por uma pesquisa de natureza qualitativa. Conforme destacado por Menezes e Silva (2005, p. 20), a pesquisa qualitativa pressupõe "uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números". Nesse contexto, a pesquisa qualitativa distancia-se do uso de métodos estatísticos – ressaltando que ela pode se valer de métodos estatísticos, todavia, o que estou a

destacar é apenas uma questão de ênfase em relação à abordagem escolhida –, concentrando-se mais na compreensão e interpretação da realidade. A ênfase recai, portanto, na apreensão das nuances, subjetividades e significados subjacentes aos fenômenos estudados, proporcionando uma abordagem mais profunda e contextualizada em relação aos aspectos sociais investigados. Desta forma, o foco da pesquisa não reside apenas na mera quantificação dos dados encontrados, mas primordialmente na interpretação da realidade dos estudantes.

Portanto, esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa com o intuito de compreender em profundidade as relações entre o uso de filtros no Instagram pelos estudantes de Educação Física da ESEFFEGO e suas implicações nas representações de padrões corporais no ciberespaço. A escolha pela abordagem qualitativa se justifica pela necessidade de explorar as percepções, experiências e significados subjacentes a essas práticas.

Em virtude disso, a amostra selecionada para realização do estudo é composta por acadêmicos dos cursos de Educação Física da ESEFFEGO, de ambos os sexos, que estejam regularmente matriculados. A seleção dos participantes foi cuidadosamente conduzida para assegurar representatividade em relação à idade, gênero e semestre do curso.

Ademais, como instrumento para realizar a coleta de dados, utilizou-se da aplicação de um questionário estruturado, integrado tanto por perguntas abertas quanto fechadas. Conforme definido por Lakatos e Marconi (2003, p. 201), um questionário é “instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”.

Após a coleta de dados, com o objetivo de analisá-los, utilizou-se o método de análise de conteúdo. Esse método, em acordo com Triviños (1987, p.60), pode ser entendido como “um conjunto de técnicas de análises das comunicações, visando, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens, obter indicadores quantitativos ou não”. Usar esse método de análise oportunizou a compreensão e análise profunda e sistematizada das percepções, atitudes e representações dos participantes em relação ao uso dos filtros no *Instagram*.

A análise de conteúdo realizada no presente estudo buscou uma aproximação com a metodologia estabelecida por Bardin (1977). Conforme delineado pela autora, a análise de dados compreende três etapas cruciais: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, interferência e interpretações.

Na fase de pré-análise, será realizada uma imersão inicial nos dados coletados. Esse período “tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais de maneira a

conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise” (BARDIN, 1977, p. 95). Por essa razão, nesta etapa, foram definidas categorias e unidades de análise relevantes, estabelecendo um sistema de codificação que permitiu uma organização eficaz do material recolhido.

A segunda etapa, exploração do material, que consiste na “administração sistemática das decisões tomadas” anteriormente (BARDIN, 1977, p.101), envolveu a aplicação sistemática das categorias e códigos definidos anteriormente. Este processo permitiu uma compreensão abrangente dos padrões e das relações encontradas dentro do material analisado. À vista disso, nessa etapa, foi possível identificar nuances e variabilidades nas respostas dos estudantes.

A última fase, tratamento dos resultados, interferência e interpretações, constituiu-se na síntese e interpretação dos dados coletados. Conforme delineado por Bardin (1977), esta fase é marcada pelo processamento dos resultados, que lhes confere significado e validade, isto é, torne-os “falantes”, conforme definido pela autora. Dessa forma, análise cuidadosa das informações permitiu a extração de sentidos significativos sobre como os filtros do Instagram estão influenciando as percepções corporais dos estudantes. Nesta etapa, as relações entre as categorias e as implicações para a atuação profissional dos futuros professores de Educação Física serão destacadas.

Ademais, a análise deste estudo foi enriquecida pela aplicação da triangulação de dados, uma técnica que, conforme definida por Triviños (1987, p.139), parte do pressuposto de que é inconcebível a "existência isolada de um fenômeno social, sem raízes históricas, sem significados culturais e sem vinculações estreitas e essenciais com uma macro realidade social". Essa abordagem visa alcançar uma compreensão abrangente do fenômeno em estudo, abordando as dimensões descritivas, explicativas e interpretativas.

O autor propõe a aplicação da triangulação em três etapas distintas. Na primeira etapa, concentramo-nos nos processos e produtos desenvolvidos pelo pesquisador, incluindo, por exemplo, o questionário utilizado para investigar as percepções dos participantes. A segunda etapa envolve os elementos originados pelo ambiente de pesquisa, como documentos, instrumentos legais e oficiais, que complementam e enriquecem a compreensão do fenômeno. Por fim, na terceira etapa, consideramos os processos e produtos decorrentes da estrutura socioeconômica e cultural do lócus social de inserção dos participantes, levando em conta os modos de produção e as influências culturais mais amplas. Essa abordagem tripla amplia a

robustez e a profundidade das conclusões, proporcionando uma análise mais completa do fenômeno em estudo.

Assim, em conclusão desta pesquisa, uma análise crítica será apresentada, fundamentada nos resultados obtidos ao longo do estudo. Especificamente, esta análise se voltará para a disseminação dos padrões de beleza socialmente aceitos e suas implicações na prática profissional do professor de Educação Física em diversas esferas de atuação. Este exame crítico será embasado em conceitos teóricos consolidados e em discussões acadêmicas pertinentes, visando uma compreensão aprofundada das implicações da propagação de padrões corporais disseminados por meio dos filtros do *Instagram* na representação corporal dos estudantes de Educação Física regularmente matriculados na ESEFFEGO.

Por meio da metodologia estabelecida para realização do presente estudo buscou-se não apenas fornecer uma descrição da realidade pesquisada, mas também interpretações contextualizadas e reflexões críticas sobre o fenômeno em questão. A pretensão é não apenas contribuir para a compreensão acadêmica do fenômeno, mas também promover reflexões críticas e fundamentadas sobre os desafios relacionados à atuação do professor de Educação Física em meio ao cenário contemporâneo de disseminação de padrões estéticos nas redes sociais por meio da representação corporal oportunizada pelos filtros do *Instagram*.

CAPÍTULO I

CIBERESPAÇO, CORPO E INSTAGRAM

Em certa medida a interação entre o ciberespaço, o corpo e as redes sociais, notadamente o *Instagram*, emerge como um terreno propício para análises importantes a fim de delinear a experiência humana no século XXI. Este capítulo se propõe a explorar as relações entre o espaço virtual, a representação corporal e os mecanismos de produção de imagens na era digital, em específico o *Instagram*.

O ciberespaço, como aponta Le Breton (2013), em semelhança a um ambiente abstrato e ao mesmo tempo real, remodela as fronteiras tradicionais entre o físico e o virtual. Ante essa nova concepção, os corpos não são mais limitados apenas ao espaço físico em que se encontram, mas estendem-se e se manifestam de maneiras diversificadas no espaço digital. O *Instagram*, como uma das grandes plataformas na esfera das redes sociais, desempenha um papel crucial nesse processo, atuando como um ambiente onde as representações corporais são moldadas, compartilhadas e consumidas em larga escala.

Ao explorarmos as relações entre o ciberespaço e o corpo, torna-se necessário compreender as práticas diárias que abrangem a exibição de selfies e a aplicação de filtros. Essas práticas não são apenas reflexos da realidade, mas se tornam mecanismos da construção e perpetuação de padrões de beleza, comportamentais e identitários.

Assim, este capítulo busca analisar a dinâmica dessas interações, analisando como o ciberespaço, em conjunto com o *Instagram*, pode influenciar a percepção do corpo e como as representações digitais impactam a construção da identidade individual. A compreensão dessas dinâmicas é essencial para desvelar as nuances das relações sociais e culturais que se desdobram no contexto virtual.

1.1 O ciberespaço

O ciberespaço é um fenômeno que tem seu início ao fim do século XX.; a primeira menção desta palavra remonta à década de 80. William Gibson, em *Neuromante*, criou o termo, o qual, no livro, designava um espaço de redes digitais que eram cenário de disputas mundiais. Após sua criação, o termo foi rapidamente incorporado ao vocabulário dos usuários e desenvolvedores de redes digitais (LÉVY, 1999).

Lévy (1999, p.92) define o termo ciberespaço como “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Esse

ambiente, à vista disso, apresenta-se como um domínio virtual composto por uma extensa rede digital que possibilita a conexão de computadores e, não obstante, pessoas.

A criação do ciberespaço possibilitou a formação de um ambiente interativo e cooperativo entre os dispositivos criadores de informação (dispositivos de gravação, comunicação e simulação). Nessa esteira, o ciberespaço instaura um ambiente que possibilita a combinação de vários modos de comunicação, como: transferência de arquivos a distância, trocas de mensagens, conferências eletrônicas, criação de comunidades virtuais etc (LEVY, 1999). Nesses ambientes, os usuários são criadores e consumidores de informações; cada indivíduo pode contribuir com o que Lévy (1999) chama de “inundação de informação contemporânea”, que se faz presente no ciberespaço, tornando-se emissor de informação.

Internet à dentro, em virtude do alto consumo e depósito de informações, é possível encontrar um emaranhado de diálogos, discussões, imagens e dados que formam sentidos e valores capazes de conferirem aos usuários uma existência virtual, conforme sugere o antropólogo francês Le Breton (2013). Dessa maneira, o usuário passa a integrar o mundo virtual experienciando novas formas de ser e de se relacionar com outros usuários.

A despeito do ciberespaço, pode-se dizer que ele se configura como um modo de existência completo, carregando em si imagens, culturas e utopias (LE BRETON, 2013). Ainda, o antropólogo se refere ao ciberespaço como sendo um “mundo virtual [...] provisório e permanente, real e ficcional, imenso espaço imaterial de comunicação, de encontros de informações, de divulgação de conhecimento” (LE BRETON, 2013, p. 141-142), ou seja, que esse espaço produz um mundo real e imaginário em coexistência, sendo concebidos por meio da intersecção de milhões de computadores.

Para Silva et al. (2015), o desenvolvimento da internet, componente do universo ciberespaço, propiciou uma nova forma de socialização que, como elemento central, apresenta modificações nos formatos de relacionamento. Dessa forma, as relações sociais se deslocam do campo do “corpo presente” e instauram-se, como possibilidade, em ambientes virtuais. Assim, por meio do ciberespaço, os usuários transcendem a corporeidade e relacionam-se sob outras possibilidades de interação.

Le Breton (2013, p.142), corroborando a ideia, salienta que o espaço cibernético:

[...] coloca provisoriamente em contato indivíduos afastados no tempo e no espaço e que às vezes ignoram tudo deles mesmos. Um mundo em que as fronteiras se misturam e o corpo se apaga, em que o outro existe na interface da comunicação, mas sem corpo, sem rosto, sem outro toque além do toque do teclado do computador, sem outro olhar além do olhar da tela.

Cria-se, então, um mundo em que a experiência corporal é substituída pela experiência imagética. Nesse universo, o corpo dá lugar à “imagem do corpo”; o imaginário emerge como substituto do real. Assim, aflora nos usuários a sensação de que a “vida de verdade está ali, na ponta de seus dedos e cabe a ele construir uma existência virtual para si conforme sua vontade” (LE BRETON, 2013, p.142). À vista disso, os indivíduos imersos no ciberespaço são capazes de suprimir a própria identidade, forjando para si máscaras que, nesse sentido, são uma distorção da realidade. Pode-se citar, a efeito de exemplificação, a criação dos avatares nas redes sociais, os quais são produzidos segundo a vontade do usuário. Deste modo, caso ele queira modificar alguma característica corporal, ele o faz trazendo à tona os “eus provisórios”, (LE BRETON, 2013). Afinal, nesse ambiente, enquanto se está conectado, o usuário é o que ele imaginar ser.

Em meio a essa dinâmica, não se pode esquecer que, como pontua Carvalho (2010), estamos sujeitos aos processos educacionais que modelam a forma como pensamos e agimos. Nesse sentido, cabe reconhecer a influência que tais processos educacionais, especialmente os informais, exercem sobre os indivíduos que atuam no ciberespaço. O movimento de criação e promoção dos “eus provisórios”, na internet, é precedido pela concepção de modelos idealizados de imagens que emergem dos processos de educação informal.

Dessa forma, antes da criação dos avatares e das máscaras, que suplantam a identidade do sujeito em detrimento da imagem criada no mundo virtual, há que se entender que os usuários assimilam as tendências vigentes de modelos a serem encarnados virtualmente. Assim, somente depois de ser convencido de que ter a cor dos dentes branca torna o indivíduo mais belo do que possuir dentes amarelados é que ele poderá criar os avatares e incorporar máscaras (eus provisórios), as quais reproduzam a primeira imagem ou que, simplesmente, escondam a segunda.

O *Instagram*, entre outras plataformas digitais é um ambiente dentro do ciberespaço determinante nesse contexto. Ele possibilita a criação de uma vida editável. Por meio dele, o usuário consegue criar imagens de si conforme sua própria vontade. Nele, os usuários podem facilmente construir uma narrativa de suas vidas modelada ao próprio gosto, para, por exemplo, corresponder aos ditames culturais das massas.

Considerando esses aspectos, nas próximas páginas deste trabalho, exploraremos as funcionalidades distintas oferecidas pela rede social, destacando como essas ferramentas são utilizadas para a construção de representações digitais. Além disso, examinaremos mais

detalhadamente como o *Instagram* não serve apenas como uma plataforma de compartilhamento, mas também desempenha um papel influente na divulgação de padrões de beleza e estilos de vida. Ao compreender as dinâmicas específicas dessa rede social, seremos capazes de analisar criticamente como ela se tornou um disseminador cultural, impactando as percepções individuais e coletivas de beleza e identidade.

1.2 O *Instagram*

O *Instagram* é uma rede social extremamente popular na atualidade, ele permite que os usuários compartilhem fotos, vídeos e momentos de suas vidas com diversas pessoas conhecidas como seguidores. Conforme Piza (2012), o *Instagram* foi fundado em 2010 pelos engenheiros de programação Kevin Syston e Mike Krieger; o propósito era desenvolver uma plataforma que resgatasse a sensação de instantaneidade semelhante ao das máquinas polaroides, que revelavam as fotos logo após terem sido tiradas. Inicialmente, o *Instagram* foi implementado com a função principal de compartilhamento de fotografias.

Segundo Aprobato (2018, p.158), o *Instagram* pode ser catalogado como “uma plataforma que funciona como uma rede social online que possibilita aos seus usuários o compartilhamento de fotos e vídeos com outros usuários com interesses similares ou não”. Na página³ de informação disponível na própria plataforma é sugerido que a equipe que gerencia o *Instagram* está empenhada em promover a criação de “comunidades” e “aproximar o mundo”. Atualmente, o *Instagram* possui uma enorme base de usuários e se tornou uma plataforma poderosa para criar e compartilhar narrativas visuais, por meio de fotos e vídeos.

Quando um indivíduo cria uma conta no *Instagram*, e passa a integrar a rede social, ele pode optar por seguir outras contas e ser seguido, formando, assim, uma extensa rede de relacionamentos. Essa rede permite que ele veja as postagens dos perfis que seguem e, da mesma forma, seus seguidores podem ver suas próprias postagens. Algumas contas, na plataforma, ultrapassam a casa dos milhões em seguidores.

Essencialmente, os conteúdos produzidos no *Instagram* são criados e compartilhados por meio de fotos e vídeos. Assim, os usuários conseguem capturar imagens ou gravar vídeos diretamente do aplicativo ou, se preferirem, podem fazer *upload*⁴ de algum arquivo de mídia existente em seu próprio dispositivo. O *Instagram*, também, oferece vários filtros e

³ Link de acesso à página: <https://about.instagram.com/pt-br/>.

⁴ Termo da língua inglesa que se refere ao ato de enviar dados, como arquivos de imagem ou vídeo, de um computador local para um servidor remoto. Possui significado contrário ao de download.

instrumentos de edição das imagens e vídeos, com o objetivo de aprimorar a aparência das publicações dos usuários.

Desde a sua concepção, como salientado por Cintra (2021), o Instagram vem evoluindo e consolidando-se como um ambiente notavelmente mais complexo, emergindo como a principal fonte para a construção de um imaginário estético no ciberespaço. Por isso, é crucial compreender que o Instagram transcende a mera definição de um espaço para a socialização de fotos e vídeos. Trata-se, na verdade, de uma poderosa ferramenta da indústria cultural.

No cerne dessa plataforma, observamos não apenas um ambiente para compartilhar momentos, mas um palco de espetacularização de imagens, promovendo padrões de beleza e estilos de vida meticulosamente editados e desconectados da realidade. Dentro desse espaço, os usuários são constantemente expostos a imagens projetadas para o consumo, porém inatingíveis na prática. Essa dicotomia entre a promessa e a entrega é claramente ilustrada pelas palavras de Adorno e Horkheimer (2014, p114.) na *Dialética do Esclarecimento*: "A indústria cultural não cessa de privar seus consumidores quanto àquilo que está continuamente a lhes prometer".

Essa percepção foi enfatizada na análise dos dados do questionário da pesquisa, onde as respostas evidenciaram uma marcante consciência de que o uso de filtros no Instagram contribui para distorcer a autopercepção. Uma participante ressaltou a sensação de "falsidade" ao perceber que a representação da sua imagem corporal não correspondia à realidade. Na busca por se adequar a um padrão presente na plataforma, ela experimentava uma lacuna entre a realidade e o ideal almejado. Esse fenômeno reflete a clara dicotomia entre a realidade e a virtualidade proporcionada pela plataforma.

Analisar o *Instagram* sob a ótica do conceito desenvolvido por Adorno e Horkheimer, conhecido como indústria cultural, é de suma importância para compreender sua relevância como participante fundamental na produção e disseminação cultural da sociedade contemporânea. Na década de 1940, esses sociólogos alemães, por meio de sua obra *Dialética do Esclarecimento*, introduziram o conceito de indústria cultural. Segundo eles, esse fenômeno está centralizado em diferentes setores, como cinema, rádio e revistas, e tem como objetivo a produção de um modelo cultural sujeito ao monopólio do poder das elites econômicas da sociedade (HORKHEIMER; ADORNO, 2014). Sob essa perspectiva, eles apontam, por exemplo, que o cinema, antes considerado uma forma artística, teria perdido essa característica ao se transformar em um negócio mercadológico.

Ao aplicar essa lente conceitual ao *Instagram*, podemos enxergá-lo como um dos protagonistas contemporâneos na indústria cultural. A plataforma não apenas compartilha fotos e vídeos, mas desempenha um papel essencial na padronização de imagens, na venda de ideais de beleza e na criação de estilos de vida que muitas vezes estão distantes da realidade. Adorno e Horkheimer (2014) alertam para o fato de que, dentro da indústria cultural, a produção massiva de produtos padronizados é propícia à criação de uma cultura padronizada: “Sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear” (2014, p. 99).

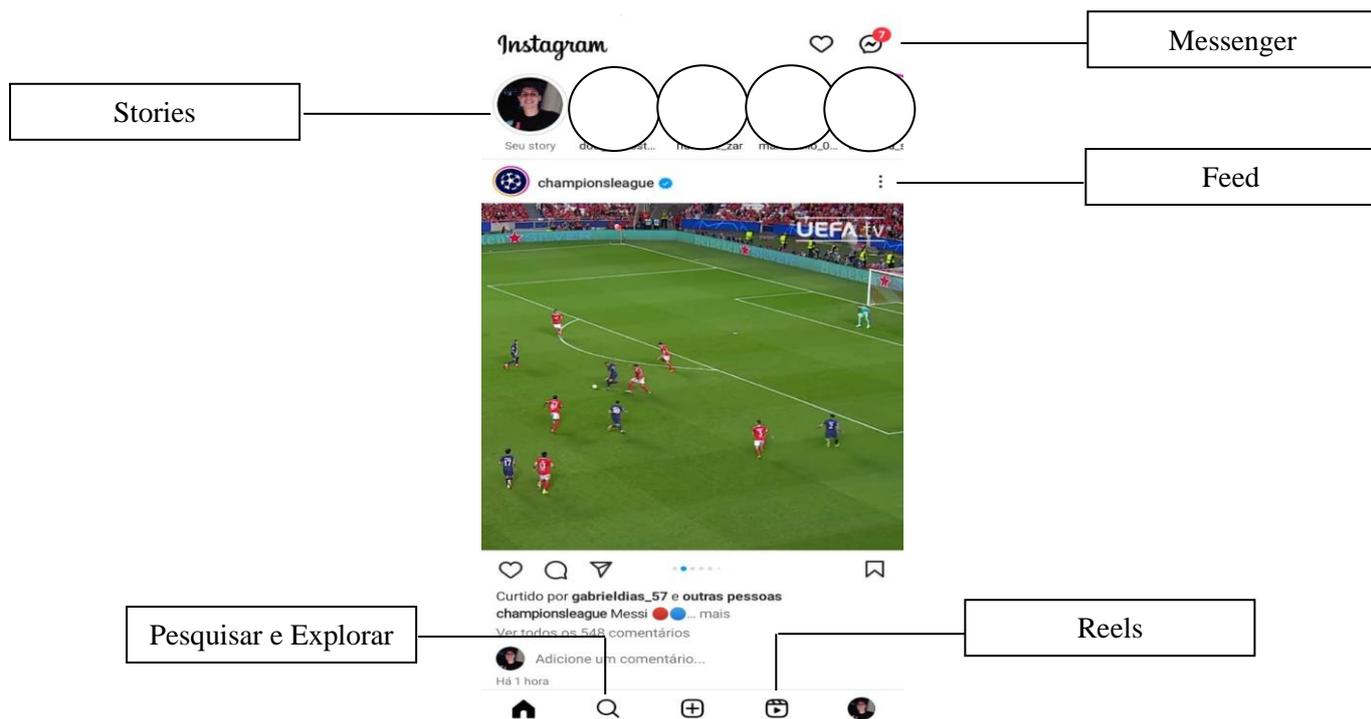
Dentro desse contexto, o *Instagram*, como parte integrante da indústria cultural contemporânea, pode ser interpretado como um dos meios oportunizadores dessa padronização. A plataforma funciona como um veículo para disseminação de padrões culturais e estéticos específicos. Essa dinâmica na indústria cultural, refletida nos conceitos de Adorno e Horkheimer na análise contemporânea desta rede social, destaca como a produção massiva e a disseminação de bens padronizados contribuem para moldar e padronizar as representações culturais na sociedade.

1.2 Os principais recursos do *Instagram*

Na esfera da plataforma, diversas seções e recursos destinados à exploração, compartilhamento e consumo se destacam e serão analisados ao longo deste estudo. Entre esses elementos, merecem destaque o *Feed*, o *Reels*, os *Stories*, as funcionalidades de Pesquisa e Exploração, além das seções voltadas para atividades de compra, conforme ilustrado na Figura 1.

O termo *feed*, de origem inglesa, traduzido como "alimentar", foi adotado no contexto das redes sociais para referenciar o espaço onde os usuários compartilham conteúdo em seus perfis. No *Instagram*, o *feed* representa a seção central em que os usuários têm acesso às postagens das contas que seguem, configurando uma espécie de alimentação contínua com o conteúdo gerado por outros usuários. Essa dinâmica particular do *feed*, onde informações e experiências são continuamente servidas aos usuários, desempenha um papel crucial na sua experiência dentro da plataforma.

Figura 1 – Página inicial e Feed do Instagram



Fonte: Instagram/ @_Caio_Ruan (2023)

Na seção em questão, que corresponde ao *feed* do *Instagram*, deparamo-nos com um espaço saturado de conteúdo visual que, sem dúvidas, expõe o usuário a uma variedade de temas de consumo. Aqui, nota-se uma das características destacadas por Lévy (1999) sobre o espaço cibernético, em que os indivíduos são submetidos a uma verdadeira inundação de informações. Contudo, observa-se, em verdade, que há uma tendência à seletividade e à promoção de padrões específicos de conteúdo nesse ambiente da plataforma.

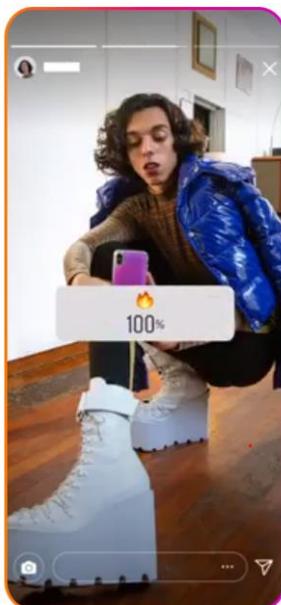
No documentário "O Dilema das Redes" de 2020, dirigido por Jeff Orlowski e com a participação de ex-funcionários de empresas de tecnologia, como Instagram, Facebook, Google e Youtube, entre outras questões discutidas, destaca-se o processo de filtragem presente nas redes sociais. Este mecanismo tende a colocar cada usuário em contato com conteúdos específicos para ele. Nessa perspectiva, o algoritmo da plataforma, orientando-se por preferências e comportamentos passados do usuário, pode resultar na criação de uma "bolha" de informações (O DILEMA DA REDES, 2020). Nessa perspectiva, o algoritmo atua como um filtro refinado diante da vasta inundação de informações descrita por Lévy (1999), expondo o usuário, ainda, a um volume considerável de conteúdos que, por sua vez, aparentam estar alinhados com as preferências e o gosto individual do usuário.

Esse processo de filtragem não implica necessariamente em uma redução significativa na quantidade de informações recebidas, mas sim em uma seleção mais precisa, direcionada para aquilo que o algoritmo identifica como relevante com base no histórico e no comportamento do usuário. Esse fenômeno, conforme abordado no documentário, ressalta como as plataformas digitais podem moldar a percepção do usuário ao apresentar um conjunto restrito de informações que reforçam suas percepções anteriormente capturadas.

Esse processo guarda semelhanças com as ideias discutidas por Adorno e Horkheimer na *Dialética do Esclarecimento*. Os autores destacam que, no contexto da industrialização, as "inúmeras agências da produção em massa e da cultura por ela criada servem para inculcar no indivíduo os comportamentos normalizados como os únicos naturais, decentes, racionais" (ADORNO E HORKHEIMER, 2014, p.34). Sob essa perspectiva, quando os usuários são expostos aos conteúdos filtrados, confrontam-se com uma gama de padrões comportamentais, propensos a se assemelharem a eles: "De agora em diante, ele só se determina como coisa, como elemento estatístico [...] Seu padrão é a autoconservação, a assemelhação bem ou mal-sucedida à objetividade da sua função e aos modelos colocados para ela" (ADORNO E HORKHEIMER, 2014, p.34). Portanto, pode-se considerar que o usuário se encontra na posição desse indivíduo constantemente inculcado por padrões de comportamento meticulosamente selecionados, como é o caso no ambiente do *Instagram*.

Além do *Feed*, no *Instagram*, outro elemento que permite o compartilhamento e o consumo de conteúdo são os *Stories* e, por essa razão, também, merece uma análise mais aprofundada. Os *Stories* são formas de compartilhamentos temporários, por meio dos quais, os usuários expõem momentos do seu dia a dia. Esses compartilhamentos desaparecem automaticamente depois de 24 horas de sua publicação. Os usuários podem adicionar, no campo em questão, fotos, vídeos, textos. Eles aparecem em uma barra separada na parte superior do *feed* conforme é possível observar na figura 2.

Figura 2 – Stories



Fonte: Instagram

Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/features/stories>. Acesso em: 03 de Jun de 2023.

Essa funcionalidade, por seu caráter temporal, permite ao usuário compartilhar indiscriminadamente o seu dia a dia na plataforma. Dessa forma, desde o momento em que acorda até o momento de dormir, é possível socializar, por meio do compartilhamento de “histórias”, uma espécie de narrativa diária da vida do usuário. Apesar disso, Cintra (2021) escreveu que a ferramenta em questão permite ao usuário a criação de micronarrativas a partir da autoexpressão que é veiculada pela disseminação de imagens temporárias na plataforma digital.

A ideia de temporalidade associada ao *Storie* evidencia uma noção de efemeridade, conforme destacado na análise de Cintra (2021, p.47), que observa uma “nova temporalidade e presença no espaço do *Instagram* e dos *Stories*”. A instantaneidade fornecida por essa funcionalidade trouxe à tona a necessidade de desenvolver dispositivos capazes de manter a imagem do usuário, de forma quase imediata, compatível com a alta exigência estética presente na plataforma. Ao contrário das fotografias estáticas, que são mais facilmente editadas, essa ferramenta coloca quase instantaneamente o registro do usuário em compartilhamento. Assim, a pressão para criar conteúdo visualmente atraente e imediato impulsionou uma cultura de edição rápida e refinamento constante, (CINTRA, 2021). Essa dinâmica ressalta não apenas a busca pela estética ideal, mas também a criação de ferramentas que oportunizam esse movimento.

Assim, destaca-se um tema essencial para este estudo: a implementação dos filtros de edição na plataforma. Em razão dessa enorme exigência para manter a aparência adequada aos padrões de beleza a todo instante, conforme apontado por Cintra (2021), floresceu um terreno fértil para o cultivo da prática da edição de fotos com os filtros de edição. A esse respeito, Cintra (2021, p.46) destaca: “Contando com a tecnologia de filtros de realidade aumentada, o rosto no Instagram viu chegar um novo artifício capaz de deixá-lo sempre a postos para performar adequadamente”. Isso sugere que os filtros não apenas modificam a aparência, mas também criam uma espécie de preparação contínua para o desempenho performático, moldando a representação da pessoa de acordo com os padrões estéticos e de beleza existentes na plataforma.

Uma outra ferramenta de interação disponível no *Instagram* é o compartilhamento de *Reels*. Essa ferramenta, conforme as descrições encontradas no menu de informações da plataforma, são vídeos curtos de até 90 segundos de duração. Eles são editáveis com filtros de realidade aumentada e ferramentas de áudio e texto. Nessa seção os usuários podem criar, compartilhar e assistir vídeos. Um fenômeno comum, por meio dos Reels, é a recriação de vídeos. Assim, um usuário cria e compartilha um vídeo curto e outros usuários que assistem ao vídeo tendem a criar um vídeo com características semelhantes. Isso acontece por influência das tendências produzidas dentro do próprio *Instagram*.

Como já destacado anteriormente, alinhado com a análise de Adorno e Horkheimer (2014) sobre a indústria cultural, a padronização dos bens emerge como uma de suas características proeminentes. Sob essa perspectiva, os sujeitos se deparam com o acesso a mercadorias idênticas, engendrando uma experiência uniformizada. No contexto específico dos *Reels*, essa uniformização se manifesta de maneira notória, com os indivíduos consumindo e reproduzindo conteúdos semelhantes.

A padronização presente nos *Reels* sugere uma convergência de estilos, expressões e narrativas, muitas vezes em busca da validação social através de likes e seguidores. Essa dinâmica levanta questionamentos sobre a autenticidade e diversidade na era digital, onde a busca por popularidade pode suprimir a singularidade e promover uma experiência culturalmente padronizada.

Figura 3 – Reels



Fonte: Instagram

Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/features/reel>. Acesso em: 03 de Jun de 2023.

Outro recurso de interação dentro da plataforma é a seção Pesquisar e Explorar. Essa seção permite que os usuários descubram novos tipos de conteúdo que os interesse. O Instagram usa algoritmos para exibir postagens com base nos interesses e comportamento de cada usuário. Esta seção apresenta uma variedade de conteúdo popular, tendências, vídeos virais e postagens relacionadas. Nela os usuários podem encontrar publicações com as quais tem mais afinidade ou até despertar interesse por outros tipos de conteúdo. Esse ambiente possui subdivisões classificadas por tipo de conteúdo, por exemplo, esportes, música, moda, humor etc.

Figura 4 – Pesquisar e Explorar



Fonte: Instagram.

Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/features/search-and-explore>. Acesso em: 03 de Jun de 2023.

Todos os recursos mencionados anteriormente, disponíveis no Instagram, oferecem aos usuários uma ampla variedade de possibilidades para a produção e o consumo de conteúdo. Essas funcionalidades contribuem para uma experiência diversificada na plataforma, permitindo que os usuários criem, compartilhem e consumam diversos tipos de conteúdo, como esportes, música e moda, entre outros. É crucial destacar a lógica operacional imposta pela indústria cultural, na qual o sujeito é condicionado para o consumo. Dentro dessa dinâmica, o usuário é moldado como um consumidor ávido.

Além de toda gama de conteúdo que pode ser produzido e consumido na plataforma digital, os usuários podem expor suas próprias vidas aos seguidores e, também, assistir à vida das pessoas que seguem. Dessa forma, momentos, viagens, lugares, refeições e fotografias de si mesmo (self) podem ser compartilhados no Feed, nos Stories, no Reels ou no *Messenger*.

Além do compartilhamento de imagens e de vídeos, como salienta Alves (2017), o *Instagram* é utilizado para vender diversos produtos e, sobretudo, ao adentrar o imaginário dos usuários, vender diferentes “estilos de vida”. Assim, conforme exposto na seção anterior, os usuários podem editar sua existência no *Instagram*, edição essa que se concretiza por meio do consumo de padrões de estilo de vida e aparência existentes na plataforma. Com todas as ferramentas de compartilhamentos descritas anteriormente, os

usuários são bombardeados com modelos de comportamento que acabam por condicionarem à busca pela adequação aos padrões estabelecidos, como ainda aponta Alves (2017). Veremos a seguir as relações entre esse padrão de comportamento no *Instagram* com a sociedade do espetáculo.

1.3 O Corpo no *Instagram* e a Sociedade do Espetáculo

No ano de 1967 o filósofo francês Guy Debord, em *A Sociedade do Espetáculo*, desenvolveu o conceito da sociedade do espetáculo em oposição à alienação capitalista e à cultura de massa. Para o filósofo, a cultura e vida moderna são dominadas pela lógica do espetáculo, isto é, a constante busca por representações, como ele afirma: “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era diretamente vivido se afastou numa representação” (DEBORD, 2005, p.8).

Ele argumenta que na sociedade do espetáculo, as relações sociais são mediatizadas por imagens que estão a ser produzidas e consumidas. Nessa lógica do espetáculo, os indivíduos se distanciam na medida em que vivem em um mundo de representações fabricadas e a cultura torna-se um produto. Assim, os meios de produção cultural, desempenham um papel central na produção e disseminação do espetáculo, promovendo uma cultura de aparência como no caso do *Instagram*.

Destaca-se que, conforme apresentado por Debord (2005, p.9), "o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens". Nessa esteira, nosso olhar para o *Instagram* não deve se limitar, como discutido anteriormente, à ideia de que ali encontramos apenas um repositório de imagens; é, na verdade, um meio através do qual as relações sociais são moldadas, filtradas e apresentadas.

A sociedade do Espetáculo, seguindo essa dinâmica, fornece uma lente teórica valiosa para compreendermos de que maneira a busca cotidiana pela beleza no ambiente virtual, oportunizada pelos filtros do *Instagram*, contribui para a construção e imposição de padrões de beleza socialmente legitimados. Assim, a concepção de Debord (2005), frente ao *Instagram*, se materializa na incessante busca por representações idealizadas de corpo, isto é, nas relações sociais interpostas por imagens produzidas e consumidas.

Em semelhança ao que se observa no conceito da sociedade do espetáculo, no *Instagram* a imagem prevalece sobre a realidade. Os filtros, nessa lógica, se sobrepõem à

realidade promovendo uma estética artificial que se distancia do real. Assim a experiência real do indivíduo, em certa medida, é substituída pela criação de uma imagem espetacularizada de si.

Nessa era, os corpos humanos estão constantemente cercados por imagens que servem como modelos a serem consumidos. A espetacularização dos corpos tornou-se uma tendência marcante nos tempos atuais, como destaca Carvalho (2010). Nesse contexto, o *Instagram* surge como uma ferramenta poderosa para a centralização dessa tendência à espetacularização.

A autora citada realizou uma pesquisa sobre a educação do corpo produzida por meio de um veículo da indústria cultural (Revista Boa Forma). Ela apresenta uma reconfiguração de sistemas tradicionais que controlavam o corpo. Nessa linha, como nova forma de coerção do corpo está uma moral produzida pela revista. Segundo Carvalho (2010), as garotas capas da revista desempenham um papel fundamental na transmissão da mensagem de que a boa forma está diretamente ligada ao sucesso, a autora explora como esse ideal de corpo é consumido como um modelo estético a ser incorporado.

Em semelhança ao que se observou por meio da pesquisa sobre a educação do corpo na Revista Boa Forma, o *Instagram* se constitui como um ambiente repleto de imagens a serem incorporadas pelos usuários na busca por apresentar uma imagem idealizada de si. Observa-se, nessa lógica, como no caso da revista, uma força coerciva atuando sobre o indivíduo para que este consuma um padrão de beleza normativo exibido por imagens espetacularizadas.

A semelhança entre esses dois setores da cultura contemporânea, representados pela revista Boa Forma e pelo *Instagram*, torna-se evidente ao considerarmos que ambos estão inseridos no mesmo sistema cultural. De acordo com a perspectiva de Adorno e Horkheimer (2014, p.99), "a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto".

Essa visão ressalta a interconexão e interdependência entre diferentes formas de expressão cultural. A revista Boa Forma e o *Instagram*, embora possam parecer distintos à primeira vista, compartilham características que os inserem no mesmo sistema cultural. Ambos desempenham papéis na disseminação de padrões de beleza e culturais, contribuindo para a construção de imagens que refletem e modelam valores contemporâneos.

A coerência entre esses setores não está apenas na similaridade superficial, mas na função que desempenham dentro do contexto cultural mais amplo. Ambos participam na criação e manutenção de padrões de beleza, influenciando as percepções e aspirações dos consumidores (leitores/usuários). Eles inculcam, em seus consumidores, comportamentos normalizadores, como Adorno e Horkheimer (2014) atribuem aos agentes produtores da cultura. Assim, ao reconhecer essa semelhança, podemos compreender melhor como diferentes manifestações culturais operam em conjunto, alimentando e sendo alimentadas pelo sistema cultural que permeia a sociedade contemporânea.

A análise dessa relação entre a revista Boa Forma e o *Instagram* pode ser ampliada sob a perspectiva de que ambos os setores culturais estão submetidos ao domínio do monopólio capitalista. Conforme a análise de Adorno e Horkheimer (2014), quando as “culturas das massas” estão sujeitas ao poder do monopólio, tornam-se essencialmente idênticas. Nessa esteira, o monopólio capitalista, ao exercer controle sobre diversas formas de expressão cultural, controla sua produção de acordo com seus interesses econômicos. Nesse contexto, a revista Boa Forma e o Instagram, embora possam aparentar diversidade, são moldados por estruturas de poder que influenciam as representações culturais.

No entanto, é crucial notar que, embora haja uma semelhança na função desempenhada pela Revista Boa Forma e pelo Instagram na construção de padrões estéticos, cada um possui um lugar histórico distinto. A Revista Boa Forma, inserida na era pré-digital, era um veículo de comunicação de massa que desempenhava um papel significativo na disseminação de ideais de beleza. Por outro lado, o Instagram, como uma rede social digital, representa uma evolução na forma de consumo e participação na criação desses padrões. Sua natureza interativa permite que os usuários contribuam ativamente para a definição e redefinição desses padrões. Dessa forma, embora ambos desempenhem um papel na perpetuação de normas culturais, suas abordagens e impactos são moldados pelas características específicas de seus contextos históricos.

O *Instagram*, enquanto uma rede social proeminente, revela-se como uma ferramenta influente da indústria cultural. Dada a sua abrangência massiva, essa plataforma virtual proporciona à indústria cultural um ambiente propício para a disseminação de produtos padronizados. Conforme apontam Adorno e Horkheimer (2014), o envolvimento de milhões de usuários na indústria cultural facilita essa padronização de produtos. Assim, como observado anteriormente, a imagem corporal associada a padrões de beleza emerge como um "produto" comercializado de maneira constante no *Instagram*.

Um elemento determinante nesta discussão é a constatação de que a indústria cultural busca eliminar, pontuam Adorno e Horkheimer (2014, p.99) "toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos". No contexto do Instagram, como observado anteriormente, a plataforma atua como uma ferramenta da indústria cultural ao vender padrões de beleza e estilos de vida inatingíveis. Esse processo resulta na supressão de qualquer dúvida ou questionamento sobre a legitimidade desse movimento de consumo de imagens espetacularizadas que se manifesta de maneira constante na plataforma.

Suprimir a dúvida quanto à necessidade social do consumo de determinado produto aparece aqui como uma estratégia mercadológica. Com efeito, é uma estratégia fundamental para a indústria cultural, conforme apresentam os autores. É uma relação de poder que os mais "fortes economicamente exercem sobre a sociedade" (HORKHEIMER E ADORNO, 2014, p.100). No *Instagram*, essa dinâmica é evidenciada pela incessante promoção de corpos e estilos de vida ideais, sem espaço para reflexão crítica. Essa estratégia visa criar uma aceitação acrítica desses padrões, tornando-os indiscutíveis e cobiçados.

No contexto analisado, Aprobato (2018) destaca um elemento crucial. Ela ressalta que as celebridades, enquanto referências no *Instagram*, cultivam nos usuários determinadas necessidades de consumo. A autora sugere que o conteúdo postado por celebridades na plataforma assume um caráter dogmático, onde, por exemplo, a "postagem de uma comida" pode ser interpretada como promovendo um estilo de vida saudável, ou o "luxo de se hospedar em um hotel específico" é apresentado como a personificação de um modo de viver indiscutivelmente magnífico (APROBATO, 2018, p.61). Ao explorar esse trecho, Aprobato (2018) examina de que maneira os discursos veiculados no *Instagram* têm o potencial de moldar hábitos entre os usuários.

Assim, no *Instagram*, por meio do consumo acrítico de padrões corporais imagéticos e estilos de vida, os indivíduos tendem a moldar e exibir uma versão cuidadosamente construída de si mesmo. Conforme Keleman (2001, p.43), vive-se "na imagem do corpo, não no corpo". É a busca por remover as características que afastam da imagem idealizada. Nessa busca, e com a ajuda dos filtros, esconde-se as rugas, as manchas, a real cor dos dentes etc. Esse movimento de busca, reflete justamente a tendência de espetacularização dos corpos.

Instagram à dentro, os indivíduos compartilham e consomem essas imagens espetacularizadas numa alta velocidade. Parafraseando o filósofo francês Deboard, o que se vê, nesse cenário, é uma verdadeira "acumulação de espetáculos". Isso porque, em uma sociedade capitalista, conforme ressalta Khreis (2015), o corpo é concebido como uma

mercadoria onde a imagem corporal potencializa o produto como espetáculo. Daí, ele se torna uma figura publicitária e, então, as suas representações espetacularizadas aumentam dentro do *Instagram* a fim de que, também, se aumente o consumo desse produto (corpo).

A publicidade torna-se, nesse contexto da cultura de consumo, um elemento central na veiculação de valores a serem incorporados. Isso porque, conforme Lüdorf,

[...] já que faz com que as pessoas fiquem constantemente se monitorando quanto às imperfeições corporais (que, muitas das vezes, são criadas por si mesmas). Nesta forma de cultura, o corpo é proclamado como um veículo de prazer, onde quanto mais sua imagem se aproximar dos ideais de juventude, beleza, saúde e fitness, maior seu valor de troca. (LÜDORF, 2004, p. 52).

Esse movimento se reflete claramente na alta exposição da imagem corporal no *Instagram*, onde a lógica mercadológica, da sociedade do espetáculo, dita que quanto mais exposto o “produto corpo”, maior será seu consumo.

Nesse contexto, a transformação do corpo em um "veículo potencializado para o consumo" (BANDEIRA, 2008, p. 33) implica em uma profunda inserção na lógica mercantil, onde o corpo passa a ter um valor de troca comparável ao das mercadorias em circulação. A autora aponta para um processo de dominação que se vale da ideologia, obscurecendo a consciência dos sujeitos dominados. Esse fenômeno encontra terreno fértil, conforme Bandeira (2008), nos meios de comunicação de massa. A publicidade, por meio desses canais, assume um papel de extrema importância na disseminação de valores que são absorvidos, conforme indicado por Lüdorf (2004).

A constante exposição da mercadoria corporal por meio de imagens espetacularizadas traduz um universo da "mercadoria dominando tudo o que é vivido" (DEBORD, 2005, p. 29). No contexto do *Instagram*, essa lógica se manifesta como uma espécie de espetáculo, onde a acumulação de imagens corporais idealizadas leva os usuários a incorporarem essas representações por meio do consumo. A plataforma torna-se, assim, um espaço onde o corpo é elevado à condição de produto, e sua visibilidade está diretamente vinculada ao seu valor de consumo.

Na lógica da sociedade do espetáculo, é fundamental que se compreenda que todo esse movimento de espetacularização e mercantilização dos padrões corporais, oportunizado pela indústria cultural, tem um efeito significativo na supressão da identidade dos sujeitos. Nessa esteira, frente a essa larga exposição aos modelos idealizados de corpo, os indivíduos tomam os padrões com referência:

O fato é que o Instagram acabou por se tornar o grande centralizador de referências estéticas, sobretudo no que concerne ao corpo humano. E por estarmos em contato com tanta intensidade e frequência – pela manhã, ao acordar, antes de dormir, o dia todo nas nossas mãos e olhos, esse dispositivo acaba ajudando a compor grande parte do nosso imaginário e das projeções e representações que fazemos sobre nós mesmos (CINTRA, 2021, p.30).

Assim, o usuário abdica de algumas características pessoais em busca de enquadrar-se ao modelo idealizado. Nesse processo, a identidade pessoal é suplantada em detrimento da imagem a que se quer assemelhar-se. Apesar dessa situação, Cintra (2021) alerta que a partir do *Instagram* os rostos parecem estar ficando iguais. Tal afirmação está baseada no fato de que, em certos momentos, parece ser difícil perceber diferença entre os rostos das influenciadoras digitais. Mais uma vez há que se reconhecer a existência de um comportamento padronizador frente a uma alta exposição a modelos de corpos imagéticos. Nesse caso, as imagens ou selfies são passadas pelos mesmos filtros criando um processo de padronização dos rostos.

Dessa maneira, nos perfis pessoais, são exibidas imagens (*selfies*) que aparentam representar fielmente o corpo do usuário, mas, na realidade, constituem-se como retratos meticulosamente editados por meio de filtros. Esses filtros, ao ocultarem e acrescentarem características de maneira padronizada, revelam o *Instagram* como uma espécie de fábrica de imagens em larga escala. Isso porque, como visto anteriormente, promove-se a criação de imagens padronizadas. Em consonância com o descrito pelos sociólogos Adorno e Horkheimer (2014) sobre a indústria cultural, no *Instagram* são fabricados e entregados produtos imagéticos padronizados aos seus usuários; neste caso, autoimagens que unem os usuários aos padrões de beleza contemporâneos.

Nesse contexto de padronização, seguindo a metáfora da fábrica, os filtros assumiriam a função de máquinas produtoras, moldando a representação visual dos usuários como numa produção em série. Conforme visto acima, segundo Cintra (2021), o uso dos filtros têm produzido rostos iguais na plataforma. Em última análise, a conjunção de *Instagram* e filtros se configura como uma ferramenta eficiente para criar e divulgar padrões imagéticos do corpo humano na Sociedade do Espetáculo.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na presente seção, adentraremos nas descobertas e nas análises decorrentes da pesquisa, delineando os resultados obtidos a partir da investigação sobre o uso dos filtros do *Instagram* por acadêmicos dos cursos de Educação Física da ESEFFEGO. Esta seção busca fornecer uma visão aprofundada das relações identificadas no ciberespaço, particularmente no contexto da rede social em questão, destacando as nuances da correlação entre a utilização de filtros e as representações corporais dos participantes da pesquisa.

Ao longo deste capítulo, apresentaremos de maneira sistemática e organizada as descobertas quantitativas e qualitativas, fornecendo análises significativas sobre as práticas de manipulação de imagens, as percepções do corpo e as dinâmicas de busca ou não pela reprodução de padrões de beleza pelos estudantes em questão. Como ferramenta metodológica de análise será utilizado do método análise de conteúdo fundamentada na delimitação feita por Bardin (1977), conforme descrito no tópico “Metodologia” deste estudo.

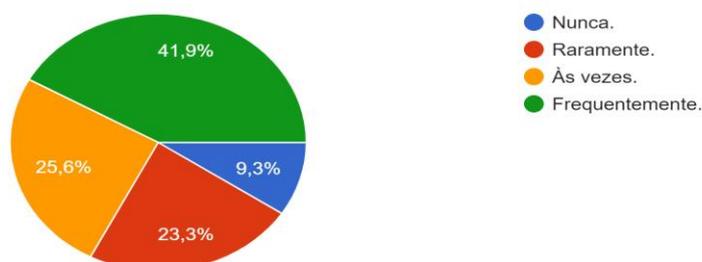
Além disso, tendo em vista alcançar uma compreensão mais abrangente acerca do fenômeno em questão, as análises aqui realizadas são sustentadas por uma triangulação de dados conforme apresentada por Triviños (1987), incorporando informações provenientes do questionário aplicado, da análise da estrutura social e econômica da sociedade em que vivemos e dos referenciais teóricos relevantes que será combinada à análise de conteúdo.

A amostra da pesquisa totalizou a participação de 43 estudantes matriculados nos cursos de Educação Física da ESEFFEGO. Destes participantes, 28 estão no curso Integrado, 14 na Licenciatura e apenas um no bacharelado. Todos os estudantes responderam possuem conta ativa no Instagram. A frequência geral de utilização de filtros em mensagens com fotos no aplicativo está apresentada nos gráficos abaixo.

Gráfico 1: *Frequência de utilização dos filtros em postagens*

Com que frequência você utiliza filtros nas fotos que posta no Instagram?

43 respostas



Fonte: *Google Forms*. Elaboração própria (2023)

Numa análise inicial, destaca-se que a maioria dos estudantes revela uma utilização frequente de filtros. Isso denota uma incorporação regular desses recursos em suas postagens, evidenciando uma atenção constante à estética e à aparência das imagens compartilhadas. Como destacado por Cintra (2021), ao utilizar filtros, há uma constante busca pela imagem performática de si. Em contrapartida, um grupo restrito de estudantes menciona nunca fazer uso de filtros em suas postagens. Essa atitude pode indicar uma preferência por representações mais autênticas ou uma menor ênfase na estética e na aparência das imagens compartilhadas.

Para conduzir esta seção de análises e discussões de maneira mais consistente, empregando a metodologia proposta por Bardin (1977), definimos as seguintes categorias de análise: a influência do uso dos filtros na representação corporal dos estudantes; os padrões de beleza socialmente aceitos identificados pelos estudantes; as características almeçadas pelos estudantes ao utilizarem os filtros e a pressão social para exibir um corpo modelo. A organização dessas categorias, juntamente com os códigos identificados para cada uma, está apresentada na Tabela 1.

Tabela 1: Organização das categorias, códigos e respostas.

CATEGORIAS	CÓDIGOS E RESPOSTAS
Influência do uso dos filtros na	<ul style="list-style-type: none">• Promovem alterações na imagem corporal que se desconectam da realidade:

representação corporal dos estudantes

E10: *“Maquia o corpo real, escondendo o que considero sendo os defeitos do meu corpo”*.

E17: *“Eu costumava usar muitos filtros do Instagram em minhas fotos porque me sentia insegura em questão da minha pele, espinhas... Depois vi que os filtros nunca me ajudaram, só me deixavam pior por fazer as outras pessoas e até eu mesma acreditar que eu era do jeito que os filtros me deixava. Parei de postar fotos com filtros, pois estava me sentindo uma pessoa falsa”*.

E6: *“Criam uma falsa imagem de perfeição que pode ser alcançada e uma certa comparação interna com a foto tirada com o filtro e a pessoa real, se inferiorizando e sentindo pior consigo”*.

E14: *“Trazem uma ilusão momentânea de algo que não quero mostrar como está realmente”*.

E15: *“Os filtros me dão a possibilidade de fugir do real, fazendo com que as pessoas me vejam de uma forma mais apresentável/padrão. Isso faz com que eu queria cada vez menos ser eu”*.

Aproximam os estudantes aos padrões de beleza socialmente aceitos:

E2: *“Reforçando a idealização do que a sociedade dita ser perfeito”*.

E3: *“A tendência dos filtros é seguir um padrão de beleza”*.

E8: *“Não utilizo, mas penso que as pessoas que usam fazem isso para se encaixarem em padrões de beleza socialmente aceitos na atualidade”*.

Causam uma sensação de bem-estar:

E27: *“Afetam para melhor, deixando com a alto estima elevada”*.

	<p>E19: <i>“Valorizam um pouco”</i>.</p> <p>E11: <i>“eles podem ser uma forma de autoafirmação, de se sentir ”melhor” com a própria aparência”</i>.</p>
<p>Padrões de beleza socialmente aceitos identificados pelos estudantes</p>	<p>Corpo magro:</p> <p>E22: <i>“Corpo magro”</i>.</p> <p>E35: <i>“Pessoas magras”</i>.</p> <p>E39: <i>“Corpos magros”</i>.</p> <p>Características da pele:</p> <p>E6: <i>“Pele suave sem espinhas, linhas de expressão, manchas, pintas, marcas”</i>.</p> <p>E1: <i>“Pele uniforme e sadia”</i>.</p> <p>E2: <i>“pele suavizada”</i>.</p> <p>E20: <i>“Pele perfeita”</i>.</p> <p>E11: <i>“pele completamente lisa e sem manchas”</i>.</p> <p>Características do rosto:</p> <p>E2: <i>“rosto afinado”</i>.</p> <p>E5: <i>“Rosto fino”</i>.</p> <p>E7: <i>“rosto quadriculado”</i>.</p> <p>E14: <i>“Rosto afinado, “magro”</i>.</p> <p>Características da boca e os dentes:</p> <p>E2: <i>“dentes perfeitos”</i>.</p> <p>E5: <i>“boca grande”</i>.</p> <p>E6: <i>“sorriso branco”</i>.</p> <p>E7: <i>“lábios mais vermelhos e maiores”</i></p> <p>Características do nariz:</p>

	<p>E9: <i>“nariz fino”</i>.</p> <p>E11: <i>“um nariz pequeno, com a ponta empinada”</i>.</p> <p>Características dos cílios:</p> <p>E5: <i>“cílios grandes”</i>.</p> <p>E6: <i>“olhos com cílios com volume”</i>.</p>
<p>Motivações dos estudantes ao utilizarem os filtros</p>	<p>Alterações de características corporais:</p> <p>E10: <i>“Rosto limpo, sem manchas, mais harmônico”</i>.</p> <p>E19: <i>“Utilizo pra que a definição muscular seja mais aparente durante vídeos do meu treino de musculação”</i>.</p> <p>E29: <i>“Corpo com um físico bonito que é aceito pela sociedade um corpo belo, e esteticamente correto”</i>.</p> <p>E38: <i>“Remoção das olheiras, cílios mais delineados, pele mais lisinha, boca com batom, etc.”</i>.</p> <p>E6: <i>“Esconder alguma imperfeição que me deixou insegura com Minha aparência naquele dia, uma espinha, por exemplo, suavizar a textura da Minha Pele para combinar com a maquiagem ou realçar, no mais é isso”</i>.</p> <p>Melhoria no aspecto geral da fotografia:</p> <p>E42: <i>“Deixar as cores mais vividas ou adicionar efeito de coloração de Photoshop”</i>.</p> <p>E25: <i>“só utilizo a ferramenta de alterar brilho da foto quando está muito escura a imagem”</i>.</p> <p>Diversão:</p> <p>E30: <i>“Engraçado”</i>.</p>

	<p>E13: <i>“quando utilizo é aqueles que transforma o rosto em sapo hahahah! Mas, de forma lúdica”.</i></p>
<p>Pressão social para exibir um corpo modelo</p>	<p>Validação profissional:</p> <p>E11: <i>“Na nossa área sinto muito pressão pois se você fala que faz educação física a maioria vai questionar seu corpo”.</i></p> <p>E17: <i>“Se espera um corpo atlético e hipertrofiado, quando se percebe que o corpo não é esperado há comentários maldosos sobre a prática da minha futura profissão e como não cabe na caixa que é colocado a educação física”.</i></p> <p>E1: <i>“A pressão social que sinto em relação ao curso vem da ideia de que é mais fácil eu vender o produto se eu aparentemente o utilizo, no caso o produto é o corpo aparentemente saudável, forte que é o que o curso de educação física é popularmente responsável por promover”.</i></p> <p>E3: <i>“Por ser do curso de educação física, as pessoas cobram muito da gente um corpo perfeito, porque o nosso corpo é a nossa imagem, e pra dar exemplo precisamos estar em boa forma, mas isso é muito cobrado, e estudar, trabalhar, e ainda correr atrás pra ter um corpo perfeito não é fácil”.</i></p>

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

A exploração da categoria "Influência do uso dos filtros na representação corporal dos estudantes" revelou uma diversidade perspectivas e experiências que surgiram durante a análise. Os códigos identificados, assim como as respostas associadas, desdobram-se fornecendo uma visão ampla sobre a complexa relação entre os estudantes de Educação Física em questão e a influência dessas ferramentas na representação de seus corpos.

Várias respostas apontam para uma percepção negativa em relação aos filtros, destacando que eles podem maquiagem a realidade e criar uma imagem corporal desconectada da

verdadeira aparência. Os relatos mencionam o esconder de supostos "defeitos" e a sensação de insegurança ao comparar a imagem filtrada com a realidade. Além disso, expressam como o uso excessivo desses recursos pode gerar uma ilusão momentânea, resultando em uma autopercepção distorcida.

É evidente, conforme apresentado por Le Breton (2013), uma dinâmica de ruptura presente no processo de imersão no ciberespaço. Aquele que se propõe a imergir no ambiente virtual vivencia uma dicotomia: a experiência com a realidade tangível e a experiência com virtualidade. Nesse processo, seguindo o raciocínio de Le Breton (2013), é possível construir uma imagem de si, no ciberespaço, que não necessariamente vá corresponder à realidade tangível.

No contexto analisado, entende-se que, motivado pela insatisfação com a própria aparência, o sujeito tende a modificá-la maquiando o que julga ser um “defeito”. Não obstante, quando confrontado pela realidade, ele se depara com uma situação de incoerência. Percebendo a provisoriedade da construção da aparência no ciberespaço, os estudantes em questão encontram-se numa situação de autopercepção distorcida. Nesse caso específico, o virtual não corresponde à realidade tangível. A esse respeito, Cintra (2021, p.48) argumenta que “estamos nos acostumando a interagir nesse espaço vestidos com uma nova máscara contemporânea, assistindo uns aos outros com máscaras virtualizadas que projetam uma noção irreal de rosto”. Representa, em verdade, uma interpretação contemporânea do fragmento poético que cito na epígrafe deste trabalho, retirado de "Tabacaria" de Fernando Pessoa. Nesse sentido, os sujeitos encarnam essa poesia no universo virtual. Isso significa que os indivíduos criam uma imagem de si que não reflete a realidade, perdendo-se nesse processo. Como relatado pela estudante 15, essas máscaras virtuais distorcem a realidade, fazendo com que "outras pessoas e até eu mesma acreditassem que eu era do jeito que os filtros me deixavam".

Nesse contexto, um aspecto crucial a ser considerado é a emergência de um fenômeno onde os usuários buscam uma maior aproximação entre a imagem por eles editada usando filtros e sua aparência real, optando por intervenções estéticas, especialmente cirurgias plásticas. Notavelmente, alguns jovens estão trilhando um caminho inverso; ao perceberem a discrepância entre a imagem idealizada e a realidade, estão buscando modificar sua aparência real para se alinhar à imagem editada com os filtros.

Ramphul e Mejias (2018), em seu artigo, ressaltaram uma inquietação contemporânea relacionada aos possíveis efeitos adversos das redes sociais, como *Snapchat*⁵ e *Instagram*, na tomada de decisão quanto a cirurgias plásticas. Nesse contexto, diversos cirurgiões plásticos relataram casos em que os pacientes solicitaram procedimentos com base em imagens editadas pelos filtros do *Snapchat*. Nesse período, conforme descrito no artigo, cunhou-se o termo “Disformia Snapchat”.

De acordo com os autores, em consonância com a Associação Americana de Psiquiatria (APA) e o Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM-5):

O transtorno dismórfico corporal (TDC) é classificado no espectro obsessivo-compulsivo. Aqueles que sofrem de TDC estão preocupados com pelo menos um defeito inexistente ou leve na aparência física. Isto pode levá-los a pensar sobre o defeito durante pelo menos uma hora por dia, impactando assim os seus níveis de funcionamento social, ocupacional e outros. (RAMPHUL; MEJIAS, 2018, p.1, tradução nossa).⁶

A “Disformia Snapchat”, nesse sentido, representa uma associação do TDC a esse movimento de busca pela aparência promovida, inicialmente, pelos filtros do Snapchat. Ramphul e Mejiã (2018) mencionam um caso específico em que um cirurgião plástico recebeu uma solicitação para realizar um procedimento em um paciente, buscando replicar exatamente os resultados de uma de suas fotos filtradas. Nesse caso o cirurgião se recusou a fazer o procedimento e recomendou à paciente passar por um acompanhamento psicológico.

Essa situação pode revelar uma conexão sutil com as respostas encontradas no primeiro código, especialmente quando consideramos a quantidade de relatos que expressam um certo descontentamento com a própria aparência e a tentativa de escapar da realidade, como expresso na citação: "Isso faz com que eu queira cada vez menos ser eu". Destaca-se aqui a necessidade de investigações mais aprofundadas para reforçar essa possível relação.

Além da promoção de alterações na imagem corporal que se desconectam da realidade, outro conjunto de respostas destaca a percepção de que os filtros tendem a aproximar os estudantes a padrões de beleza socialmente aceitos. Os estudantes reconhecem

⁵ Rede social destinada a produção e compartilhamento de imagens e vídeos que desaparecem após um tempo específico. Famosa por popularizar os filtros de edição.

⁶ Trecho original: “*body dysmorphic disorder (BDD) is classified along the obsessive-compulsive Spectrum. Those suffering from BDD are preoccupied with at least one nonexistent or slight defect in physical appearance. This can lead them to think about the defect for at least one hour a day, therefore impacting their social, occupational, and other levels of functioning*”.

que esses recursos podem contribuir para a idealização do que é considerado perfeito e, assim, podem influenciar a busca por conformidade com esses padrões estéticos.

No contexto do *Instagram*, Aprobato (2018) destaca uma dinâmica peculiar onde o seguidor não apenas aspira a ser uma celebridade, mas também deseja se ver nela e alcançar o corpo da figura pública. Nesse imaginário, o seguidor parece desconsiderar a importância de seu próprio corpo, história e genética, concentrando-se exclusivamente em reproduzir o corpo do ícone que segue (APROBATO, 2018). O usuário, na busca por se conformar aos padrões midiáticos predominantes, enxerga nos filtros a oportunidade de se aproximar dos ideais corporais contemporâneos.

Conforme Dantas (2011), que analisou discursos em torno do culto ao corpo⁷ presentes nas mídias sociais contemporâneas, ao seguir o modelo das figuras em destaque nas mídias sociais espera-se uma aproximação aos padrões idealizados. Nesse cenário, destaca-se a fragilização do corpo, resultante da submissão a diversos elementos como silicone, esteroides, medicamentos, *botox*, entre outros, que são utilizados na busca pelo corpo esteticamente perfeito (DANTAS, 2011). Mesmo considerando a natureza não invasiva da utilização dos filtros em comparação com os elementos citados anteriormente, é possível ressaltar que, nesse contexto, os filtros também se apresentam como facilitadores para moldar a representação corporal do usuário, alinhando-o aos padrões de beleza vigentes.

Nesse contexto, percebe-se o comportamento descrito por Aprobato (2018) em que o indivíduo desconsidera a relevância do seu próprio corpo. Isso resulta na modificação de sua imagem, por meio da utilização dos filtros, para se adequar aos modelos que, como destacado por Dantas (2011), influenciam comportamentos direcionados à busca pela conformidade com os padrões de beleza. Nesse caminho, ocorre a supressão da "beleza da singularidade" de cada rosto/corpo, resultando em uma diminuição na apreciação da própria imagem de si (CINTRA, 2021). O sujeito, ao invés de considerar o valor de sua própria imagem, busca refugiar-se por trás de um padrão de beleza socialmente aceito.

Seguindo com a discussão, percebemos um contraste nas respostas elencadas para a primeira categoria. Contrapondo as respostas que sugerem experiências negativas na representação corporal por meio dos filtros como a do estudante 17 (E17), algumas respostas destacam uma perspectiva aparentemente mais positiva sobre o uso de filtros. Os estudantes mencionam que esses recursos podem afetar positivamente a autoestima e gerar uma sensação

⁷ “Modo de relação dos indivíduos com seus corpos baseada numa preocupação exacerbada em modelar e aproximar este corpo ao ideal de beleza estabelecido” (DANTAS, 2011, p.901).

de bem-estar, como é possível observar na resposta do estudante 27 (E27): “Afetam (os filtros) para melhor, deixando com a autoestima elevada”.

A relação com os filtros, que proporcionam uma sensação de bem-estar e elevação da autoestima, pode ser entendida como um processo de encantamento consigo mesmo. Conforme Cintra (2021, p.50), os filtros permitem que os usuários encarnem virtualmente versões aprimoradas de si mesmos, resultando em um verdadeiro “enamorado de si”.

Cintra (2021) faz uma alusão ao mito de Narciso para ilustrar essa paixão pela própria imagem. Ela sugere que a paixão pela imagem encanta Narciso, que sofre por não amar a si, mas por amar a sua representação.

Entretanto, existe uma sutil diferença entre o Narciso da mitologia e aquele que ela chama de hipermoderno: “Os narcisos hipermodernos, contudo, estão prontos para mergulhar apaixonados não apenas pela imagem de si mesmos, mas pela melhor possibilidade de si, embebidos na fantasia *high tech*. É o desejo de potência encarnando o melhor potencial” (CINTRA, 2021, p.50). Nessa perspectiva, no contexto em análise, podemos interpretar que esse processo de contemplação da melhor versão de si mesmo, ou seja, a foto/*selfie* modificada pelo filtro, proporciona ao usuário uma sensação a princípio de bem-estar e melhora da autoestima.

No entanto, é importante destacar o caráter ilusório do processo envolvido na construção da representação corporal por meio dos filtros. Enquanto o indivíduo está imerso na plataforma, contemplando uma imagem aprimorada de si mesmo, consegue, até certo ponto, manter-se na ilusão (CINTRA, 2021). No entanto, esse aspecto cria um elevado nível de exigência em relação à própria imagem, potencializado por essa ferramenta. Assim, ao confrontar a realidade e perceber que não há a possibilidade de simular uma versão aprimorada de si mesmo fora do mundo virtual, o sujeito pode realmente sofrer, em uma analogia à história de Narciso que, incapaz de alcançar sua própria imagem refletida na água, experimentou um sofrimento profundo (CINTRA, 2021).

No âmbito desse contexto complexo de ilusão e desilusão, a indagação que se destaca é: em que medida a conexão entre bem-estar e autoestima elevada pode estar vinculada ao uso dos filtros na representação corporal? Explorar essa questão implica compreender como a busca pela representação idealizada de si mesmo, viabilizada pelos filtros, impacta a percepção do indivíduo sobre seu próprio bem-estar e autoestima. O filtro, ao oferecer uma imagem melhorada, pode contribuir inicialmente para uma sensação de satisfação e elevação da autoestima. No entanto, é crucial investigar até que ponto essa conexão é sustentável

quando confrontada com a realidade, considerando o risco potencial de desilusão ao perceber a discrepância entre a representação virtual e a imagem real observado pelos estudantes elencados no primeiro código .

A análise da categoria "Padrões de beleza socialmente aceitos identificados pelos estudantes" revela as percepções e identificações específicas que os estudantes associam aos padrões de beleza predominantes nas redes sociais, particularmente no Instagram. Os códigos e suas respostas apontam para características físicas e estéticas específicas que os estudantes identificam como socialmente aceitas e promovidas pelos filtros da plataforma.

Entre as características identificadas pelos estudantes (conforme tabela 1), destaca-se a idealização do corpo magro, sugerindo uma associação entre a magreza e a estética desejada. Ao analisar a história da beleza no Brasil, Sant'anna (2014) destaca que a tendência de associar a beleza ao corpo magro ganhou destaque a partir da década de 1920.

Outro elemento historicamente estabelecido como padrão de beleza no Brasil, evidenciado nas respostas dos estudantes, é a preocupação com a pele. As respostas revelam uma valorização da pele sem imperfeições, denotando a busca por uma aparência suave e imaculada, livre de manchas, marcas de acne e linhas de expressão. Entre as décadas de 1920 e 1930, a pele branca predominou na publicidade de diversos produtos de beleza (SANT'ANNA, 2014).

Há, nesse contexto, uma associação evidente ao padrão de pele considerado belo, conforme expresso nas respostas dos estudantes. Isso se alinha à perspectiva de Sant'anna (2014), que destaca que a pele alva não se limitava apenas à "brancura", abrangendo também a ausência de manchas e cicatrizes. Reforçando a ideia, a autora ressalta o inverso, ou seja, que os conselhos da época associavam a proximidade de sujeira, doença e pele escura (SANT'ANNA, 2014).

No tocante ao rosto, as características desejadas incluem a finura, com referências específicas a formatos como o rosto quadriculado. Os lábios grandes e avermelhados, os dentes brancos e alinhados, o nariz pequeno, fino e empinado, bem como os cílios grandes, compõem um conjunto de elementos que refletem os ideais de beleza propagados pelas redes sociais pela cultura audiovisual.

Em síntese, os resultados dessa categoria evidenciam a construção complexa e detalhada dos padrões de beleza identificados pelos estudantes no Instagram. Essas percepções influenciam diretamente a motivação para utilizar o filtro de edição e as escolhas de tipo edição e filtro conforme a tabela 2, revelando como os estudantes buscam se alinhar a

uma estética específica promovida nas redes sociais. Essa análise fornece uma compreensão aprofundada das características consideradas socialmente aceitas e aspiracionais pelos usuários.

Tabela 2: Tipos de filtros usados pelos estudantes.

TIPOS DE FILTROS	QUANTIDADE DE ESTUDANTES
Filtros que suavizam a pele	29 (67,4%);
Filtros que alteram a cor da pele	2 (4,7%);
Filtros que alteram a cor dos cabelos	3 (7%);
Filtros que alteram a cor dos olhos	1 (2,3%);
Filtros que alteram a cor dos dentes	3 (7%);
Filtros que alteram o formato do rosto	5 (11,6%);
Filtros que alteram o formato e coloração da boca	5 (11,6%);
Filtros que adicionam efeitos de maquiagem	11 (25,6%);
Filtros de rejuvenescimento	6 (14%);

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Analisando os dados sobre os filtros mais utilizados pelos estudantes percebe-se uma preferência significativa por filtros que suavizam a pele, representando 67,4% das escolhas. Esse dado indica uma busca por uma pele mais uniforme e sem imperfeições, corroborando com a ênfase identificada nos padrões de beleza relacionados a uma pele perfeita e suave, como mencionado anteriormente.

A análise da categoria "Motivações dos estudantes ao utilizarem os filtros", por sua vez, fornece uma compreensão detalhada das questões subjacentes ao uso dos filtros do *Instagram* pelos estudantes. Os códigos e suas respostas destacam diversas motivações, desde a busca por aprimoramentos estéticos até a exploração lúdica e divertida dessas ferramentas.

As respostas revelam que muitos estudantes buscam alterações nas características corporais ao utilizar filtros, como o estudante 29 (E29) que disse utilizar os filtros buscando apresentar um “corpo com um físico bonito que é aceito pela sociedade um corpo belo, e esteticamente correto”. Essas alterações incluem ter um rosto limpo e mais harmônico, destacar definição muscular durante vídeos de treino de musculação, obter um físico que seja

aceito socialmente como belo e esteticamente correto, e realizar correções específicas como remoção de olheiras, suavização da pele e aplicação de batom. Essa busca por uma aparência aprimorada reflete o desejo de se alinhar a padrões estéticos percebidos como socialmente aceitos.

Em certa medida, podemos considerar esse aspecto como um processo de consumo de padrões de beleza. Inicialmente, o estudante entra em contato com uma imagem que o impacta de alguma forma, e, ao assimilá-la, ele procura, por meio da utilização dos filtros, se aproximar dessa representação idealizada. Essa busca torna-se evidente quando comparamos com a categoria anterior, na qual os estudantes apontam os padrões de beleza que observam; notamos que, em sua maioria, eles procuram replicar exatamente esses mesmos padrões por meio do uso de filtros.

Ao examinarmos essas características à luz da perspectiva de Bandeira (2008), que concebe o corpo como um veículo para o consumo, podemos compreender que, ao se transformar em uma mercadoria, o corpo precisa se alinhar às expectativas do mercado. Dessa forma, esse corpo, submetido a um processo de dominação, é obrigado a atender aos critérios mercadológicos, o que, neste contexto, implica em incorporar as características da beleza socialmente legitimadas.

Nesse contexto, ressalta-se a comercialização de produtos que possibilitam ao corpo uma aproximação com um ideal de beleza almejado. Conforme Sant'anna (2014, p.16), a venda da beleza no Brasil remonta a um período anterior à Proclamação da República, envolvendo produtos como pós, perucas, perfumes, além de roupas e joias. Dessa forma, para adotar uma posição considerada bela, o indivíduo foi instigado a consumir os produtos vendidos sob o discurso do embelezamento. Atualmente, o indivíduo contemporâneo, como evidenciado neste estudo, tem utilizado os filtros do Instagram como meio para alcançar o ideal de beleza. Nesse cenário, os pós, as perucas, as roupas e as joias cedem lugar aos filtros. A mercantilização da beleza, por sua vez, persiste, porém agora por meio de instrumentos mais tecnológicos.

A influência mercadológica que circunda o corpo divulgado por meio de imagens filtradas no Instagram não apenas se revela eficaz pela adesão dos usuários aos filtros que modificam características corporais, mas também estimula o consumo da beleza por meio de produtos diversos. Um exemplo ilustrativo é apresentado por Cintra (2021, p.49), que destaca a marca de beleza coreana Soko Glam, a qual lançou um produto denominado "creme filtro", projetado para reproduzir alguns dos efeitos dos filtros de beleza presentes na rede social.

Esse cenário não apenas ressalta o espaço para o consumo por meio da reprodução de imagens no Instagram, mas também demonstra a adesão a produtos relacionados aos padrões estéticos gerados pelos filtros.

Uma outra aplicação para o uso de filtros, segundo as respostas dos estudantes, é a melhoria no aspecto geral da fotografia. Isso inclui a intensificação das cores, a adição de efeitos de cores semelhantes ao Photoshop e ajustes no brilho da imagem, com citados. Essa categoria revela uma preocupação estética mais ampla, não apenas relacionada às características pessoais, mas também à qualidade visual geral da imagem.

Para alguns estudantes, além das melhorias estéticas, o uso de filtros também é motivado pelo desejo de se divertir. Essa abordagem mais lúdica inclui a aplicação de filtros que transformam o rosto em figuras engraçadas, como, por exemplo, o filtro que simula um sapo como citou a estudante 13 (E13). Essa dimensão de diversão adiciona uma camada mais leve e descontraída ao emprego dos filtros, evidenciando que, em alguns casos, sua utilização vai além da busca por aprimoramento estético. Apesar disso, Cintra (2021, p.52), menciona o fato que “tratar os filtros estritamente como opressão estética, ou apenas expressão de certa patologia narcisista, seria cair em uma armadilha da nostalgia distópica”. Portanto, para além de objetivos estéticos, os filtros são empregados para fins de entretenimento e, de acordo com a autora, também como expressão artística.

A última categoria ressalta a intensa pressão social imposta aos estudantes para conformarem-se a um padrão corporal específico. A vinculação direta entre a representação do corpo e as perspectivas futuras de carreira cria um ambiente no qual os estudantes sentem a necessidade de atender a padrões específicos para serem levados a sério em sua jornada profissional. Essa conexão entre a imagem corporal e o sucesso profissional contribui para um cenário em que a conformidade com normas estéticas torna-se praticamente inevitável, exacerbando a pressão sobre os estudantes para se adequarem a ideais muitas vezes inatingíveis.

Aqui, torna-se evidente que, dada a natureza da prática do professor de Educação Física no contexto social (na sociedade do espetáculo, onde a imagem se torna o elemento central impulsionando uma cultura de consumo de bens padronizados), em determinados momentos, ele parece ser colocado como um facilitador do consumo de certos ideais de beleza. Nesse cenário, a sociedade busca encontrar no professor de Educação Física um modelo de corpo que se assemelhe ao padrão corporal predominante (um corpo atlético e

hipertrofiado, aparentemente saudável e forte), conforme descrito nas respostas dos estudantes.

A influência da estética na vida acadêmica vai além da mera preocupação com a aparência. Estudantes percebem que a representação do corpo pode impactar diretamente em suas oportunidades profissionais. A conformidade com padrões estéticos muitas vezes inatingíveis torna-se uma exigência percebida para serem levados a sério em suas futuras carreiras. Essa percepção cria um ambiente no qual os estudantes se sentem compelidos a moldar sua imagem de acordo com normas socialmente aceitas, mesmo que essas normas sejam irreais ou prejudiciais à saúde mental e física.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou analisar o impacto do uso de filtros nas redes sociais por estudantes de Educação Física da ESEFFEGO, evidenciando as complexas relações entre a representação visual, identidade e influência dessas práticas no ambiente acadêmico. Os resultados obtidos apontam para diversas discussões relevantes.

Primeiramente, fica claro que os estudantes de Educação Física, como parte integrante de uma sociedade cada vez mais digital, estão imersos na cultura de compartilhamento de imagens. A utilização de filtros, embora seja uma prática comum em plataformas como o *Instagram*, revela uma busca pela construção de uma imagem idealizada, muitas vezes distante da realidade como observado. Esse foco evidencia a pressão social que os estudantes enfrentam para se adequarem a padrões estéticos pré-configurados.

Por meio do *Instagram*, é possível promover uma imagem de si que corresponde, não a realidade, mas que se aproxima de padrões corporais atuais. A alta exposição dos corpos a que se refere Carvalho (2010), produz um efeito que transforma imagens de corpos idealizados em referência. Dessa forma, na busca para se adequar às referências que são compartilhadas e consumidas no *Instagram*, submete-se a própria imagem a uma série de modificações.

A padronização dos corpos no ciberespaço é uma consequência das tendências produzidas pela sociedade do espetáculo. Nessa sociedade, conforme discutido, há uma constante busca por representações; as imagens ganham destaque. Assim, espetaculariza-se o corpo e sua imagem. Não obstante, a imagem do corpo idealizada torna-se uma mercadoria e passa a ser consumida.

Além disso, a pesquisa apontou que essa preocupação com a imagem corporal está intrinsecamente ligada ao ambiente acadêmico e às expectativas profissionais. A associação entre a representação do corpo e o sucesso futuro cria uma dinâmica na qual os estudantes expressaram a necessidade de adotar uma imagem que não atenda apenas a padrões estéticos, mas que também se alinhe às percepções convencionais de profissionalismo.

No entanto, é essencial destacar os impactos negativos desse comportamento. A preocupação constante com a imagem corporal pode levar a problemas de saúde mental, distorções de autoimagem, como no caso da Dismorfia *Snapchat*.

Em síntese, a presente pesquisa destaca a influência dos filtros do *Instagram* na construção da imagem corporal de estudantes de Educação Física da ESEFFEGO,

evidenciando como essas ferramentas tecnológicas se tornaram elementos significativos na busca por padrões estéticos idealizados. No entanto, é fundamental reconhecer que esta investigação representa apenas um primeiro passo para compreender a complexidade desse fenômeno emergente. Dessa forma, ressalta-se a necessidade premente de pesquisas futuras que explorem mais a fundo as dinâmicas envolvidas, considerando não apenas o impacto estético, mas também os aspectos psicológicos, sociais e pedagógicos envolvidos. A compreensão mais aprofundada desses elementos pode contribuir não apenas para a academia, mas também para a prática educativa, especialmente no contexto da formação de professores de Educação Física, que desempenham um papel crucial na orientação dos jovens em relação à saúde, imagem corporal e bem-estar. Portanto, instiga-se a continuidade de pesquisas que desvendem as nuances desse fenômeno contemporâneo, proporcionando discussões e debates valiosos para a promoção de uma relação mais saudável e consciente com a tecnologia e a construção da identidade corporal.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética Do Esclarecimento Fragmentos Filosóficos**. Tradução de Guido Antônio De Almeida. 2014.

ALVES, N. M. M. **A Educação do Corpo no Instagram: palco para semiformação**. In: CONBRACE, 20, 2017, Goiânia. Artigo, p. 700-704.

APROBATO, V. C. **Corpo digital e bem-estar na rede Instagram – um estudo sobre as subjetividades e afetos na atualidade**. Boletim Academia Paulista de Psicologia, São Paulo, Brasil - V. 38, nº95, p. 157 – 164. 2018.

BANDEIRA, Lílian Brandão. **Corpo, mercado e educação na perspectiva da teoria crítica**. 2008. 122f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2008.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Presses Univcrsitaires de France. 1977.

BARBOSA, Claudio Luis de Alvarenga. **Educação física e filosofia: a relação necessária**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

CARVALHO, Ana Carla Dias. **A Educação do Corpo Produzida pela Revista Boa Forma**. 2010. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, 2010.

CINTRA, camila. **O Instagram está padronizando os rostos?**. 1 ed. Barueri, Sp: Estação da Letras e Cores Editora, 2021.

CULTURA GENIAL, 2023. Disponível em <https://www.culturagenial.com/poema-tabacaria-alvaro-de-campos-fernando-pessoa-analisado/> Acesso em: 04 de Jun/2023. Sem autor: **Poema Tabacaria de Álvaro de Campos (Fernando Pessoa) Analisando**.

DANTAS, J. B. **Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade**. Estudos e Pesquisas em Psicologia, Rio de Janeiro, v.11, n.3, p. 898-912, 2011.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. [S.I]: Projeto Periferia, 2005.

DUGNANI, P; CRUZ, L. A. **Mitologia e Pós-modernidade: Prometeu, Argos e Narciso – Os mitos e seus reflexos na sociedade**. 2017.

ESHIET, Janella, "“REAL ME VERSUS SOCIAL MEDIA ME:” FILTROS, DISMORFIA DE SNAPCHAT E PERCEPÇÕES DE BELEZA ENTRE MULHERES JOVENS" (2020). *Teses, Projetos e Dissertações Eletrônicas*. 1101. Disponível em <https://scholarworks.lib.csusb.edu/etd/110>.

ESEFFEGO. **Projeto pedagógico do curso de Educação Física**. Goiânia, 2007.

KELEMAN, S. **Mito e Corpo: uma conversa com Joseph Campbell**. São Paulo Summus, 2001.

KHREIS, Nader Youssef Abbas. **A Negação da Subjetividade do Corpo no Ciberespaço: uma Dialética entre a Reprodução do Sistema Capitalista e o Narcisismo na Rede Social Instagram**. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Educação Física) – Universidade Estadual de Goiás - ESEFFEGO, 2015.

LAKATOS, Eva Maria; Marconi, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. Editora Atlas S.A. - São Paulo, 1992.

LE BRETON, D. **Adeus ao Corpo: Antropologia e Sociedade**. 6º ed. Campinas, SP: Papyrus, 2013.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura/ Pierre Lévy**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. – São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÜDORF, S. M. **Do Corpo *Design* à Educação Sociocorporal: o corpo na formação de professores de Educação Física**. 2004; Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

LÜDORF, S.M.A. **Corpo e formação de professores de Educação Física**. Interface - Comunic., Saúde, Educ., v.13, n.28, p.99-110, jan./mar. 2009.

MENEZES, Eстера Muszkat; SILVA, Edna Lúcia. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 4. ed. UFSC - Florianópolis, 2005.

O Dilema das Redes. Direção: Jeff Orlowsk. Estados Unidos. 2020. Netflix. (89 min).

PIZA, Mariana Vassalo. **O fenômeno instagram: considerações sobre a perspectiva tecnológica**. Instituto de Ciências Sociais, Brasília 2012.

RAMPHUL, K.; MEJIAS, S. G. Is "Snapchat Dysmorphia" a Real Issue?. *Cureus* 10(3): e2263. DOI 10.7759/cureus.2263. March 03, 2018.

SANT'ANNA, D. B. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SILVA, T. M; TEIXEIRA, T. O; FREITAS, S. M. P. **Ciberespaço: uma nova configuração do ser no mundo**. *Psicologia em Revista*, Belo Horizonte, v. 21, n. 1, p. 176-196 abr. 2015.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987

APÊNDICES

Apêndice A – Termo de consentimento livre e esclarecido (TCL):

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para Participação em Pesquisa
Título da Pesquisa: Uso de Filtros do Instagram e Suas Implicações nas Representações de Corpos e Padrões Corporais de Acadêmicas/os do Curso de Educação Física da ESEFFEGO.
Caro(a) Participante, você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa acadêmica que tem como objetivo investigar o uso de filtros no Instagram e como isso influencia as representações de corpos no ciberespaço, especificamente em acadêmicos dos cursos de Educação Física da Escola Superior de Educação Física e Fisioterapia de Goiás (ESEFFEGO). Antes de tomar uma decisão sobre a participação, é importante que você compreenda os objetivos e os procedimentos da pesquisa.
Procedimentos: A sua participação envolverá responder a um questionário on-line com perguntas relacionadas ao uso de filtros no Instagram, à sua frequência de uso, aos tipos de filtros utilizados e às percepções sobre a influência dos filtros nas representações de corpos. Além disso, você será convidado(a) a compartilhar suas opiniões sobre a relação entre filtros, padrões de beleza e tendências corporais no Instagram.
Justificativa e objetivos: Objetivo: analisar de que forma os filtros do Instagram usados por acadêmicas/os dos cursos de Educação Física da ESEFFEGO influenciam as representações e percepções de seus corpos no ciberespaço e quais são as suas relações com a propagação e/ou busca por alcançar os padrões de beleza socialmente legitimados. Este estudo qualitativo tem como propósito investigar as percepções de universitários matriculados nos cursos de Educação Física na ESEFFEGO quanto ao uso de filtros no Instagram e como essas percepções se relacionam aos padrões de beleza e tendências corporais contemporâneas. A amostra consistirá em estudantes de ambos os sexos, com a coleta de dados realizada por meio de um questionário sociocultural que combina perguntas abertas e fechadas. A abordagem qualitativa permitirá uma compreensão mais profunda das experiências e perspectivas dos participantes, visando não apenas a identificação de tendências no uso de filtros, mas também a exploração das complexas relações entre o ciberespaço, a imagem corporal e as percepções de beleza nesse grupo de acadêmicos.

Riscos e Benefícios: O estudo em questão não implica quaisquer ameaças à saúde dos

participantes, especialmente no que diz respeito a avaliações ou diagnósticos, seguindo as diretrizes estabelecidas na Resolução nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde (CNS) e na Carta de Helsinque. Este estudo busca trazer à tona uma compreensão mais abrangente do fenômeno complexo da utilização de filtros em redes sociais, com foco nas experiências dos universitários de Educação Física. Espera-se que os resultados contribuam não apenas para o campo acadêmico, mas também para a promoção de diálogos sobre saúde mental e imagem corporal em um contexto digital, onde as representações pessoais são influenciadas por essas tecnologias. As considerações éticas e a obtenção do consentimento informado dos participantes são prioridades, garantindo a confidencialidade e o respeito aos direitos dos envolvidos. Confidencialidade: Todas as informações fornecidas serão mantidas em total confidencialidade, e seu nome não será revelado de acordo com as diretrizes do Comitê de Ética em Pesquisa. Seus dados serão processados de maneira anônima e não serão compartilhados com terceiros. Participação Voluntária: Sua participação nesta pesquisa é voluntária, o que significa que você pode optar por não participar ou retirar seu consentimento a qualquer momento, sem qualquer penalização. Contato: Se você tiver alguma dúvida sobre a pesquisa ou sobre seus direitos como participante, você pode entrar em contato com os pesquisadores responsáveis, Jéssica de Moura Pereira e Ruan Caio Silva Batista Correia, pelos e-mails jessica.pereira@ueg.br ou ruancaio123.rc@gmail.com.

Apêndice B – Questionário:

Questionário aplicado aos estudantes de Educação Física da Universidade Estadual de Goiás – ESEFFEGO.

Pesquisa sobre o Uso de Filtros do Instagram e Suas Implicações nas Representações de Corpos e Padrões Corporais por Acadêmicas/os do Curso de Educação Física da ESEFFEGO

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para Participação em Pesquisa

Título da Pesquisa: Uso de Filtros do Instagram e Suas Implicações nas Representações de Corpos e Padrões Corporais de Acadêmicas/os do Curso de Educação Física da ESEFFEGO.

Caro(a) Participante,

Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa acadêmica que tem como objetivo investigar o uso de filtros no Instagram e como isso influencia as representações de corpos no ciberespaço, especificamente em acadêmicos dos cursos de Educação Física da Escola Superior de Educação Física e Fisioterapia de Goiás (ESEFFEGO). Antes de tomar uma decisão sobre a participação, é importante que você compreenda os objetivos e os procedimentos da pesquisa.

Procedimentos:

A sua participação envolverá responder a um questionário on-line com perguntas relacionadas ao uso de filtros no Instagram, à sua frequência de uso, aos tipos de filtros utilizados e às percepções sobre a influência dos filtros nas representações de corpos. Além disso, você será convidado(a) a compartilhar suas opiniões sobre a relação entre filtros, padrões de beleza e tendências corporais no Instagram.

Justificativa e objetivos:

Objetivo: analisar de que forma os filtros do Instagram usados por acadêmicas/os dos cursos de Educação Física da ESEFFEGO influenciam as representações e percepções de seus corpos no ciberespaço e quais são as suas relações com a propagação e/ou busca por alcançar os padrões de beleza socialmente legitimados. Este estudo qualitativo tem como propósito investigar as percepções de universitários matriculados nos cursos de Educação Física na ESEFFEGO quanto ao uso de filtros no Instagram e como essas percepções se

relacionam aos padrões de beleza e tendências corporais contemporâneas. A amostra consistirá em estudantes de ambos os sexos, com a coleta de dados realizada por meio de um questionário sociocultural que combina perguntas abertas e fechadas. A abordagem qualitativa permitirá uma compreensão mais profunda das experiências e perspectivas dos participantes, visando não apenas a identificação de tendências no uso de filtros, mas também a exploração das complexas relações entre o ciberespaço, a imagem corporal e as percepções de beleza nesse grupo de acadêmicos.

Riscos e Benefícios:

O estudo em questão não implica quaisquer ameaças à saúde dos participantes, especialmente no que diz respeito a avaliações ou diagnósticos, seguindo as diretrizes estabelecidas na Resolução nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde (CNS) e na Carta de Helsinque

Este estudo busca trazer à tona uma compreensão mais abrangente do fenômeno complexo da utilização de filtros em redes sociais, com foco nas experiências dos universitários de Educação Física. Espera-se que os resultados contribuam não apenas para o campo acadêmico, mas também para a promoção de diálogos sobre saúde mental e imagem corporal em um contexto digital, onde as representações pessoais são influenciadas por essas tecnologias. As considerações éticas e a obtenção do consentimento informado dos participantes são prioridades, garantindo a confidencialidade e o respeito aos direitos dos envolvidos

Confidencialidade:

Todas as informações fornecidas serão mantidas em total confidencialidade, e seu nome não será revelado de acordo com as diretrizes do Comitê de Ética em Pesquisa. Seus dados serão processados de maneira anônima e não serão compartilhados com terceiros.

Participação Voluntária:

Sua participação nesta pesquisa é voluntária, o que significa que você pode optar por não participar ou retirar seu consentimento a qualquer momento, sem qualquer penalização.

Contato:

Se você tiver alguma dúvida sobre a pesquisa ou sobre seus direitos como participante, você pode entrar em contato com os pesquisadores responsáveis, Jéssica de Moura Pereira e Ruan Caio Silva Batista Correia, pelos e-mails jessica.pereira@ueg.br ou ruancaio123.rc@gmail.com.

B *I* U    

E-mail *

E-mail válido

Seção 2 de 3

Questionário Sociocultural



Descrição (opcional)

Data de nascimento: *

Mês, dia, ano



Sexo/Gênero: *



Texto de resposta curta

Estado Civil: *

Texto de resposta curta

Período que está cursando: *

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Qual curso você está fazendo? *



Licenciatura em Educação Física

Bacharelado em Educação Física

Curso Integrado em Educação Física

Seção 3 de 3

Questões Específicas



Descrição (opcional)

Você tem uma conta no Instagram? *

- Sim.
- Não.

☰

Com que frequência você utiliza filtros nas fotos que posta no Instagram? *

- Nunca.
- Raramente.
- Às vezes.
- Frequentemente.

☰

Quais tipos de filtros você costuma utilizar? *

- Filtros que suavizam a pele.
- Filtros que alteram a cor da pele.
- Filtros que alteram a cor dos cabelos.
- Filtros que alteram a cor dos olhos.
- Filtros que alteram a cor de dentes.
- Filtros que alteram o formato do rosto.
- Filtros que alteram o formato e coloração da boca.
- Filtros que adicionam efeitos de maquiagem.
- Filtros com efeitos de rejuvenescimento.
- Outros...

Como você acredita que o uso de filtros afetam a representação do seu corpo no Instagram? *

Texto de resposta longa

.....

Você acredita que o uso de filtros no Instagram está relacionado à busca ou à conformidade com padrões de beleza socialmente legitimados? *

- Sim.
- Não.
- Não tenho certeza.

Caso a sua resposta à questão anterior tenha sido sim, e você concorde, faça uma breve descrição dos padrões de beleza socialmente legitimados que você percebe sendo propagados pelo uso dos filtros.

Texto de resposta longa

Você percebe alguma relação entre as características estéticas modificadas/produzidas pelos filtros e a propagação de padrões corporais (belos e socialmente aceitos)? *

- Sim.
- Não.
- Não tenho certeza.

Cite quais são as características estéticas/corporais que você busca apresentar quando utiliza os filtros do Instagram? *

Texto de resposta longa

Vá ao aplicativo e verifique quais são os filtros que você geralmente utiliza quando faz postagens de fotos e escreva abaixo o nome deles. *

Texto de resposta longa

Enquanto acadêmico do curso de Educação Física, você sente uma certa pressão social para adequar o seu corpo a algum padrão de beleza socialmente legitimado? *

- Sim.
- Não.
- Sim e quero justificar.

Use o espaço abaixo para justificar sua resposta à questão anterior caso tenha selecionado a opção "sim e quero justificar".

Texto de resposta longa