

Renan Gomes de Moura¹

Esculpindo *Barbies* por meio de suplementos alimentares: corpo, gênero e consumo por uma ótica Queer

Carving Barbies through food supplements: body, gender and consumption by a Queer lens

RESUMO

O corpo não é uma máquina como relata a biologia, nem objeto de pecado como afirmam algumas religiões, mas, sim, um local político onde é possível expressar o gênero, a identidade, as normas de determinadas sociedades e até mesmo a cultura. Exposto isso, o presente artigo visa a compreender como o consumo de suplementos alimentares, por parte de determinado grupo identitário *gay*, colabora com a construção da identidade dos *Barbies* através do corpo. O corpus da pesquisa foi construído através da seleção de trechos das matérias publicadas no site *Super Pride*, no ano de 2016. A seleção dos trechos foi feita de acordo com a temática proposta no presente artigo. Foi possível verificar que existem diversas estratégias que auxiliam na construção das identidades dos indivíduos e uma dessas é a comida. Esta permite que os sujeitos construam o seu "eu", em específico os *Barbies*, considerando que esses indivíduos constroem seus corpos através do "culto ao corpo", ao qual objetivam o crescimento e definição dos músculos.

Palavras-Chave: corpo; consumo; *gay*; *barbies*; teoria *queer*.

ABSTRACT

The body is not a machine as it relates to biology, nor object of sin as some religions claim, but a political place where it is possible to express the gender, identity, norms of certain societies and even culture. The aim of this article is to understand how the consumption of dietary supplements by a specific gay identity group contributes to the construction of the Barbie identity through the body. The corpus of the research was constructed through the selection of excerpts from the articles published on the Super Pride site, in the year 2016. The selection of the excerpts was done according to the theme proposed in this article. It was possible to verify that there are several strategies that help in the construction of the identities of the individuals and one of these is the food. This allows the subjects to construct their "I", specifically the Barbies, considering that these individuals construct their bodies through the "cult to the body", to which they aim at the growth and definition of the muscles.

Keywords: body; consumption; *gay*; *barbies*; queer theory.

¹ Doutorando em Administração pela Unigranrio. Mestre em Administração pela Unigranrio. Especialista em Gestão de Competências e Talentos Humanos e Administrador.
E-mail: renangmoura@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

“O que esculpimos na carne humana é uma imagem da sociedade”
Mary Douglas

O corpo não é uma máquina como relata a biologia, nem objeto de pecado como afirmam algumas religiões, mas, sim, um local político onde é possível expressar o gênero, a identidade, as normas de determinadas sociedades e até mesmo a cultura. “O corpo é o veículo do ser no mundo, e ter um corpo é, para um ser vivo, juntar-se a um meio definido, confundir-se com certos projetos e empenhar-se continuamente neles” (MERLEAU-PONTY, 1999, p. 122).

Na cultura moderno-contemporânea o corpo pode ser visto primordialmente como um meio de produção e de consumo, considerando que, através dele, é possível construir e refinar identidades e gênero através do consumo (ROCHA; RODRIGUES, 2012), pois, as formas que as pessoas consomem estão ancoradas em fundamentos sociais e culturais (OSTERGAARD; JANTZEN, 2000). Muitos indivíduos realizam intervenções em seus corpos com diversos objetivos, como remodelar, reeducar, corrigir ou, até mesmo, aperfeiçoar seguindo uma estética própria atribuída aos corpos passíveis de serem modificados (SANTOS; BANUTH; OLIVEIRA-CARDOSO, 2017). É no corpo que processos de transgressão e afirmação das normas regulatórias se expressam e se realizam, deste modo os corpos são marcados de forma simbólica, social e material, bem como pelo próprio sujeito e pelos outros (LOURO, 2016).

Rocha e Rodrigues apontam que “toda sociedade se preocupa em imprimir no corpo, fisicamente, determinadas transformações, mediante as quais o cultural se inscreve e se grava sobre o biológico” (2012, p.16), isso inclui a manifestação de feminilidades, masculinidades e embelezamento advindos através dos mais diversos estilos de vida e dos bens de consumo (ROCHA; RODRIGUES, 2012). Nesse sentido, há diversos modos pelos quais os sujeitos podem se performar (SALIH, 2015), sendo assim o ato de consumir dá aos indivíduos a possibilidade de construir identidades sociais que transgridam as barreiras sociais bem como se libertarem das normas impostas pela sociedade (CORDEIRO, 2011), pois, o consumidor pode significar inúmeras coisas para diversas pessoas (GABRIEL; LANG, 2006).

Evidencia-se ainda que os indivíduos não consomem apenas pelos significados que os produtos possuem para si e para a criação de uma identidade, mas também pela forma de como esse consumo cria significado para os outros e possibilita estes a praticarem atos sociais e culturais, implicando assim em questões que esbarram na “normatividade” bem como no desvio desta (OSTERGAARD; JANTZEN, 2000). Nesse contexto, faz sentido atribuir significado à alimentação nas questões referentes ao gênero, pois, esta tem servido de ferramenta estratégica que possibilita as transformações no corpo. Posto isso, é possível compreender a alimentação como um processo generificado, ou seja, que corrobora com as questões atreladas ao gênero (SANTOS; BANUTH; OLIVEIRA-CARDOSO, 2017), considerando que o alimento não se resume no valor de um produto, mas, sim, em algo além, considerando que

a sua importância simbólica permite a construção de um estilo de vida específico (BAUMAN; MAY, 2010).

Dentro do universo *Queer* surgiram membros com novas imagens identitárias, podendo destacar aqueles denominados de *Barbies* (PEREIRA; AYROSA, 2012), que são sujeitos que possuem uma aparência viril e buscam exibir um corpo musculoso, sem pelos e com os músculos definidos, considerado por esses como um corpo perfeito (FRANÇA, 2007). Para atingir esse corpo, muitos *gays* são incentivados a adotarem comportamentos alimentares de risco, como a restrição de ingestão de determinadas comidas ou, até mesmo, o uso de suplementos alimentares (YELLAND; TIGGEMANN, 2003). Sendo assim questiona-se: como o consumo de suplementos alimentares colabora com a construção da identidade dos *Barbies* através do corpo? Exposto isso, o presente artigo visa a compreender como o consumo de suplementos alimentares colabora com a construção da identidade dos *gays Barbie*s por meio das modificações no corpo.

A temática abordada no presente artigo é vista à luz da Teoria *Queer*, por ser essa um paradigma que tem dedicado uma atenção considerável à importância que os corpos assumem na construção das subjetividades (LOURO, 2016; SANTOS; BANUTH; OLIVEIRA-CARDOSO, 2017), pois, na *Queer Theory* “o corpo é uma significação de superfície que contesta e desloca a própria distinção interno/externo, a imagem de um espaço psíquico interno inscrito sobre o corpo como significação social que renuncia e perpetua a si mesma” (BUTLER, 2016, p.233). Ressalta-se que “*queer* adquire todo o seu poder precisamente através da invocação reiterada que o relaciona com acusações, patologias e insultos” (BUTLER, 2002, p. 58), considerando que modificações no corpo são, em termos sociais, desfavoravelmente transformadas em estigma a qual a diferença resulta em contestações (LÊ BRETON, 2007). Portanto, nesse artigo não considera o corpo do ponto de vista biológico nem na perspectiva da heteronormatividade, pois, os indivíduos *queer* se posicionam de forma contrária à essas normas (LOURO, 2016).

No que tange à perspectiva teórica sobre consumo, reconhecem-se as diferentes tradições existentes em pesquisa sobre consumo, tais como Comportamento do Comprador, Comportamento do Consumidor e Pesquisa do Consumidor (OSTERGAARD; JANTZEN, 2000), dito isso, evidencia-se que este artigo está ancorado nos Estudos de Consumo, pois, nessa tradição, o cerne da pesquisa é a cultura do consumidor, em geral, e o consumo é tido como um ato social e cultural, pelo qual as formas que os indivíduos agem são inevitavelmente moldadas pelas regras e convenções da cultura e das rotinas de interação com a sociedade (OSTERGAARD; JANTZEN, 2000). Exposto isso, faz sentido abordar em conjunto a Teoria *Queer* e os Estudos de consumo, pois, essa conjugação permite maior compreensão das diversas formas pelas quais o consumo está ligado às identidades plurais das pessoas, desde a criação de subculturas até identidades homossexuais (TRENTMANN, 2004).

2 CORPO E CONSUMO COMO MARCADORES DA IDENTIDADE

As representações dos corpos podem ser entendidas como as representações dos indivíduos, sendo os corpos uma construção social que possui realidades diferentes para cada sociedade (DEL PRIORI, 1995; MAUSS, 2003; LÊ BRETON, 2007; CONNELL, 2016), e este é regulado e administrado como um patrimônio, sendo manipulado como um dos múltiplos significantes de estatuto social (BAUDRILLARD, 2007), pois “o corpo é o primeiro e o mais natural instrumento do homem” (MAUSS, 2003, p.407). Nas sociedades ocidentais o corpo é tido como o signo indivíduo sendo o lugar em que se manifestam as diferenças, evidenciando que a condição humana é uma condição corporal, portanto, os indivíduos são indiscerníveis dos corpos que lhes dão sensibilidade bem como um conjunto de significados que os possibilitam de serem no mundo (LÊ BRETON, 2011).

Nesse sentido Bourdieu (2007, p.165) relata que “é preciso um corpo para existir no mundo, para ser incluído no mundo, mas segundo um modo de inclusão irreductível à simples inclusão material e espacial” e Mauss (2003) observa ainda que o corpo não pode ser visto como uma mera máquina biológica, pois este é um local em que se espelham as diversas formas de sociabilidade e, conseqüentemente, a vida social da comunidade ao qual está inserido, de modo que não se componha apenas de elementos biológicos, mas é também uma construção social. Mediante isso, é interessante evidenciar que o homem constrói seu corpo a partir das condições sociais dadas.

Contudo, Malysse (2007) observa que, ao modificarem as formas de seus corpos, os indivíduos tentam controlar tudo que foge aos seus controles na vida social, arquitetando assim um modelo que os personifiquem e com o qual se identifiquem. É importante evidenciar que dentro de um contexto social o corpo é submetido a uma gestão social, sendo assim, ele obedece às regras, rituais de interação e encaixes cotidianas (CERTEAU, 1982; DAOLIO, 2007), contudo, é importante ressaltar que “o corpo não é incorporação de uma simbólica petrificada, mas de uma simbólica viva, que se inscreve numa ligação permanente com o futuro desta ordem aproximativa e sempre em mudança que é uma sociedade” (LÊ BRETON, 1982, p. 231, tradução nossa). Nesse contexto, o corpo ocupa um lugar de destaque na sociedade do consumo, já que é influenciado e demarcado pelo ato de consumir (DAOLIO, 2007).

Nosso sucesso é medido como quão bem-estamos fazendo como consumidores, e o consumo não é apenas um meio de satisfazer necessidades, mas permeia nossas relações sociais, identidades, percepções e imagens (GABRIEL; LANG, 2006). Nessa mesma linha de pensamento, Cordeiro (2011) relata que não se deve apenas enxergar o consumo como uma atividade que permite a aquisição de algo, mas também como uma libertação de diversas normas impostas pelas instituições “modernas”, pois o ato de consumir se constitui de uma atividade que permite os indivíduos escolherem como construir suas identidades sociais que acabam por transgredir as barreiras entre as classes sociais, pois “através de regras e práticas consideradas banais (normas de alimentação, hábitos de higiene, modos de vestir, formas de lazer), convertidas em atividades habituais, é que a cultura [...] se faz corpo”. (BOURDIEU,

1977, p.94). Os consumidores são coprodutores de desejo, identidade e participantes ativos na auto sedução do consumidor (BELK, 2004).

Giddens (2002, p.74) observa que “o eu é visto como um projeto reflexivo, pelo qual o indivíduo é responsável”, sendo assim é possível compreender que somos o que fazemos de nós, ou seja, o que uma pessoa se torna depende das ações nas quais se envolve, no processo de escolha, quanto ao que deve ou não fazer. Sendo assim, “experimentar o corpo é uma maneira de tornar coerente o eu na totalidade integrada, uma maneira do indivíduo dizer ‘é aqui que vivo” (GIDDENS, 2002, p.76). Afinal, na contemporaneidade tem se tornado comum “vender uma identidade a vários mercados sociais de modo a ter relações íntimas, posição social, emprego e carreira” (SLATER, 2002, p.87). Hall (1998) salienta que o consumismo global permite que os indivíduos criem identidades partilhadas entre consumidores que comungam para aquisição dos mesmos serviços, bens, etc., pois passa a mesma mensagem e imagem para todos, mesmo que estejam longes geograficamente e temporalmente distantes. É através do consumo que os consumidores assumem uma identidade plural, deixando para trás a identidade estável (BAUMAN, 1997).

3 TEORIA QUEER, PERFORMATIVIDADE, IDENTIDADE DE GÊNERO E OS BARBIES

A Teoria *Queer* se constitui mais em uma questão que visa a explicar a representação ou expressão de uma minoria de sujeitos homossexuais do que uma análise da figura do homossexual heteronormativo como um regime de poder que amolda os desejos e ordenações dos comportamentos, das instituições e relações sociais, ou seja, a constituição do *self* e da sociedade (SEIDMAN, 1995). As teóricas e os teóricos *queer* sugerem uma política pós-identitária bem como uma nova teoria, pois “a teoria *queer* permite pensar a ambiguidade, a multiplicidade e a fluidez das identidades sexuais e de gênero, mas, além disso, também sugere novas formas de pensar a cultura, o conhecimento, o poder e a educação” (LOURO, 2001, p.550).

O termo *queer* surge como uma interpelação que suscita a questão do *status* de força e oposição, de estabilidade e variabilidade, dentro da performatividade. *Queer* deriva sua força precisamente através da repetida invocação pela qual se tornou obrigado a acusação, patologização, insulto. Esta é uma invocação pela qual um vínculo social entre as comunidades homofóbicas se formam através do tempo. Nesse sentido, *queers* passaram a ser aqueles que resistem ou se opõem à sanção social hegemônica (BUTLER, 1993). Essa teoria é uma “forma particular de leitura cultural e codificação textual capaz de criar espaço para categorias não convencionais como homo, hétero, bi e transexuais” (DOTY, 2000, p.4). Souza (2017, p.312), observa que “a teoria *queer* é uma abordagem construcionista social que desafia os entendimentos essencialistas e universalistas de identidade, enfatizando a sexualidade, e qualquer outra forma de identidade, como um princípio organizador”. Bulter (1999, p.154) relata que na Teoria *Queer* “os corpos não se conformam, nunca, completamente, às normas pelas quais sua materialização é imposta”.

Giddens (2002), afirma que na construção da identidade experimentar o corpo é uma das formas de dar coerência ao eu como um conjunto, sendo essa uma forma do indivíduo se demarcar, pois o corpo é um mecanismo que possibilita a construção de um eu diferenciado, em outras palavras, pode-se entender como a construção de identidades diferenciadas. Hall (1998) observa que na pós-modernidade as identidades que se norteavam ou regulavam o mundo social estão em declínio, ou seja, estão perdendo sua força e como consequência surgem novas identidades que fragmentam cada vez mais os indivíduos modernos que até então eram vistos como sujeitos unificados.

Nos ambientes pós-tradicionais da alta modernidade, nem a aparência nem a postura podem ser consideradas definitivas; o corpo participa de maneira muito direta do princípio de que o eu deve ser construído. Regimes corporais, que também se referem diretamente aos padrões de sensualidade, são o meio principal pelo qual a *reflexividade* institucional da vida social moderna se centra no cultivo - quase se poderia dizer na criação - do corpo (GIDDENS, 2002, p.96).

Vale salientar que “não há identidade de gênero por trás das expressões de gênero, essa identidade é performativamente constituída pelas próprias “expressões” que são ditas como seus resultados” (BUTLER, 2004, p.57). Butler (2016) expõe que a performatividade considera o gênero como um “ato” corporal, sendo ele intencional bem como performativo, onde sugere uma construção contingente e dramática de sentido. Contudo, não há identidades de gênero preexistente, ao qual não há atos de gêneros que possam ser considerados verdadeiros ou falsos, distorcidos ou reais, e postular uma identidade de gênero como verdadeira pode se revelar uma ficção reguladora (BUTLER, 2016). A autora afirma ainda que:

O corpo postulado como prévio ao signo é sempre postulado ou significado como prévio. Essa significação funciona mediante a produção de um efeito de seu próprio procedimento, o corpo que ela todavia e simultaneamente afirma descobrir como aquilo que precede a significação. Se o corpo significado como prévio à significação é um efeito da significação, então o estatuto mimético ou representativo da linguagem, que afirma que o signo segue os corpos como seus espelhos necessários, não é de forma alguma mimético; ao contrário, é produtivo, constitutivo, pode-se até dizer performativo, visto que esse ato de significação produz o corpo que então afirma encontrar antes de qualquer significação (BUTLER, 1998, p.38-39).

Sendo assim, entende-se que, num ato performativo, o sujeito instala um efeito de gênero, não como quem apenas o descreve (escreve, inscreve) para o outro, mas, ao mesmo tempo e principalmente, como quem o interpreta para o outro e lembra o outro/para o outro/para si. Nesse contexto, existem sujeitos que refletem essa relação entre gênero, corpo performatividade e Teoria *Queer*, que, no universo *gay*, são chamados de *Barbies*.

Esses sujeitos são assim chamados - “*Barbies*” - em alusão à boneca do mesmo nome, porque este grupo tem quase uma obsessão na modelagem corporal, através de exercícios físicos e treino, obtendo um tórax desenvolvido, mantendo linhas e

medidas harmônicas com cintura e membros inferiores. Este grupo tem preferência em relação ao seu próprio grupo (CROCCO et al, 2006). Pereira (2004) aponta ainda que os *Barbies*, através de reivindicação de signos atrelados a hipermasculinidade, continuam a ser uma paródia do masculino. Esses sujeitos possuem o corpo “bombado” devido às horas destinadas às práticas de exercícios físicos em academias. Devido ao seu desenvolvimento muscular, esses sujeitos, normalmente, se vestem com roupas que valorizam seus corpos e que permitem enaltecer seus músculos, como roupas justas (PEREIRA, 2004).

Os *Barbies* representam “os reflexos da supervalorização da força física e da masculinidade são extremamente presentes no panorama homossexual” (SIMÕES JR, 2003, p. 68). Acrescentando à afirmação exposta, Pereira e Ayrosa (2012), através de suas pesquisas, desvelaram que para ter o corpo perfeito, um ideal estético no universo dos *Barbies*, muitos *gays* passam a consumir vários serviços e produtos relacionados à estética e à transformação do corpo, como frequentar academias e ir à nutricionista, pois essas são atitudes que corroboram para aquisição de uma nova identidade. Sendo assim pode-se inferir que uma comida/alimentação também é uma estratégia que auxilia na construção de identidades *gays*.

4 FABRICANDO UM BARBIE: CORPO E ALIMENTO

Embora as preocupações com a imagem do corpo tenham sido tradicionalmente associadas às mulheres, teóricos passaram a pressupor que homens também pudessem ser um grupo que possui insatisfação com o corpo e, por consequência, desenvolvem uma alimentação desordenada para atingir o corpo “perfeito”, contudo os homens *gays* tendem a ser mais vulneráveis devido as preocupações com a imagem corporal, o que pode acarretar em desenvolvimento de transtornos alimentares devido essa vulnerabilidade (YELLAND; TIGGEMANN, 2003). Antes de abordar questões referentes ao corpo e aos suplementos, vale evidenciar o que se entende como suplemento alimentar. Segundo Lancha Jr (2008), a suplementação alimentar consiste no consumo pontual de determinados nutrientes com o intuito de alcançar determinados efeitos, ao qual, o consumidor a ingere cotidianamente, de forma exagerada, diversos nutrientes. Por definição, suplementos nutricionais “são alimentos que servem para complementar com calorias e/ou nutrientes a dieta diária de uma pessoa saudável, nos casos em que sua ingestão, a partir da alimentação, seja insuficiente ou quando a dieta requer suplementação” (Resolução CFN nº 380/2005).

Porém, anterior à relação entre a identidade dos *Barbies* e o consumo de suplementos alimentares com o objetivo de mudanças corpóreas, há, de forma generalizada, uma relação entre alimentação e constituição de identidade social. Nesse contexto, Maciel (2002) observa que as identidades sociais e culturais se relacionam com a alimentação, uma vez que estas se constituem de espaços que proporcionam a aprendizagem de determinados processos, ao qual diversos grupos sociais marcam suas distinções, se reconhecem e se veem reconhecidos, ou seja, as maneiras pelas quais os indivíduos constroem suas identidades sociais. Lifschitz (1995) observa que

as identidades sociais também devem ser vistas como alimentares, pois cada vez mais os hábitos alimentares estão evidenciando as diferenças sociais da constituição do “eu”, ou seja, cada vez mais estão servindo como marcadores da identidade que estabelecem os recortes sociais de distinção entre o eu e o outro. Nessa mesma linha de pensamento, Mintz (2001, p.31) relata que “o comportamento relativo à comida se liga diretamente ao sentido de nós mesmos e à nossa identidade social”.

A comida não se resume em substâncias alimentares, pois a comida é um estilo e um modo de se alimentar, ao qual a maneira que se come não define somente o que é ingerido, mas também aquele que consome (DAMATA, 1986), sendo assim, a comida se torna “um vetor de comunicação, um código complexo que permite compreender os mecanismos da sociedade à qual pertence, da qual emerge e lhe dá sentido” (MACIEL, 2004, p.26). Nessa mesma linha de pensamento, Fischler (1988) observa que a alimentação é fundamental para o nosso senso de identidade e a forma como um determinado grupo humano come ajuda a afirmar sua diversidade, hierarquia e organização e, ao mesmo tempo, tanto a unidade quanto a alteridade de quem come diferente. A alimentação também é central para a identidade individual, à medida que qualquer indivíduo humano é construído, biologicamente, psicologicamente e socialmente pelos alimentos que ele escolhe para incorporar (FISCHLER, 1988).

Dentro desse contexto pode-se inferir que a alimentação é uma ponte entre identidade e corpo, ao qual Santos, Banuth, Oliveira-Cardoso (2017) afirma que as práticas alimentares aliadas às atividades físicas fazem parte do culto ao corpo ou do autocuidado. Essas práticas são muito comuns dentro da população *gay*, ao qual os homens homossexuais possuem um desejo adicional e, possivelmente, mesmo contraditório de alcançar o padrão muscular do ideal masculino e que serão ainda mais prováveis do que os homens heterossexuais se envolverem em atividades destinadas a aumentar a musculatura, como o exercício e uso de suplementos dietéticos ou esteroides (YELLAND; TIGGEMANN, 2003).

Como já evidenciado, os *gays* que se preocupam em hipertrofiar seus corpos através do culto ao corpo são conhecidos como *Barbies*, ou seja, os cuidados com o corpo são comuns para esse tipo identitário de *gay*, pois, estes valorizam a hiper-masculinidade, ao qual o corpo é construído e negociado de acordo com a cultura do universo *gay*, e, ao mesmo tempo, expressam a homossexualidade de forma que cinicamente brinca com a heterossexualidade (PEREIRA, AYROSA, 2010). Esses *gays* não estão apenas mais insatisfeitos com seus corpos em um nível geral, mas especificamente são menos satisfeitos com sua musculatura, sendo assim são envolvidos em mais esforços para alcançar músculos maiores e são mais propensos a usar suplementos alimentares (KAMINSKI et al, 2005).

As estratégias utilizadas para construção dos corpos musculosos e atléticos dessa identidade *gay* não costumam diferir daquelas utilizadas por homens heterossexuais, embora os homens *gays* são mais propensos do que os homens heterossexuais a experimentar uma imagem corporal fraca e sintomatologia relacionada com transtornos alimentares (KAMINSKI et al, 2005). Estes indivíduos, muitas vezes,

“utilizam suplementos alimentares como *whey protein*, *maltodextrina*, BCAA, creatina e glutamina de modo a potencializar seu desempenho físico” (JESUS, 2016, p.2). Contudo, o uso de suplementos alimentares transcende a sua função inicial, ou seja, deixa de ser uma forma de nutrição corporal que tem por objetivo satisfazer às necessidades fisiológicas (FERNANDES, 2015), para ser mais um meio pelo qual se marcam as identidades que são norteadas pelo modelo de masculinidade hegemônica, no qual a influência e o poder do homem na sociedade desvelam-se associados a um padrão corporal viril e másculo, sendo assim os suplementos alimentares apresentam-se como elementos que objetivam atingir altos desempenhos, bem como formas físicas consideradas ideais por homens *fitness* (JESUS, 2016) que, dotados de visibilidade e não raramente autoridade nessa área, cultuam e propagam produtos relacionados aos seus estilos de vida (JESUS, 2016).

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a construção do corpus da pesquisa, partiu-se do pressuposto que as matérias postadas no site selecionado eram destinadas a um grupo identitário *gay* denominado de *Barbies*, pois esse é o grupo *gay* identitário que possui a construção de sua identidade marcada pelo culto ao corpo, através do qual busca exhibir corpos fisicamente “esculpidos”. Dito isso, o corpus da pesquisa foi montado a partir dos textos publicados no sítio *web Super Pride*. A escolha desse site deve-se ao fato de que esse, em termos de posicionamento global de acesso, está ranqueado em 75.097, em nível nacional, também por quantidade de acesso, está posicionado em 3.587 (com previsão de subir no rank) e seu rank comparado a outros sites brasileiros de notícias da comunidade LGBTQ+ é de 1.592, possuindo em média um milhão e duzentos de acessos por mês, considerando o período de maio a outubro, como mostra a figura 01. As matérias selecionadas para compor o corpus da pesquisa são de autoria de Nelson Sheepo, um homem *gay* e *youtuber*, dono do canal “Põe na Roda”, por isso possui milhares de seguidores, sendo assim é um sujeito influente no mundo LGBTQ+.

No que tange a produção do corpus da pesquisa esse foi construído a partir de três matérias relacionadas à alimentação e à academia – localizadas na seção *fitness*. Foram coletados os textos publicados bem como as imagens que ilustravam o mesmo. Sendo assim, o método de análise consistiu na Análise do Discurso. A escolha desse método de análise deve-se ao fato de que esse não trata especificamente da língua nem da gramática, mas do discurso que pode ser entendido como um movimento, uma “prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando” (ORLANDI, 2005, p.15).

A análise do corpus de pesquisa baseou-se na polifonia e policromia. A polifonia pressupõe que todo texto traz em seu cerne uma voz plural que pode ser atribuída a diferentes locutores ou a diferentes enunciadores, quando se atesta que o locutor pode se inscrever no texto a partir de diferentes perspectivas ideológicas (DUCROT et al, 1980), produzindo assim heterogeneidade(s) enunciativa(s) (AUTHIER, 1990) e a “Análise do Discurso tem como meta pontuar essas heterogeneidades” (SOUZA,

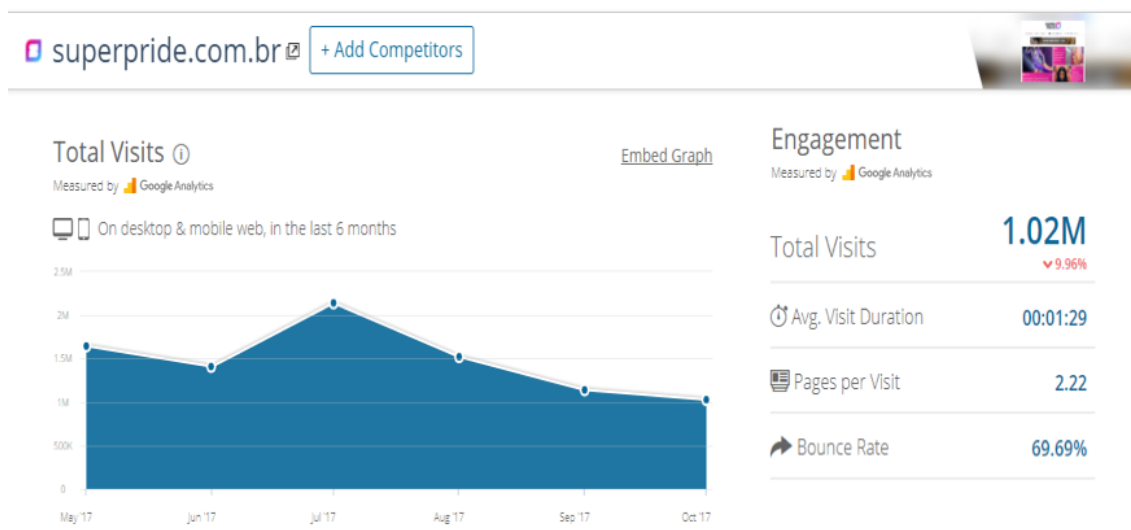


Figura 01: Número de acessos mensais
Fonte: Similar Web (2017)

1998, p.8). Já a “policromia recobre o jogo de imagens e cores, no caso, elementos constitutivos da linguagem não-verbal, permitindo, assim, caminhar na análise do discurso do não-verbal” (SOUZA, 1998, p.8). A autora relata ainda que a policromia revela a imagem em sua natureza heterogênea, ou seja, como o conjunto de heterogeneidades que, ao possuírem uma correlação entre si, emprestam à imagem a sua identidade. O corpus da pesquisa foi construído através da seleção de trechos das matérias publicadas no site *Super Pride* no ano de 2016. A seleção dos trechos foi feita de acordo com a temática proposta no presente artigo.

6 DEMONSTRAÇÃO E DISCUSSÃO DO CORPUS DA PESQUISA

Os trechos que compõem o corpus dessa pesquisa são referentes às matérias que possuem o objetivo de mostrar a alimentação adequada para construção de um corpo fisicamente definido. É importante evidenciar que as construções desses corpos são referentes a um grupo identitário *gay* conhecido por *Barbies*, pois parte do pressuposto que, por se tratar de um site voltado para o público *gay*, as matérias publicadas são destinadas a esse público.

A matéria tem o intuito de passar informações que auxiliem na construção de um corpo perfeito através do ganho de massa muscular. Em um dos trechos da matéria o escritor afirma que:

Não adianta fazer um treino específico na academia, por exemplo, se a alimentação não for equilibrada e com os ingredientes certos. Por outro lado, também a dieta sozinha, sem a prática de exercícios, não trará bons resultados. O ideal é adotar uma mudança completa, tanto na alimentação quanto nas atividades físicas (Sheep).

Matéria: Esse é o segredo da dieta ideal para ganhar massa muscular



Figura 02: Ganhando Massa Muscular
Fonte: *Super Pride*

O fragmento discursivo exposto evidencia que o treino físico não é o suficiente para aquisição do corpo considerado “perfeito”, pois, além do treino, é necessário que haja uma alimentação adequada. No fragmento discursivo anterior é possível perceber que há uma indução aqueles que querem “construir” um corpo “perfeito” a mudar completamente seus hábitos alimentares e atividades físicas. Sendo assim, entende-se que mesmo aqueles que pratiquem atividades físicas devem intensificar seus treinos ainda mais, pois só assim alcançarão a massa muscular desejável. Outro ponto trata-se da mudança na alimentação, embora o fragmento discursivo não mostre quais mudanças seriam, infere-se que essas devam ser tão radicais quanto a mudança nos treinos.

Nesse contexto, a imagem utilizada para ilustrar a matéria mostra um homem seminu, sem pelos e exibindo músculos definidos e aparentemente comendo uma porção bem pequena de salada. Em diálogo com o texto, as mudanças alimentares podem estar associadas a comer/trocar os alimentos por saladas e essas devem ser consumidas em pouca quantidade. Porém outro fator que expressa essa necessidade de comer saladas para a construção do corpo perfeito encontra-se ao fundo da imagem, na qual é possível observar que na cozinha só tem um alimento: a alface.

Outro fragmento discursivo no texto, exposto no site, consiste em:

“outro componente que ajuda na dieta é a suplementação. Os suplementos alimentares possuem uma grande quantidade de proteína, de forma mais concentrada que nos alimentos, facilitando a absorção do nutriente pelo organismo” (Sheep).

No fragmento discursivo anterior fica evidente a adoção de uma rígida dieta e posteriormente é apresentado o discurso que os suplementos são um auxílio na construção do corpo, ao qual esses dão a entender que fazem parte da dieta. Ou seja, os suplementos são partes de uma alimentação que auxiliam na construção do corpo, ao qual essa dieta pode ser composta de verduras e suplementos alimenta-

res, pois são de fácil absorção pelo organismo.

Matéria: **Acredite se quiser, mas crise econômica faz os homens ficarem mais sarados**



Figura 03: Ficando Sarado
Fonte: *Super Pride*

Embora a matéria não tenha como objetivo principal falar sobre a construção do corpo através dos alimentos, ela aborda as questões relacionadas ao corpo e economia, em alguns trechos ficam evidentes a relação entre construção do corpo, uso de suplementos e identidade. Um dos fragmentos discursivos relata que:

“a lógica por trás desse comportamento é a da autoafirmação. Se as coisas não vão bem, e é difícil ganhar muito dinheiro ou se destacar por meios “intelectuais”, resta aos homens se matricular na academia para ganhar destaque” (Sheep).

Através desse fragmento é possível compreender que os corpos, em específico aqueles resultantes de intensos treinos acadêmicos, são uma expressão da identidade, uma forma de se localizar e posicionar no mundo. Nesse sentido corpo possui um “lugar de destaque” na performatividade do gênero, considerando que esse sujeito instala um efeito de gênero, não como quem apenas o descreve/escreve/inscreve para o outro, mas, principalmente, como quem o interpreta para o outro e lembra o outro/para o outro/para si.

Um dos aspectos mais interessantes é essa mudança de poder de um segmento da sociedade que sempre se definiu por meio de sua mente, ao mesmo tempo em que definia aqueles que subordinava – as mulheres, os pobres e as camadas populares – por meio de seus corpos. Em outras palavras, pela primeira vez, as elites estão mais preocupadas com a aparência – exatamente a maneira como eram valorizados os setores menos favorecidos da sociedade (as mulheres, os gays e os mais pobres) (Sheep).

Por meio dos dois fragmentos discursivos expostos anteriormente é possível

compreender que o corpo, fisicamente definido, passa a ser uma característica de compensação quando outras faltam ao sujeito, como inteligência. Atualmente, de acordo com o fragmento anterior, as representações dos corpos podem ser entendidas como as representações dos indivíduos, sendo os corpos construções sociais que possuem realidades diferentes para cada sociedade.

Uma pesquisa mostrou que a venda de suplementos alimentares – aqueles usados para ganhar massa muscular – aumentaram em 40% nos últimos 2 anos, de acordo com balanços feitos nas 10 maiores redes de supermercado. O negócio está feito. Ou bonito. Ou mais bonito, pelo menos (Sheep).

O fragmento discursivo anterior evidencia que a construção do corpo perfeito está fortemente vinculada ao consumo de suplementos alimentares e para evidenciar isso o autor da matéria faz referência à uma pesquisa realizada que mostra um aumento considerável do uso de suplementos. Contudo, o uso não é apenas para aumentar a massa muscular, mas, sim, para ficar “mais bonito”, ou seja, há uma relação entre corpo, suplemento alimentar e beleza. Outro fator interessante consiste na imagem usada para ilustrar a matéria ao qual utilizou de duas imagens de homens com o peitoral a mostra e sem pelos corporais, fortalecendo assim a relação entre o consumo de suplementos alimentares e corpos fisicamente definidos, corpo esse que “marca” a identidade dos *gays* nomeados como *Barbies*. Ainda é possível perceber na imagem a valorização do corpo com músculos definidos, considerando que os homens, em ambas as imagens, estão tirando um *self* e para isso fazem poses que evidenciam e valorizam seus músculos definidos.

Matéria: Os segredos para seus músculos crescerem mais após a musculação



Figura 04: Segredos Pós-Musculação
Fonte: *Super Pride*

A última matéria selecionada para retirar fragmentos discursivos para compor o corpus da pesquisa possuía o objetivo de expor dicas para crescimento dos músculos. Uma das dicas utilizadas abarcava questões de alimentação como mostra o fragmento discursivo a seguir:

Os carboidratos atuam diretamente na regeneração muscular e as proteínas são muito importantes para estrutura muscular. Portanto, combinar esses nutrientes é uma boa pedida após o treino. Aposte em shakes e barrinhas ricas nesses nutrientes. Esses componentes precisam ser ingeridos até duas horas após a atividade, preferencialmente com orientação de uma nutricionista – a dica profissional ajuda a combinar doses certas de nutrientes, evitando sobrepeso e falta de nutrientes (Sheep).

O presente fragmento discursivo reforça o que já foi exposto nos demais: a utilização de suplementos alimentares como fonte de construção do corpo. Ao utilizar a palavra “aposte” torna-se possível desvelar que barrinhas ou shakes podem ser suplementos alimentares que garantam antecipadamente o sucesso na construção do corpo fisicamente definido e musculoso. A imagem escolhida para ilustrar a matéria consiste em um corpo musculoso coberto por uma camisa, porém essa está “justa” no corpo evidenciando assim o peitoral musculoso, sendo esse tipo de roupa utilizado pelos *Barbies*. Pode inferir que o uso da camisa verde seja uma indução à saúde, ou seja, que esses alimentos, além de colaborarem com a construção do corpo, são benéficos à saúde.

7 ANÁLISE DO CORPUS DA PESQUISA

Através das imagens e dos textos, foi possível verificar que os *Barbies* são indivíduos que possuem o corpo definido e sem pelos, porém, esses corpos se diferem daqueles indivíduos que buscam a hipertrofia, considerando que esses últimos possuem um volume corporal bem maior, enquanto os primeiros possuem corpos “magros”, contudo, extremamente definido e essa definição de Barbie dialoga com aquela exposta por Simões Jr. (2003) que afirma que esse grupo identitário representa o supervalorização da masculinidade e da força física e para expor esses corpos, muitas das vezes, utilizam roupas apertadas como já evidenciado por Pereira (2004) e Pereira e Ayrosa (2010) ao qual expõem que, em consequência do seu desenvolvimento muscular, esses sujeitos, normalmente, se vestem com roupas que valorizam seus corpos, o que permite evidenciar seus músculos e valorizar a hiper masculinidade.

Através do corpus da pesquisa, identificou-se que para cada sociedade o corpo possui um significado diferente e tal fato já foi exposto por Del Priori (1995), Mauss (2003), Lê Breton (2007) e Connell (2016), ao qual relatam que as representações dadas aos corpos podem ser entendidas como as representações dos indivíduos, sendo esses corpos uma construção social que possuem realidades e significados diferentes para cada sociedade. No que tange ao corpo, este, além de possuir significados diferentes para cada sociedade, não só pode como é um marcador de identidade.

Para os *gays* considerados *Barbies* ter o corpo fisicamente definido é uma questão de autoafirmação, é um demarcador de identidade dialogando assim com o pensamento de Giddens (2002), ao qual afirma que na construção da identidade experimentar o corpo é uma das formas que se dá coerência ao eu, sendo essa uma das formas do indivíduo se construir e demarcar, essa questão também cria um diálogo com o pensamento de Fischler (1988) ao observar que a alimentação ocupa um papel central para a identidade individual dos sujeitos, pois, o indivíduo é constru-

ído, biologicamente, psicologicamente e socialmente por meio dos alimentos que ele consome. Sendo o consumo não apenas um meio de satisfazer as necessidades, mas também de construir identidades, como já apontado por Gabriel e Lang (2006).

Foi possível compreender ainda que os suplementos alimentares são comidas fortemente indicados para esse grupo identitário para a construção de um corpo com músculos definidos como foi evidenciado também por Kaminski et al (2005). Outro fato observado foi a indicação de mudanças radicais na alimentação para conseguir ter o “corpo perfeito”. Nesse sentido, Kaminski et al (2005) e Yelland e Tiggemann (2003) observam que *gays* estão mais propensos a se submeterem à transtornos alimentares para conseguirem corpos altamente definidos. Muitas vezes esses “transtornos” se resumem na utilização de *whey protein*, *maltodextrina*, como já foi observado por Jesus (2016). Porém, o uso de suplementos alimentares ultrapassa suas funções iniciais, pois passa a ser uma estratégia da construção de um corpo que marca a identidade dos *Barbies*. Nesse contexto, Fernandes (2015) já observou que suplementos alimentares transcendem suas funções iniciais que são satisfazer necessidades fisiológicas. Outro ponto observado foi que os suplementos estão ligados ao culto, à beleza, como foi exposto em uma das matérias, ou seja, os suplementos alimentares, para os *Barbies*, também são estratégias para a construção da beleza.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Primero, julga-se necessário retomar nesta seção o problema e o objetivo exposto na introdução, esses consistiram, respectivamente em: qual a relação do consumo de suplementos alimentares com a construção dos corpos e identidades dos *Barbies*? Exposto isso, o presente artigo visa a compreender como o consumo de suplementos alimentares colabora na construção da identidade dos *Barbie* através do corpo.

A maioria dos homens, especialmente os *gays* classificados como *Barbies*, quer alcançar um corpo musculoso e atrativo. Para isso, umas das formas encontradas para alcançar o corpo “perfeito” é através do uso de suplementos alimentares de construção muscular. Através do que foi exposto, pode-se considerar que esses indivíduos usam suplementos de construção de músculo por acharem que esses suplementos irão melhorar suas habilidades atléticas bem como suas aparências físicas.

Neste artigo foi possível verificar que existem diversas estratégias que auxiliam na construção das identidades dos indivíduos e uma dessas é a comida. Esta permite que os sujeitos construam o seu “eu”, em específico os *Barbies*, considerando que esses indivíduos constroem seus corpos através do “culto ao corpo”, ao qual objetivam o crescimento e definição dos músculos. Para isso, esse grupo *gay*, muitas das vezes, recorre a suplementos alimentares para auxiliar na construção do corpo perfeito, e esse corpo pode ser considerado como o “símbolo” da identidade *gay* desse subgrupo denominado de *Barbies*. A alimentação é obviamente complexa, pois combina pelo menos duas dimensões diferentes, a primeira passa do biológico para o cultural, da função nutricional à função simbólica; e a segunda liga o indi-

víduo ao coletivo, o psicológico ao social. Sendo assim, a comida tem significados simbólicos com base em associação com outras experiências significativas. Logo o vínculo entre comida e identidade é algo que não deve ser negligenciado.

Infere-se que esses indivíduos, em sua maioria, possuem uma aparência física muito próximo do que a sociedade considera como pertencente a um homem heterossexual, pois, reforça traços da masculinidade hegemônica tais como força e virilidade. Por que esses indivíduos buscam parecer com homens heterossexuais? Existe uma conscientização dos efeitos negativos à saúde a longo tempo devido ao uso de suplementos alimentares? Qual sentido, além de auxiliar na construção identitária, os suplementos alimentares possuem para os *Barbies*?

Exposto isso, ressalta-se que o objetivo proposto no presente artigo foi alcançado parcialmente, pois existem ainda muitos fatos existentes na relação entre corpo, identidade, gênero e suplementos alimentares a serem desvelados. Para pesquisas futuras, recomendam-se temáticas que busquem identificar como os suplementos podem se relacionar a uma construção de corpo valorizado pela dominação masculina, verificar quais efeitos os suplementos alimentares podem causar devido ao uso por longo período, ou até mesmo compreender como que ocorre o consumo simbólico dessas categorias de alimentos.

REFERÊNCIAS

- AUTHIER, J. Heterogeneidades enunciativas. Cadernos de Estudos Linguísticos, n.19, jul/dez, 1990.
- BAUDRILLARD, Jean. A Sociedade de Consumo. Portugal: EDIÇÕES 70, 2007.
- BELK, Russel W. 'The Human Consequences of Consumer Culture'. In: EKSTRÖM, K.M; BREMBECK, H. Elusive Consumption, London: Oxford, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. Ética pós-moderna. São Paulo, Paulus, 1997.
- BAUMAN, Zygmunt; MAY, Tim. Aprendendo a pensar com a Sociologia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.
- BOURDIEU, Pierre. Outline of a Theory of Practice. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.
- BOURDIEU, P. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo, Edusp; Porto Alegre, Zouk. 2007.
- BRASIL. RESOLUÇÃO CFN N° 380/2005. Dispõe sobre a definição das áreas de atuação do nutricionista e suas atribuições, estabelece parâmetros numéricos de referência, por área de atuação, e dá outras providências. Disponível < <http://www.cfn.org.br/novosite/pdf/res/2005/res380.pdf> > em Acesso em 06 nov. 2017
- BUTLER, Judith. Bodies that matter, on the discursive limits of "sex". New York: Routledge, 1993.
- BUTLER, Judith. Fundamentos contingentes: o feminismo e a questão do "pós modernismo". Cadernos Pagu n. 11, 1998.
- BUTLER, Judith. "Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do 'sexo'". In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). O corpo educado: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- BUTLER, Judith. Undoing gender. New York: Routledge, 2004.
- BUTLER, Judith. Criticamente subversiva. In: JIMÉNEZ, Rafael M. Mérida. Sexualidades transgressoras. Una antologia de estudios queer. Barcelona: Icaria editorial, 2002.
- BUTLER, Judith P. Problema de gênero: feminismo e subversão as identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

- CERTEAU, M. "Histoires du corps". *Esprit*, n.62, pp. 179-187, 1982.
- CONNELL, Raewyn. *Gênero em tempos modernos*. São Paulo: nVersus, 2016.
- CORDEIRO, Marta. O valor do corpo na construção da identidade. *Rev. Estud. Comun.*, Curitiba, v. 12, n. 27, p. 19-26, jan./abr. 2011.
- CROCCO, Luciano et al, "Barbies and Bears: Nightclub Gay Segmentation". *GCB - Gender and Consumer Behavior Volume 8*, eds. Lorna Stevens and Janet Borgerson, Edinburgh, Scotland: Association for Consumer Research, 2006.
- DAOLIO, J. *Da cultura do corpo*. Campinas, SP: Papirus, 2007.
- DAMATTA, Roberto. *O que faz o Brasil, Brasil?*. Rio de Janeiro: Rocco, 1986.
- DEL PRIORI, Mary Lucy Murray D. Dossiê: a história do corpo. *Anais do Museu Paulista*. São Paulo. N. Ser. v.3 p.9-26 jan./dez. 1995.
- DOTY, A. *Flaming Classics: Queering the film canon*. London: Routledge, 2000.
- DUCROT, Oswald et al. *Les mots du discours*. Paris: Minuit, 1980.
- FERNANDES, A.C.M. #MusasdoInstafit - As construções de corpos e reputações mediadas pela rede social. Dissertação – Mestrado em Antropologia. Universidade Federal Fluminense, 2015.
- FISCHLER, Claude. Food, self and identity. *Social Science Information*, n.27, 1988.
- FRANÇA, Isadora Lins. Sobre "guetos" e "rótulos": tensões no mercado GLS na cidade de São Paulo. *Cadernos Pagu*, v. 28, janeiro-junho de 2007.
- GABRIEL, Yiannis; LANG, Tim. *The Unmanageable Consumer*. London: SAGE Publications, 2006.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2002.
- HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.
- JESUS, Diego Santos Vieira de. "Vem, Monstro!": Suplementação Alimentar e Masculinidade Hegemônica em Perfis de Homens Fitness no Instagram. In: VIII Encontro Nacional de Estudos do Consumo, Niterói, 2016.
- KAMINSKI, Patricia L. et al. Body image, eating behaviors, and attitudes toward exercise among gay and straight men. *Eating Behaviors*, n, 6, 2005.
- LANCHA JUNIOR, A.H. Suplementos Nutricionais. In: Hirschbruch, M. D.; Carvalho, J. R. *Nutrição esportiva: uma visão prática*. Rio de Janeiro: Manole. 2008
- LÊ BRETON, David. "Corps et symbolique social". In: *Cahiers internationaux de sociologie*, LXXIII, France, 1982.
- LÊ BRETON, David. *Sociologia do corpo*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- LÊ BRETON, David. *Antropologia do corpo e modernidade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.
- LIFSCHITZ, Javier. O alimento-signo nos novos padrões alimentares. *Revista brasileira de ciências sociais*. São Paulo: ANPOCS, n. 27, ano 10, fev. de 1995.
- LOURO, Guacira Lopes. Teoria queer: uma política pós-identitária para a educação. *Rev. Estud. Feministas*, v.9, n.2, 2001.
- LOURO, Guacira Lopes. *Um corpo estranho: artigos sobre sexualidade e teoria queer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.
- MACIEL, M. E. Cultura e alimentação, ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? *Horizontes Antropológicos*, n.16, 2002.
- MACIEL, M.E. Uma cozinha à brasileira. *Estudos Históricos (Rio de Janeiro)*, Rio de Janeiro, Vol. 33, p. 25-39, 2004.
- MALYSSE, S.. Em busca dos (H) alteres-ego: Olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca. In: GOLDENBERG, Miriam. *Nu e vestido. Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio
- Diálogo com a Economia Criativa, Rio de Janeiro, v. 4, n. 10, p. 60-77, jan./abr. 2019.

de Janeiro: Record, 2007.

MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MERLEAU-PONTY, M. *Fenomenologia da percepção*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MINTZ, Sidney W. *Comida e antropologia: uma breve revisão*. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 16, n. 47, p.31- 41, out. 2001.

ORLANDI, Eni P. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 2005

OSTERGAARD, Per; JANTZEN, Christian. *Shifting Perspectives in Consumer Research : From Buyer Behaviour to Consumption Studies*. In: *Interpretive Consumer Research: Paradigms, Methodologies and Applications*. BECKMANN, Suzanne C.; ELLIOTT, Richard H.. København: Handelshøjskolens Forlag, 2000.

PEREIRA, Ricardo Alexandre. *O Ritual da Balada: Construção de Corporalidades e Performances de Gênero em Contextos Homoeróticos*. Monografia, Curso Bacharelado em Ciências Sociais, Universidade Federal do Paraná, Paraná, 2004.

PEREIRA, Severino Joaquim Nunes; AYROSA, Eduardo André Teixeira. *Estigma, consumo e identidade de gênero entre gays*. In: *IV EMA – Encontro de Marketing da ANPAD*, Florianópolis, 2010.

PEREIRA, Severino Joaquim Nunes; AYROSA, Eduardo André Teixeira. *Corpos consumidos: cultura de consumo gay carioca*. *O&S*, Salvador, v.19, n.61, p. 295-313 - Abril/Junho, 2012.

ROCHA, Everaldo; RODRIGUES, José Carlos. *Corpo e consumo: roteiro de estudos e pesquisas*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2012.

SALIH, Sara. *Judith Butler e a Teoria Queer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

SANTOS, Manoel Antônio dos; BANUTH, Raquel de Freitas; OLIVEIRA-CARDOSO, Érika Arantes de. *O corpo modelado e genericado como espelho da contemporaneidade: considerações a partir da teoria queer*. *Demetra*, nº 11, v.3, 2017.

SEIDMAN, Steven. "Deconstructing Queer Theory or the Under-Theorization of the Social and the Ethical". In: NICHOLSON, Linda; SEIDMAN, Steven. *Social Postmodernism. Beyond identity politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1995.

SIMÕES JR, Almerindo Cardoso. *A afirmação do sexo forte: A linguagem da revista masculina*. In: VII Congresso Nacional de Lingüística e Filologia - 2003, Rio de Janeiro: Cadernos do CNLF, 2003. v. 10

SLATER, Don. *Cultura do consumo & Modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002.

SOUZA, Tania C. Clemente de. *Discurso e imagem: Perspectivas de análise não verbal*. CiberLegenda, Niterói, 1998.

SOUZA, Eloisio Moulin de. *A Teoria Queer e os Estudos Organizacionais: Revisando Conceitos sobre Identidade*. *RAC*, Rio de Janeiro, v. 21, n. 3, art. 2, pp. 308-326, Maio/Jun. 2017.

TRENTMANN, Frank. *Knowing consumers – histories, identities, practices: an introduction*. In: TRENTMANN, Frank. *The making of the consumer: knowledge, power and identity in the modern world*. Oxford: Berg Publishers, 2004.

YELLAND, Christine; TIGGEMANN, Marika. *Muscularity and the gay ideal: body dissatisfaction and disordered eating in homosexual men*. *Eating Behaviors*, v.4, 2003.

Web Referências

SHEEP, Nelson. *Acredite se quiser, mas crise econômica faz os homens ficarem mais sarados*. Disponível em: < <http://www.superpride.com.br/2016/08/acredite-se-quiser-mas-crise-economica-faz-os-homens-ficarem-mais-sarados.html>> acessado em 7 de nov. de 2017.

SHEEP, Nelson. *Esse é o segredo da dieta ideal para ganhar massa muscular*. Disponível em: < <http://www.superpride.com.br/2016/02/esse-e-o-segredo-da-dieta-ideal-para-ganhar-massa-muscular.html>> acessado em 7 de nov. de 2017.

SHEEP, Nelson. *Os segredos para seus músculos crescerem mais após a musculação*. Disponível em: < <http://www.superpride.com.br/2015/09/os-segredos-para-seus-musculos-crescerem-mais-apos-a-musculacao.html>> , acessado em 7 de nov. de 2017.