

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

**A PRODUÇÃO DE VISIBILIDADE PARA MULHERES ESPORTISTAS A  
PARTIR DE DISCURSOS NO INSTAGRAM<sup>1</sup>  
VISIBILITY OF PRODUCTION FOR SPORTS WOMEN FROM INSTAGRAM  
SPEECHES**

**Caterine De Moura Brachtvogel<sup>2</sup>, Maria Simone Vione Schwengber<sup>3</sup>, Naira  
Letícia Giongo Mendes Pinheiro<sup>4</sup>, Cauana Peyrot Conceição<sup>5</sup>**

<sup>1</sup> Pesquisa realizada para o componente curricular Michel Foucault e Pesquisa em Educação II, Programa de Pós-Graduação em Educação nas Ciências da UNIJUI.

<sup>2</sup> Professora de Educação Física - Mestra em Educação nas Ciências - Doutoranda em Educação nas Ciências da UNIJUI. E-mail: cati-mb@hotmail.com

<sup>3</sup> Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Educação nas Ciências da Unijuí. E-mail: simone@unijui.edu.br

<sup>4</sup> Professora de História. Mestra em Educação nas Ciências. Doutoranda em Educação nas Ciências da UNIJUI. E-mail: nairaleticiagmendespinheiro@gmail.com

<sup>5</sup> Professora de Educação Física. Mestranda em Educação nas Ciências da UNIJUI. E-mail: cauanapc@hotmail.com

**Resumo:** Este artigo trata de uma economia discursiva operada na lógica esportiva na constituição de sujeitos, no caso, de mulheres esportistas. As pistas apresentadas constituem algumas evidências sobre o aumento de acontecimentos, discursos e enunciados na cultura brasileira de forma a estimular a inserção e acesso de todos os sujeitos às práticas esportivas, incluindo as mulheres. Interessa-nos analisar esse movimento nas redes sociais digitais, para isso escolhemos o Instagram. Questionamos: Como tem se dado a emergência de uma vontade de verdade em produzir mulheres esportistas? Para responder nossa questão, optamos por uma metodologia de estudo não-probabilístico, para produção dos dados, e Análise do Discurso Foucaultiana para análise de três postagens no Instagram, a partir do uso da hashtag #mulheresquetreina. Das análises localizamos que há uma emergência em produzir mulheres esportistas e há nisso um potencial educativo e subjetivo, num processo de educação do olhar ao outro e do outro, numa relação que é social, cultural, política, estética. A visibilidade aparece como marcadora de mulheres esportistas nas redes como relações de força, entrelaçando saberes e poderes, na formação de jogos de verdade possibilitando a criação e dispersão de enunciados representativos da lógica esportiva, bem como produzem significações para os sujeitos.

**Palavras-chave:** Mulheres. Redes Sociais Digitais. Esportes. Discursos.

**Abstract:** This article deals with a discursive economy operated in the sports logic in the constitution of subjects, in this case, women sportsmen. The clues presented constitute some evidence on the increase of events, discourses and statements in Brazilian culture in order to stimulate the insertion and access of all subjects to sports practices, including women. We are interested in analyzing this movement in digital social networks, for that we chose Instagram. We

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

question: How has the emergence of the will of truth to produce women sporting? To answer our question, we opted for a methodology of non-probabilistic study, for data production, and Analysis of the Discourse Foucaultian to analyze three posts in Instagram, from the use of the hashtag #mulheresquetreina. From the analysis we find that there is an emergency in producing women sportsmen and there is an educational and subjective potential in a process of education of the watch at the other and the other, in a connexion that is social, cultural, political, aesthetic. The visibility appears as a marker of women sportsmen in the networks as relations of strength, interweaving knowledge and powers, in the formation truth's game, enabling the creation and dispersion of statements representative of the sports logic, both as produce significations for the subjects.

**Keywords:** Women. Digital Social Networks. Sports. Speeches.

## 1 ECONOMIA DISCURSIVA DAS PRÁTICAS ESPORTIVAS

As mudanças tecnológicas, comunicacionais, educacionais desencadeadas nas redes sociais digitais e internet têm deslocado, na contemporaneidade, as referências sobre os modos de ser, agir, relacionar, comunicar, conectar, modos de nos constituirmos, descentralizando e transformando as posições dos sujeitos (FOUCAULT, 2008). Essa descentralização produz um movimento atemporal e descontínuo da e na história, que reconstrói um conjunto de posições de sujeito na cultura contemporânea.

Estas posições são definidas pelas situações e condições que os sujeitos ocupam em relação às diversas práticas discursivas e não-discursivas (FOUCAULT, 2008). Pensamos aqui, em uma economia discursiva operada na lógica esportiva na constituição de posições de sujeitos esportistas, no caso, das mulheres esportistas. Utilizamos o termo economia a partir da concepção foucaultiana de gerir e conduzir a vida. Pensa-se, também numa economia como forma de administração de si e aparato da governamentalidade; mais do que simplesmente governar, o termo economia pode referir-se a uma certa arte de estar junto, de pertencimento e gerenciamento de formas de ser sujeito. As pistas que serão apresentadas constituem algumas evidências sobre o aumento de acontecimentos, discursos e enunciados na cultura brasileira, de forma a estimular a inserção e acesso de todos os sujeitos às práticas esportivas, incluindo as mulheres. Observamos ainda, a emergência de uma vontade de produção de verdade num sujeito esportista, construído principalmente, a partir do final do século XX, quando as práticas esportivas passaram a ser direito de todos os brasileiros (SILVA, 2014).

Nesse sentido Tubino (1985) destaca que cada vez mais os discursos das práticas esportivas ganham relevância e destaque, além de evidenciarem como um direito dos cidadãos, em todas as faixas etárias, sexos, raças, níveis sociais; e como uma prática a ser realizada por todos. As práticas esportivas apresentam-se em três formas de exercício de um direito: esporte-educação, esporte-participação, esporte-performance (TUBINO, 1985). Assim, como nos indica Soares (2005) a inserção e a vinculação a uma prática esportiva invadem a vida cotidiana dos sujeitos, criando uma expectativa de educação do corpo, orientando a educação de uma vida pautada na lógica

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

esportiva.

Os sujeitos vão se produzir nos entrecruzamento dos discursos, e dentre eles o discurso esportivo. Os processos de produção dos sujeitos não podem ser concebidos numa instância naturalista, mas sim numa construção infinita, maleável, aberta; numa permanente constituição das relações discursivas com outros sujeitos, consigo mesmo, com o espaço e com o tempo em que está inserido, inscrito numa temporalidade e numa existência (FOUCAULT, 2008). Apoiamo-nos na abordagem foucaultiana, por considerarmos que há em curso, na contemporaneidade, uma certa economia produtiva desses discursos (FOUCAULT, 2010) que tem enfoque nas relações com os corpos, com os governos do eu e de suas condutas, na caso, as condutas esportivas.

Soares e Brandão (2012) acrescentam que as práticas esportivas na contemporaneidade emergem como um discurso especializado, com educações específicas dos corpos, que ultrapassam e alargam seu território de ação e intenção corporal, sobretudo, da sua intervenção, transformando-as em pedagogias, técnicas, políticas, para os sujeitos. As práticas esportivas ampliam sua abrangência, atuando de forma individualizada enquanto algo a ser praticado, consumido, interiorizado - agindo nos corpos dos sujeitos - bem como assume, ao mesmo tempo, uma dimensão amplificada, pública, que vai se manifestar nas formas de desejos e buscas, como um objetivo a ser alcançado.

Percebemos então, que há a produção de uma economia discursiva esportiva, e que a mídia vem atuando fortemente com: o aumento de inserções e programações voltadas à produção de sujeitos que praticam esportes; os diferentes discursos no âmbito da saúde - que proliferou suas certezas, comprovações estatísticas em relação a vital necessidade da prática de esportes; as representações e publicidades em rede que estimulam e exemplificam estilos de vida esportistas. Dentre tantas outras formações discursivas que passaram a acontecer, vão compondo essa ordem e vontade de verdade, em que as práticas esportivas se manifestam.

Ao longo dos séculos XX e XXI multiplicaram-se tanto os discursos quanto as imagens sobre as práticas esportivas, produzindo uma sofisticada maquinaria pedagógica (ROSE, 2007) . Isso ampliou e complexificou a educação dos corpos esportistas por meio de: revistas, jornais, programas de TV, de auditório, novelas, documentários, talk-shows; redes sociais digitais e suas linguagens: Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat, WhatsApp, hashtags, memes, fotos, vídeos, etc. Por isso recorremos a Fischer (2001) quando esta nos alerta para a importância das mídias sociais e como elas vêm ocupando uma posição central no processo educativo dos sujeitos contemporâneos, nos modos de ser homem e mulher, conseqüentemente afetando os modos de como nos constituímos sujeitos sociais.

Destacamos então, que as redes sociais digitais ocupam uma posição de importância, justificando que na contemporaneidade há diversos lugares, além da escola, que se propõem a educar e mobilizar os sujeitos, pelas diversas relações e co-relações que produzem nas redes. Hoje, mais de 50% da população brasileira têm acesso móvel (celulares, smartphones, tablets) às redes sociais digitais, podendo ou não, serem utilizadas a qualquer momento do dia, de qualquer lugar do país,

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

com acesso à internet (SOUZA, 2017).

Assim as redes sociais digitais passam a atuar como mediadoras de experiências educativas para os sujeitos, por meio das práticas discursivas carregadas de linguagens, símbolos, saberes, poderes, valores comportamentais. A linguagem então, pensada a partir de Foucault (2008) como algo que possa ser visível: a linguagem escrita, a linguagem imagética, diversas simbologias das redes (emojis, emoticons, hashtags, etc); se destacam na constituição das relações em rede, bem como as representam em situações que são realizadas por sujeitos em rede, destacando aqui as mulheres.

Diante da variedade de redes sociais digitais, optamos por utilizar nesse estudo o Instagram. Essa rede sinaliza para uma alteração tecnológica e social, capaz de interferir na produção das mídias para além dos significantes lingüísticos. A produção de imagens e vídeos dos sujeitos inseridos nessa rede, os Instagrammers, se viabiliza na construção simbólica que suas publicações veiculam, ressignificando a lógica da economia discursiva esportiva. Além disso, o Instagram é hoje uma das redes mais populares do mundo, tendo cerca de 800 milhões de usuários. Dentre esses, a maioria são do gênero feminino, e se inspiram e motivam a partir de publicações de outras usuárias de acordo com Pereira (2017), produzindo assim, significações para si mesmas, numa espécie de educação de si.

Nesse sentido, nos propomos a pensar como tem se dado a construção da economia discursiva das práticas esportivas no Instagram. Notamos que há um crescente investimento de publicações feitas por mulheres vinculadas à lógica esportiva, o que tem se mostrado emergente para pensar como hoje, as mulheres estão se posicionando num ambiente que, ainda é marcado como condição de posição esportista masculina. Questionamos: Como tem se dado a emergência de uma vontade de verdade em produzir mulheres esportistas?

## 2 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Para responder nossa questão, e a partir de uma economia discursiva das práticas esportivas para as mulheres, o corpus de análise foi escolhido a partir do uso da hashtag #mulheresquetreina, por entendermos que esse movimento em rede possibilita certa visibilidade para a produção de mulheres esportistas. Neste espaço de circulação e compartilhamento de imagens que é o Instagram, buscamos unir referenciais conceituais e técnicos, que serão abordados na análise, para subsidiar um entendimento acerca das publicações das usuárias @simonesouzapersonal @tatianealeal1 @leladlozezo.

A produção dos dados, e seleção da amostra de três publicações, de três usuárias do Instagram, foi realizado por método não probabilístico (SILVA, 2013), refinando-se ao longo do processo, até fechar-se na seleção destas três mulheres. Tal seleção implicou na criação de três princípios de inclusão e de seis categorias analíticas vinculadas com as práticas esportivas. O primeiro princípio de inclusão foi a utilização de perfis públicos de mulheres; o segundo foi a utilização da hashtag #mulheresquetreina nas publicações, a escolha dessa hashtag se deu por causa da sua

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

abrangência e potencialidade (que será discutida posteriormente na análise); e o terceiro princípio era que o perfil não podia ser de figura pública.

As categorias analíticas foram criadas de acordo com o tipo de publicação, encontradas a partir da pesquisa no Instagram da hashtag #mulheresquetreina: mulheres realizando prática corporal ou esportiva; venda de roupas e acessórios *fitness*; alimentação *fitness*; postagem de *memes fitness*; dicas e motivação *fitness*; perfis de professores e academias. Para realização do método não probabilístico as categorias se fizeram necessárias, pois a eliminação de algumas postagens, que não visavam responder nossa pergunta, era um ponto importante. A aplicação do método foi no período de 28 dias, do dia 27 de maio de 2018 a 23 de junho de 2018. No dia 27 de maio de 2018 a hashtag contemplava 917.353 mil publicações públicas, já no dia 23 de junho de 2018 esse número chegou a 947.705, um acréscimo de 30.352 publicações (esse número leva em consideração as publicações que por ventura foram apagadas).

No dia 23 de junho, a partir então, da aplicação do método não probabilístico e encaixando-se nas categorias analíticas seletivas, é que os perfis e as publicações foram escolhidos. O critério seletivo, realizado no dia 23 de junho, além das categorias e dos critérios de inclusão, foi o maior número de curtidas das publicações. Foi realizada pesquisa da hashtag #mulheresquetreina no Instagram e optou-se por deixar o critério de apresentação da rede em *mais relevantes* (O Instagram tem duas possibilidades de critérios para pesquisa: o primeiro é a opção “mais relevantes”, que leva em consideração as postagens, nas quais o algoritmo do Instagram apresenta como relevante a partir da temática; o segundo é a opção “Recentes” que apresenta as publicações recentes em ordem cronológica do ato de publicação). É importante destacar que a pesquisa foi feita em dois perfis de Instagram diferentes (o da pesquisadora principal e de outra pessoa) que não tem os mesmos relacionamentos, pois o Instagram cria um algoritmo de relevância para as publicações aparecerem de acordo com o perfil de cada sujeito. Nos dois perfis, no mesmo dia, as publicações que apareceram foram as mesmas, o que não deixou a seleção dos dados tendenciosa (para captura das publicações foi utilizado o recurso de *PrintScream*, que é a captura de tela, realizada pelo computador, na versão do Instagram para computadores).

A análise do discurso funciona aqui como uma ferramenta analítica, no sentido de pensar e ver o que há de “mais” em discursos e enunciados de mulheres a partir da sua inserção em práticas esportivas. Foucault (2008) ensina com a análise do discurso, ver a “coisa e o já-dito” no âmbito de existência dos discursos. Faz-se necessário a partir das palavras e das coisas, problematizar a produção dos sentidos atribuídos, que se dão por meio da materialidade das linguagens, em movimentos discursivos e produção de identidades/subjetividades. A linguagem opera no que tange ao humano, numa reflexão individual, no qual o próprio sujeito é posto diante de si, permitindo-lhe ordenações e representações. Nosso acesso ao mundo é mediado pela linguagem, e as práticas discursivas implicam o fato que falar é fazer algo, é criar aquilo que se fala e quando se fala, pois o discurso nunca é o mesmo, a cada novo discurso, a coisa dita, ganha uma nova remodelação, uma urgência.

Nesse sentido o enunciado também apresenta-se com uma emergência. E a formação discursiva

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

"[...] entra simultaneamente em diversos campos de relações, e em cada lugar a posição que ocupa é diferente, dependendo do jogo de poderes em questão [...] é o mesmo movimento das posições do sujeito discursivo [...]" (FISCHER, 1996, p. 113). Para Foucault (2008) é necessário considerar a interdiscursividade dos discursos, destacar a sua heterogeneidade. Não se busca uma resposta fechada, como uma totalidade bem-acabada; os elementos da análise dialogam e operam com as quebras, as disparidades. Voltamos a ver o "mais" em cada discurso sobre a produção da condição esportiva de mulheres. Sobre o "mais" em cada discurso, Foucault (2008) ainda assinala a questão dos "lugares vazios", que é a posição do sujeito dentro de uma formação discursiva.

Tomamos o enunciado, além de uma emergência, como um átomo do discurso, que tem a "função de existência". Ele se constitui sobre unidades como a proposição, a frase e o próprio ato de linguagem. Não pode ser entendido como uma unidade singular, ou ser confundido com uma frase, pois o enunciado se encontra na transversalidade das frases e dos atos de linguagem (FOUCAULT, 2000). Os enunciados a serem analisados vão ser tratados como acontecimentos no interior de um arquivo, no qual cada um possui sua singularidade e regularidade num domínio de memória, e vai manter relações com outros enunciados da mesma formação discursiva (FOUCAULT, 2008).

Na sequência será apresentado o conjunto das análises, com as postagens organizadas sequencialmente conforme foram selecionadas. É importante salientar que a análise discursiva que aqui operamos constitui-se no desenvolvimento de uma análise ancorada em conceitos e autores que possibilitam a discussão "da coisa e do já-dito" das publicações de mulheres na condição esportiva.

### **3 A PRODUÇÃO DE VISIBILIDADES: DISCURSOS NA REDE SOCIAL DIGITAL INSTAGRAM**

Há uma economia discursiva para a produção de mulheres esportistas. Nosso esforço é mostrar aqui, um pouco de como vem acontecendo esse movimento, a partir dos três perfis escolhidos. Ao analisarmos as publicações de mulheres destacamos as características em rede. O Instagram é uma rede que ao mesmo tempo, possibilita a publicação e edição de fotos e vídeos, cria um modo de fotografar e um modo de comunicar. Fala-se de si e sobre suas práticas para os outros, numa espécie de retratos, cenas de si. A fotografia apresenta e representa "recortes das cenas do mundo" (SILVA, 2013, p. 22), e há nisso um sujeito que passa a dar significado a uma imagem. As redes passam a ser vistas como produções discursivas do social.

A construção de uma imagem, ou a captura de uma cena do mundo vivido, nos faz pensar o quanto a fotografia, e mais precisamente aqui a publicação, pode ser pensada a partir do conceito da dobra de Deleuze (1998), na constituição das subjetividades. A subjetividade se dá na dobra do lado de fora no lado de dentro. O lado de fora que seriam as culturas, dobra para dentro, constituindo pregas, numa relação de força consigo, num poder de se afetar. Essas dobras são o que Foucault chama de processos de subjetivação. E essa força do fora, ao se dobrar cria um forro, uma dimensão interna e própria, na qual o sujeito vai se constituir (MARTINS, 2012). Isso

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

aponta o quanto somos afetados por elementos do fora, do cotidiano, das relações, da vida, e como estas direcionam as conduções das condutas individuais, pensando aqui a condução de uma conduta esportiva.

Para Silva (2013) o modo de fotografar hoje está alterado, e as tecnologias têm efeitos tanto as imagens, quanto nos modos de nos educar e nas relações sociais. Podemos configurar a partir disso uma nova forma de aprender. As narrativas íntimas, de pessoas comuns, com vontade de apreensão da vida, expor uma experiência de estado, de consumo é o que encontramos no Instagram. Principalmente nessa rede, vemos que há uma intenção em torno da criação da imagem, mais relacionada a identificar algo sobre as experiências dos sujeitos propriamente. Essa peculiaridade se relaciona ao que entendemos como um modo de dar visibilidade aos modos de vida esportivos (SILVA, 2013). Veja a primeira publicação da usuária Simone Souza:

**Figura 1 - Postagem de @simonesouzapersonal**



Fonte: Instagram

Nessa postagem há o que Sibilia (2008) chama de limiar de publicidade, que é um fazer-se sozinho para colocar em rede, num vislumbre de visibilidade. Simone é professora de Educação Física e tem seu enunciado de perfil da seguinte maneira: “#simonesouzapersonal - Bacharel, licenciada UFRJ, Coordenadora Coletivas Corpo e Água, Especialista em emagrecimento, Personal trainer, Treinamento on-line, Noiva”. Simone apresenta uma espécie de currículo em seu perfil, além de publicações com alunos, dicas de treinamento e emagrecimento. Isso produz uma visibilidade científica, pois a usuária se apoia em discursos científicos para realizar as suas publicações, o que se entende como positivo para a construção de uma lógica esportiva.

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

No enunciado da publicação temos o seguinte: “Tem gente que não entende, mas com muita garra, força e perseverança, conquistaríamos o mundo! Vamos Treinar? \*Treinamento Personalizado\* @simonesouzapersonal”. Seguido do enunciado, Simone utiliza 32 hashtags, destacamos, além da #mulheresquetreinem, as #30tododia #semmimimi #foco #qualidadedevida. Observamos nas hashtags utilizadas em sua publicação modos de educar as mulheres, o treino, nos trinta dias, a rotina, sem queixas e como forma de enfrentar a vida; e estão de alguma forma, relacionadas diretamente ao seu trabalho como personal trainer.

Simone, ao publicar a imagem com esse enunciado parece estar direcionando o dito para as mulheres, e até em seu perfil, é possível ver que praticamente todos seus alunos são mulheres. Observe a imagem que Simone posta é de um homem, senhor, idoso, realizando uma corrida num terreno instável (com barro), e a foto também apresenta um enunciado próprio “A ideia é morrer jovem o mais tarde possível”. Há uma falta de conexão entre a imagem postada e o público a ser atingido. Isso, na maioria das vezes, acontece devido às relações de gênero desiguais, nas quais as mulheres não têm referências a seguir, o que faz com que muitas vezes a realização de práticas esportivas por mulheres seja silenciada (GOELLNER, 2018) ou até mesmo invisibilizada.

Um exemplo disso é aquilo que Goellner (2018) afirma sobre a presença das mulheres no futebol, “[...] o futebol ainda é representado como um esporte pensado pelos homens e para os homens [...]”, e ainda sobre isso, a autora (2018) enfatiza que as mulheres ergueram suas vozes, “[...] diante da desvalorização de sua atuação, rompendo o silêncio que o invisibiliza suas histórias no passado e no presente [...]”. Apesar de não dimensionar a esfera do invisível, a publicação de Simone apresenta-se no sentido de enunciar algo positivo para as mulheres: chamá-las, convocá-las para a prática esportiva; e também enuncia no sentido de mobilizar: colocar a mulher em rede constituí-la como sujeito esportista, mesmo que, de alguma forma, a publicação esteja atravessada por questões de gênero que possam negar essa ideia.

Outro elemento importante e que destacamos aqui, é a relação entre os dois enunciados, o da publicação e o da imagem. Ao afirmar que “A ideia é morrer jovem o mais tarde possível” reportamos às condições de retardar o envelhecimento, produzindo uma “melhor idade ativa”. Isso nos ajuda a pensar o quanto essa publicação apela para as mulheres envelhecerem com saúde e a promessa das práticas esportivas, se vincula a uma produção de verdade esportista e saudável.

Nessa perspectiva Simone faz o uso de histórias fixadas em seu perfil, e estas apresentam depoimentos positivos de alunas e outras mulheres que seguem seu perfil, como Simone mesmo afirma “São depoimentos assim, que me motivam a continuar estimulando as pessoas, o exercício salva”. Assim quanto mais publica, e de alguma forma, atinge diversas mulheres, cria vínculos de educação com as mesmas, havendo também, uma forma de *feedback* de suas ações enquanto uma mulher esportista. Nas outras duas histórias fixadas em seu perfil, ela apresenta resultados de emagrecimento de suas alunas e noutro têm dicas para a realização de um emagrecimento acompanhado do exercício físico.

O recurso das histórias fixadas aqui, no perfil de Simone, ao nosso entendimento geram

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

visibilidades de outras mulheres “normais”, no caso suas alunas, que buscam nas práticas corporais e esportivas qualidade de vida e bem estar; geram mobilização por meio de depoimentos de pessoas que não são suas alunas “físicas”, mas sim seguem suas dicas e atuam numa forma de cuidar de si; e educam quando produz nos outros, reflexões sobre si mesmo e ações de outras mulheres a partir de publicações em rede. A partir disso, convidamos a visualizar a segunda postagem selecionada, da usuária @tatianealeal1:

**Figura 2 - Postagem de @tatianealeal1**



Fonte: Instagram

Na imagem Tatiane está realizando uma prova de corrida, a Maratona Internacional de Porto Alegre. Sua publicação tem o seguinte enunciado “A alguns metros de cruzar mais uma linha de chegada. Cansada, sim... mas a alegria de ver aquele pórtico de chegada, fechando mais uma prova, vencendo a mim mesma a cada passo e uma das melhores sensações. Meia Maratona Internacional de Porto Alegre - 21k 10/06/2018. A próxima já tem dia e horário, bora viver São Paulo”. Tatiane utiliza o recurso de testemunho e de narração da vida. Isso configura o que chamamos de “experiências do Instagram”, pois ao discutirmos sobre as redes sociais digitais levantamos questões que partem de uma vida fora da internet, bem como encontramos cargas culturais nos relacionamentos entre os sujeitos em rede. Trata-se então, tanto de relações de integração e como também de conflito, pois as redes fazem com que sujeitos diferentes interajam entre si (RECUERO, 2012).

Assim, ao utilizar outras hashtags como #correreminhavida #correreminhajuntas #corracomonunca #amocorrer localizam a intensidade das posições que Tatiane vivencia a corrida fora das redes, ou seja, na vida real. Ao apreendermos um momento da vida e postarmos em rede, criamos um ambiente de visibilidades, em que as “[...] narrativas fotográficas não

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

somente dizem somente daquele que materializa o ato de registro mas também do assunto a ser fotografado” (SILVA, 2013, p. 52). Esse ambiente de visibilidade, no caso do ato de correr e de ser uma mulher esportista como Tatiane, formula certa notabilidade àquilo que se mostra na imagem.

Ao possibilitar a visibilidade e a notabilidade da condição exercitante na postagem da foto há aquilo que Barthes (1984) chama de “ponto sofisticado de valor”. Que é quando busca-se potencializar os elementos contidos na foto, como no caso: o ato de correr; a roupa apropriada para a prática; o uso das hashtags #personalTop #nutriTop #fisioTop, que indicam que o ato de correr é orientado; bem como a geolocalização da foto “Maratona Internacional de Porto Alegre”, que permite-nos pensar aquilo que Silva (2013) denomina de necessidade de relacionamento. Esses elementos potencializados são constitutivos da lógica esportiva e também da produção de ser uma mulher esportista.

Ao chamar a atenção para uma necessidade de relacionamento posicionamos Tatiane, não como uma pessoa que tende psicologicamente, socialmente, culturalmente pedir por atenção dos demais (isso também não seria objetivo do estudo), mas sim, como forma de produzir um vínculo com demais mulheres e homens que também tenham participado da mesma maratona. O sujeito esportista, assim como os demais sujeitos, passa a criar imagens com referências específicas.

Ao buscarmos aproximações entre as relações das mulheres esportistas com suas publicações no Instagram, estamos pensando num contexto de uma visibilidade que é compartilhada. Há um papel de importância e relevância social na visibilidade de mulheres esportistas na rede justamente, por estas se colocarem numa polifonia de diálogos e discursos, produzindo enunciados e falas sobre si, podendo atingir outras mulheres. Essa polifonia implica na constituição dos sujeitos sociais, pois ela vai se dar não apenas pela fala, mas pela escrita, e também pela imagem, e vai estar permeada por relações de saberes e poderes nas formas de criarmos vínculos com outros sujeitos.

Essa forma de relações, entre os saberes e poderes que a posição esportista carrega é visível no perfil de Tatiane. Quase todas as suas postagens são referentes às práticas de corrida e musculação. Aqui a visibilidade da condição esportista está extremamente relacionada a um conceito de positividade e felicidade, estando presente em quase todos os momentos da vida de Tatiane. A intimidade dos sujeitos passa a ser visível na rede a partir de uma convivência virtual e também social (SILVA, 2013). A partir disso, de uma convivência social entre as mulheres esportistas, vemos a publicação de @leladlorenzo:

**Figura 3 - Publicação de @leladlorenzo**

Evento: XXIV Jornada de Pesquisa



Fonte: Instagram

Na publicação de Lela o enunciado se apresenta como uma forma de justificativa sobre as escolhas, “*Suas escolhas mostram suas prioridades, não importa o quanto você argumente contra*”. Assim, o enunciado representa por ora a condição de que as escolhas delimitam o que você é permitindo pensar a liberdade mediada proposta por Bauman (2001). A liberdade de escolha vai ser mediada a partir das condições de possibilidades que você tem em sua vida, então passa a ter uma intenção subjetiva, e difícil de ser medida (pelo menos pelo objetivo do estudo) do que pretende se fazer a partir disso, na esfera individual e também pública.

A produção de uma mulher esportista aqui, mesmo com sobrepeso, destacada por Lela tem um cunho social que se difere das demais, pois destacamos o uso das hashtags #mamaesarada #gordinhanofoco #pluszise. Destacamos também a notoriedade que a posição de ser uma mulher maior, diferente dos padrões estabelecidos, não a impede de ser esportista, posição conferida a partir do uso de roupas específicas das práticas, e de postar suas fotos na rede. As modelos “Plus Size” tem dado um lugar às mulheres com uma estrutura corporal maior, o que impede que estas se sintam repressivas, mas sim representadas e encorajadas a se inserirem em tal cultura esportiva.

Justamente nesse sentido é que hoje, os sujeitos em rede, e no caso aqui as mulheres esportistas, adotam uma série de comportamentos que antigamente seriam da esfera privada. Alimentação, vestuário e realização de práticas corporais e esportivas ganham espaço, e as redes sociais digitais exercem o papel de serem canais de múltiplos discursos e enunciados. Em suas histórias fixadas Lela apresenta momentos e experiências pessoais, no que tange a vida com sua filha e seus momentos juntas.

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

Há assim a construção de um eu a partir da posição esportista que vai posicionando os sujeitos em diversas situações do cotidiano. A própria linguagem é utilizada pela imagem para fazer referências à outras imagens, pois o sujeito passa a agir por meio da imagem, seguindo padrões estabelecidos. Esses padrões, não apenas corporais, mas também sobre modos de ser e agir, o que condiz muito com a realidade que vivemos na contemporaneidade. O ser significa uma imagem, e está atrelado à capacidade de produzir, assumir e fazer circular uma imagem de si (COSTA, 2008).

É a circulação dos corpos em rede de uma posição de bioidentidade que assumem e transmitem. Esses corpos aparentam certa jovialidade, dotados de uma saúde “perfeita”. Não podemos afirmar que as publicações de Lela são efetivamente dentro desses padrões, mas sim que elas se produzem, assim como as de Simone e Tatiane, em torno da condição de ser/estar em rede, ser holográfico, de ser uma mulher esportista.

#### **4 ABERTURA PARA O DIÁLOGO**

A partir da análise discursiva de três perfis no Instagram de mulheres na condição exercitante, retomamos a pergunta que norteou o artigo: Como tem se dado a emergência de uma vontade de verdade em produzir mulheres esportistas? A emergência se dá maneira distinta, de diferentes perfis que estão inseridos na rede. Cada mulher carrega uma produção subjetiva e também reconfigura a consciência num plano coletivo. Essa produção subjetiva é individual e ao mesmo tempo coletiva, pois ela é marcada pelo social e pela interação, o que em certas instâncias, pelo saberes.

A emergência da vontade de verdade em produzir mulheres esportistas é potencializadora de educação, num processo de educação do olhar ao outro e do outro, numa relação que é social, cultural, política e estética. A visibilidade das mulheres esportistas é marcada por relações de saberes e de poderes, nas quais o sujeito, por meio da linguagem, vai construir suas marcas, sua subjetividade (FOUCAULT, 2008). É por meio dos processos de subjetivação que essas mulheres vão potencializando o ser/estar nesse âmbito esportivo.

Assim como as relações de saber e poder, os jogos de verdade e a dispersão de enunciados representativos da lógica esportiva auxiliam na produção de intenções para que as mulheres possam assumir essa posição esportista. Se vincular a um discurso é produzir significações, é ver e ser visto, existir enquanto um sujeito que tem sua vida marcada, contemporaneamente, pela posição de ser visível. A posição de mulher esportista têm produzido possibilidades de pensar o lugar das mulheres nas práticas corporais e esportivas, e como esse movimento está crescendo, mesmo que forma sutil, é necessário criar elementos que auxiliem na compreensão das múltiplas formas de educar. É estabelecer na materialidade dos discursos maneiras de fissurar os pré-conceitos e apresentar as implicações políticas e sociais que os movimentos em rede e de mulheres têm produzido.

#### **Referências**

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BARTHES, R. **A câmara clara**: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BRACHTVOGEL, C. M. **A cultura fitness nos memes**: performances de gênero. 2017 - 105p. Dissertação (Mestrado) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - UNIJUI - Programa de Pós-Graduação em Educação nas Ciências. Ijuí, 2017. Disponível em:

COSTA, M. D. O. **A estética do corpo desportivo na publicidade**: estudo exploratório a partir da análise de um conjunto de imagens publicitárias fixas. Universidade do Porto, 2008. Disponível em: <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/14355/2/5241.pdf>. Acessado em: junho, 2015.

DELEUZE, G. **Foucault**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1998.

FISCHER, Rosa Maria. Foucault e análise do discurso em educação. **Cadernos de Pesquisa**. Fundação Carlos Chagas. São Paulo: Autores Associados, nº 114, p. 197-223, nov. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n114/a09n114.pdf>>. Acesso em: jan. 2016.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Adolescência em discurso**: mídia e produção de subjetividade. 1996. 297 p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, Faculdade de Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação, Faced, Porto Alegre, 1996. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/10281>>. Acesso em: jan. 2016.

FOUCAULT, M. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

\_\_\_\_\_. **Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

\_\_\_\_\_. **Governo de si e dos outros**: curso no Collège de France (1982-1983) / Michel Foucault; tradução Eduardo Brandão. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

GOELLNER, S. V. **O futebol delas esta aí, basta querer ver**. Jornal Zero Hora - Opinião - 2018. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/opiniao/noticia/2018/06/o-futebol-delas-esta-ai-basta-querer-ver-cjm84cci0hr001qo8n4a8jvg.html>. Acesso em: jun. 2018.

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

MARTINS, A. L. B. **O governo da conduta:** o poder médico e a liberdade dos indivíduos na sociedade contemporânea. 2012. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Ciências Médicas. Campinas - SP, 2012. Disponível em: [http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/312029/1/Martins\\_AndersonLuizBarbosa\\_D.pdf](http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/312029/1/Martins_AndersonLuizBarbosa_D.pdf).

PEREIRA, C. S. G. **Digital influencers e o comportamento dos seguidores no Instagram:** um estudo exploratório. 2017 - 97p. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Contabilidade e Administração do Porto - Mestrado em Marketing Digital. Porto, 2017.

RECUERO, R. **Conversação em rede:** comunicação mediada pelo computador e redes sociais na *Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

ROSE, N. **A política da Vida em Si:** biomedicina, poder e subjetividade no século XXI. Princeton: Princeton University Press, 2007.

SIBÍLIA, P. **O show do eu.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, P. I. R. **Agenciamentos comunicacionais na cena das imagens:** experiência *Instagram*: visibilidade e narração no cotidiano. 155f. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Belo Horizonte, 2013.

SILVA, R. M. S. **Pensando o processo de constituição do esporte e a produção do sujeito esportivo no Brasil.** 2014, 134p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande - FURG, Programa de Pós-Graduação em Educação e Ciências: Química da Vida e Saúde. Rio Grande, 2014. Disponível em: <http://repositorio.furg.br/handle/1/7555>. Acessado em: jun. 2018.

SOARES, C. L. Práticas Corporais: invenção de pedagogias? In: SILVA, Ana Márcia; DAMIANI, Iara Regina. (Org.). Práticas Corporais: Gênese de um Movimento Investigativo em Educação Física. Florianópolis: Nauemblu Ciência & Arte, 2005. v. 1, p. 43-63.

SOARES, Carmen Lucia; BRANDÃO, Leonardo. A voga esportiva e as artimanhas do corpo. **Movimento**, Porto Alegre, v. 18, n. 3, p. 11-26, jul./set. 2012. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/26466>. Acesso em: mai. 2018.

Bioeconomia:  
DIVERSIDADE E RIQUEZA PARA O  
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

**SALÃO DO** UNIJUI 2019  
**CONHECIMENTO**

21 a 24 de outubro de 2019

XXVII Seminário de Iniciação Científica  
XXIV Jornada de Pesquisa  
XX Jornada de Extensão  
IX Seminário de Inovação e Tecnologia

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

SOUZA, F. **Fábrica de memes:** como brasileiros profissionalizaram criação de vídeos e fotos que bombam nas redes. BBC BRASIL, 2017. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/salasocial-39402172>. Acesso em: ago. 2017.

TUBINO, Manoel José Gomes. **Dimensões Sociais do esporte.** São Paulo: Cortez, 1985.