

Culto ao corpo: identidades e estilos de vida.

Ana Lúcia de Castro.¹

Palavras chaves: corpo, consumo, sociabilidade, identidade.

Resumo

O trabalho analisa o culto ao corpo como uma das dimensões dos estilos de vida, construídos através do consumo, nas sociedades contemporâneas. Partindo de pesquisa de campo envolvendo frequentadores de diferentes modalidades de atividade física, em quatro academias de ginástica da cidade de São Paulo, percebe-se o corpo como locus comunicacional e, os cuidados a ele dispendidos, como propiciadores de segurança e auto-estima aos indivíduos, garantindo o sentimento de pertença a um grupo. Neste sentido, busca-se compreender os cuidados com a forma, volume e apresentação dos corpos como estratégia de distinção social e (re)definição de identidade no variado leque de possibilidades colocado aos indivíduos no interior da complexidade que marca o mundo contemporâneo.

Palavras-chaves: identidade, sociabilidade, distinção social, culto ao corpo, consumo cultural.

¹ Doutora em Ciências Sociais, pelo IFCH/UNICAMP, área de cultura e política. Publicou, entre outros, *Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo*, pela Editora AnnaBlume.

Abstract: This article analyses the cult of the body as of the life styles dimensions, built through consume in contemporary societies. From field research involving different fitness in four fitness academies in São Paulo city, it's possible to realize the body as a communicational locus and cares providing security and self-esteem to individuals. This search is to understand cares with body presentation as a strategy of social distinction and identity (re)definition in a range of possibilities offered to people inside of the complexity which distinguishes contemporary world.

Key Words: identity, sociability, social distinction, fitness, consumer culture.

Porquê a preocupação com a corporeidade, sua imagem e forma de apresentação cada vez ocupam um espaço maior dentre as preocupações dos indivíduos na cultura contemporânea? Este artigo busca contribuir para a resposta a esta questão e, para tanto, parte de uma pesquisa sócio-antropológica realizada em 4 academias de ginástica da cidade de São Paulo, locais em que observamos e entrevistamos frequentadores de cinco modalidades de atividade física: yoga, capoeira, musculação, ginástica e ginástica para terceira idade. Vale salientar que a realização do culto ao corpo, tal como o entendemos, não se circunscreve ao espaço da academia de ginástica, envolvendo consumo alimentar, de cosméticos e vestuário. A academia foi tomada como universo empírico do trabalho, por constituir-se num locus privilegiado para apreensão do fenômeno, uma vez que seus frequentadores praticam assiduamente algum tipo de atividade física.

Buscamos realizar uma descrição – exposta mais adiante - dos gostos e preferências dos grupos por nós estudados, com vistas a demonstrar em que medida estes grupos compartilham um universo comum de códigos culturais, que se expressa no consumo cultural e na concepção de corpo manifesta.

A preocupação com o corpo esbelto, na contemporaneidade, pode ser compreendida como algo que diz respeito à condição do indivíduo na modernidade². A segunda década do século XX foi crucial na formulação de um novo ideal físico, tendo a imagem cinematográfica interferido significativamente nessa construção. No fim da década, mulheres, sob o impacto combinado das indústrias do cosmético, da moda, da publicidade e de Hollywood, incorporam o uso da maquiagem, principalmente o batom, e passam a valorizar o corpo esbelto, esguio. Como aponta

Featherstone (1993), a combinação dessas quatro indústrias foi fundamental para a vitória do corpo magro sobre o gordo, no decorrer do século XX.

As reflexões de Anthony Giddens também apontam para importância da década de 20, que, segundo o autor, representa o marco histórico do surgimento do ideal de magreza e do advento da *dieta* como forma de perder peso e auto-regulação da saúde. O autor ressalta o papel da indústria alimentar, que passou a ampliar a disponibilidade de produtos. *Estar de dieta, no sentido restrito da frase, é apenas uma versão particular de um fenômeno muito mais geral – o cultivo dos regimes corporais como meio de influenciar reflexivamente o projeto do ‘self’* (Giddens, 1997:98). Nesta perspectiva, o indivíduo, nas sociedades pós-tradicionais – marcadas pela pluralidade de escolhas e multiplicidade de ambientes de ação - toma para si a responsabilidade de *desenhar* seu próprio corpo, como forma de definir sua identidade e o projeto do *self*. Nas palavras do autor:

Não só o indivíduo deve estar preparado para interagir com outros em locais públicos, onde o comportamento deve ater-se a certos critérios generalizados de competência cotidiana, como deve ser capaz de manter um comportamento apropriado numa variedade de cenários ou locais. Naturalmente, os indivíduos ajustam de algum modo tanto a aparência como o comportamento de acordo com as exigências do cenário em causa. Por isso, alguns autores pensaram que o self se tornou em algo essencialmente quebrado – que os indivíduos tendem a desenvolver múltiplos selves, sem núcleo interno de auto-identidade. Porém, (...) não é de modo algum esse o caso (Giddens, 1997:93).

Ainda no século XX vale destacar três momentos fundamentais para uma reflexão sobre o corpo: os anos 50, 60 e 80. Devido à expansão do tempo de lazer e à explosão publicitária no pós-guerra, *ser esportista* passa a ser, cada vez mais, um imperativo: férias remuneradas, popularização do acesso às praias, dos campings, contribuem, a partir da segunda metade dos anos 50, para a *revolução de veraneio*, que imporá um novo conceito de férias de verão, em que a exposição do corpo ocupa espaço central.

A explosão publicitária ocorrida após a segunda guerra foi a grande responsável pela difusão de hábitos relativos aos cuidados com o corpo e às práticas de higiene, beleza e esportes, preconizadas por médicos e moralistas burgueses desde o início do século. O desenvolvimento do cinema e da televisão, com sua rede de *olimpianos*³, muito contribuiu para os profissionais dos cuidados com o corpo venderem suas imagens e produtos. Uma mudança de comportamento

impunha-se nesse momento. As imagens de estrelas de cinema com sorriso branco e cabelos brilhantes vendendo creme dental e xampu anunciavam novas práticas, difundiam uma nova maneira de lidar com o corpo e um novo conceito de higiene. Como afirma Prost, *os comerciantes contribuíram mais do que os higienistas para difundir os novos hábitos do corpo* (Prost,1992:98). Ocorre, ainda no pós segunda guerra, a democratização da moda, impulsionada pela proliferação de revistas femininas e pelo cinema, bem como pelo hedonismo da cultura de massa. Com a emergência da sociedade de consumo e a efemeridade que a caracteriza, a moda e seus signos estéticos de sedução deixam de ser inacessíveis às classes populares e passam a atravessar todas as camadas sociais, conforme expresso nas palavras de Lipovetsky:

Após a Segunda Guerra Mundial, o desejo de moda expandiu-se com força, tornou-se um fenômeno geral, que diz respeito a todas as camadas da sociedade (...) os signos efêmeros e estéticos da moda deixaram de aparecer, nas classes populares, como um fenômeno inacessível reservado aos outros: tornaram-se uma exigência de massa, um cenário de vida decorrente de uma sociedade que sacraliza a mudança, o prazer, as novidades (Lipovetsky, 1999:115)

Os anos 60 são palco da difusão da pílula anticoncepcional, da chamada revolução sexual e do movimento feminista, elementos que, associados à contracultura e ao movimento hippie, contribuirão para tornar a corporeidade importante dimensão no contexto de contestação que marca a década. O corpo entra em cena como locus da transgressão, do delírio e do *transe*, pelas experiências da droga e do sexo. Nesta década temos, ainda, a consolidação da cultura juvenil – que vinha se gestando desde os anos 50 – associada à formação de um mercado consumidor jovem. Adotar um *estilo jovem* torna-se um imperativo, numa sociedade na qual o processo de envelhecimento passa a ser compreendido como algo a ser evitado e negado.

Nos anos 80 a corporeidade ganha vulto nunca antes alcançado, em termos de visibilidade e espaço na vida social. As práticas físicas passam a ser mais regulares e cotidianas, expressando-se na proliferação das academias de ginástica por todos os centros urbanos. A *Geração Saúde*, em oposição ao padrão de comportamento representativo da geração de seus pais, levanta a bandeira antidrogas, com destaque para o tabagismo e o alcoolismo, da defesa da ecologia, do naturalismo e do chamado *sexo seguro* - fenômeno também fortemente relacionado ao advento da AIDS - que em alguns casos significa um novo enfoque da virgindade feminina, não mais vinculada ao casamento, aceitando o relacionamento sexual, desde que haja o envolvimento afetivo prolongado com o parceiro.

Corpo, moda e beleza.

A relação entre corpo e moda é carregada de ambigüidades e tensões, na medida em que a moda atua na formatação do corpo, ao valorizar determinadas zonas, aumentar ou reduzir volumes corporais, enquanto o corpo, por sua vez, limita a moda, impondo os parâmetros objetivos de proporção, volume e medidas para a criação do estilista

Neste trabalho pudemos observar, também, que a moda (entendida não somente como a roupa e os adereços que se usa) constitui-se numa das mais importantes dimensões do estilo de vida, bem como o próprio corpo é malhado e produzido, almejando-se alcançar o padrão colocado, isto é, sentir-se e ser reconhecido como estando na moda. Neste sentido, podemos afirmar que os músculos bem torneados são como roupas, expressando um lugar social e um estilo.

Cada vez mais, no mundo contemporâneo, a roupa assume a posição de *segunda pele*, tendendo a valorizar o corpo, que assume a condição de expressar, antes das roupas e adornos a serem utilizados, um estilo, uma identidade. Contudo, o que nos interessa reter desta relação moda/corpo é a discussão acerca da autonomia individual frente ao controle social, ou em outras palavras, os contornos da relação, também tensa e ambígua, entre indivíduo e sociedade. A moda, é sabido, traz sempre um conjunto de convenções e regras, impondo o que é ou não permitido em termos de cumprimento, cor, corte, tecido, contudo, paradoxalmente, ao vestir-se o indivíduo desfruta da possibilidade de manifestar seu gosto pessoal, sua autonomia em comunicar um estilo, podendo ser, inclusive, um estilo contrário ou que dialoga negativamente com os padrões sugeridos pelo mercado.

Ao tomarmos a história do vestuário no século XX, identificamos que este tem sido marcado pela ousadia dos cortes e decotes, que leva ao desnudamento e flexibilidade cada vez maiores, sendo que a aparência física passa a depender cada vez mais do corpo e cuidar dele torna-se uma necessidade. Mas cada passo no desnudamento do corpo não foi livre de constrangimentos, conflitos e escândalos: a bermuda dos escoteiros dos anos 20 foi bastante censurada, pois mostrar as pernas publicamente era tabu; os biquínis, nos anos 50, geraram muitos conflitos entre pais e filhas; a ousada minissaia dos anos 60 escandalizou, antes de se tornar moda, e o monoquíni dos anos 70 ainda é tabu. Hoje, nas cidades, os homens adotam a bermuda como traje de passeio e, não raro, usam a camisa aberta ou o tronco nu. A exposição pública do corpo ganha cada vez mais terreno. (Prost, 1992).

A introdução do jeans como vestimenta que atravessa todas as classes sociais e faixas etárias está ligada à flexibilização do vestuário e ao culto ao corpo. É um traje que ressalta as

particularidades corporais. *Expressão das aspirações a uma vida privada livre, menos opressora, mais maleável, o jeans foi a manifestação de uma cultura hiperindividualista fundada no culto do corpo e na busca de uma sensualidade menos teatralizada. Longe de ser uniformizante, o jeans sublinha de perto a forma do corpo, valoriza os quadris, o comprimento das pernas, as nádegas* (Lipovetsky, 1999:148).

A reflexão de James Laver (1999) é bastante elucidativa para a aproximação da moda e o corpo como objetos de pesquisa. Ao se referir à moda dos anos 60, o autor coloca que o corpo era, para os estilistas de então, uma espécie de “tela humana” para que se pintasse qualquer humor ou idéia. Contudo, as roupas duras e geométricas dos anos 60 (materiais metálico, plástico, couro), que eroticamente desnudavam o corpo (saias curtas, decotes, transparências), foram seguidas pelo flower power hippy, que marcou uma nova atmosfera, mais humana, idílica, com tecidos leves e estampas florais e, nos 70, percebemos o formato do corpo novamente revelado pelo tratamento das roupas que o cobriam ao invés de ser pela roupa que havia sido retirada. A moda passa a realçar mais as nádegas do que em qualquer período, com os jeans e as calças ficando mais apertados. Torna-se erótico o corpo esguio e em boa forma.

Além de magro e saudável, o corpo deve ser *natural*. Esta aspiração ao natural fica clara ao analisarmos a mudança que se operou, no decorrer do século XX, quanto à concepção de beleza. Denise B. De Sant’Anna, ao analisar revistas femininas do início do século, revela que, neste contexto, o discurso dos médicos e conselheiros de beleza apontava para a idéia de que a *beleza era um dom*, obra divina, e sua falta, desejo arbitrário vindo do reino dos céus. Nas palavras da autora:

Durante a primeira metade deste século, dificilmente a beleza será aceita como sendo fruto de um trabalho, individual e cotidiano, da mulher sobre o seu corpo. Numa época em que a “Natureza” se escreve em maiúsculo, que sua obra é considerada da ordem do prodígio divino, é perigoso intervir no próprio corpo em nome de objetivos pessoais e dos caprichos da moda (Sant’Anna, 1995:126).

Contudo, a partir dos anos 50, o discurso relativo à beleza - presente nas revistas femininas - se modifica, passando a vigorar a idéia de que *só é feia quem quer: No final da década de 50, a beleza parece ter se tornado um “direito” inalienável de toda mulher, algo que depende unicamente dela (...) recusar o embelezamento denota uma negligência feminina que deve ser combatida (...) os defeitos da aparência são unicamente resultantes dos problemas individuais. Estes vão da falta de confiança em si mesmas às frustrações secretas, inconscientes. Mais do que o resultado de uma doença ou das arbitrariedades do acaso, a falta de beleza se torna um caso clínico, um problema psíquico* (Sant’Anna, 1995:129-130).

Nos anos 70, a fabricação de uma beleza exageradamente artificial tem seu auge, com os cílios e unhas postiças, fortes maquiagens e perucas e, no final dos anos oitenta, assistimos à “naturalização” do ser belo, que continua passando por um processo de fabricação através de cremes, loções e todo tipo de produtos oferecidos pela indústria cosmética, mas culmina, nos anos noventa, com a busca de um ideal de beleza que condena o artificial e aproxima-se do “natural”, valorizando a discrição, através de tons próximos aos da pele e batons “cor de boca”.

Motivações

A mídia e a indústria da beleza são aspectos estruturantes da prática do culto ao corpo. A primeira, por *mediar* a temática, mantendo-a sempre presente na vida cotidiana, levando ao leitor as últimas novidades e descobertas tecnológicas e científicas, ditando e incorporando tendências. A segunda, por garantir a *materialidade* da tendência de comportamento, que – como todo traço comportamental e/ou simbólico no mundo contemporâneo – só poderá existir, se contar com um universo de objetos e produtos consumíveis, não podendo ser compreendido desvinculado do mercado de consumo.

O culto ao corpo é um tipo de prática cultural que se apóia em forte base material, expressa pelos impressionantes números que demonstram o desempenho do setor: de 1991 a 1995, o crescimento acumulado foi de 126,6%. Enquanto quase todos os setores industriais perderam, sistematicamente, postos de trabalho, o setor de higiene, perfumaria e cosmético aumentou o nível de emprego.

Saúde, estética e busca de redes de sociabilidade foram apontadas como as motivações mais fortes para a frequência da academia, aliadas a uma quarta importante motivação para a prática de atividade física: a *culpa*, resultado da atribuição ao indivíduo da responsabilidade pela aparência de seu corpo, sendo os defeitos e imperfeições corporais entendidos como produto da negligência e falta de cuidados consigo.

*Pra mim é um vício, e é quase possessivo. Eu não fico sem fazer, meu corpo pede. Quando não venho, fico culpado pela minha preguiça.*⁴

*Eu não sei mais o que é viver sem fazer ginástica. A ginástica me deixa disposta e, quando acaba, dá aquela sensação de dever cumprido. Só aí eu posso ir trabalhar com a consciência tranqüila, sabendo que eu fiz algo por mim naquele dia.*⁵

A sociabilidade é outra motivação importante: ao escolher praticar determinado tipo de atividade física, os indivíduos estão procurando pessoas com afinidades, uma “silagem”, algo que cimente suas relações sociais, além de simplesmente manter a forma ou livrar-se da culpa. Buscam, através da atividade física, identificar-se com outros e distinguir-se de demais grupos, no complexo jogo que leva à construção de suas identidades sociais.

Para trabalharmos a hipótese de que o culto ao corpo corresponde a uma modalidade de consumo cultural, expressando uma das dimensões do estilo de vida dos praticantes, investigamos acerca dos gostos e preferências culturais dos mesmos e pudemos perceber que cada grupo investigado constitui uma especificidade, na medida em que compartilha um universo cultural comum, que já se revela pela observação do espaço da academia ocupado, o tipo de roupa adequado à prática, a trilha sonora que marca o fundo musical durante a aula e na concepção de corpo expressa pelo grupo. No *mercado do culto ao corpo*, os indivíduos definem a modalidade de atividade física a ser praticada, que se associa às demais *escolhas* realizadas pelo indivíduo: estilo musical, programação televisiva, leituras e formas de lazer.

Assim, os yoguis detêm os mais altos níveis de renda e escolaridade e se caracterizam, principalmente, pelo seu *viés alternativo* frente à vida, sendo que a escolha de uma modalidade de atividade física não convencional não se dá por acaso. São eles que declararam ler mais livros, jornais e revistas e freqüentar cinema com mais regularidade⁶. Na programação televisiva, os programas culturais, como entrevistas e documentários, são citados como os mais vistos. O yoga caracteriza-se, então, por ser a atividade mais procurada por indivíduos que gozam de um nível socioeconômico mais alto, o que se deve ao fato de que são esses os indivíduos que têm as condições necessárias para a realização da proposta principal desta prática: a busca do autoconhecimento pela interiorização, o que requer tempo e ausência de preocupação material com a sobrevivência.

⁴ Depoimento de Paulo, freqüentador de musculação, Bad Tiger

⁵ Depoimento de Vera, freqüentadora de ginástica, Fórmula.

Quanto a concepção de corpo deste grupo, notamos a preocupação com a integração corpo/mente mais presente, com preponderância da preocupação com a mente, ou a paz interior, que seria pressuposto para um corpo belo.

*O que os alunos de yoga aqui da Fórmula vêm procurar é **combater o stress**, buscam o **relaxamento**, **educar a respiração**, garantir um tempo para se observar, se acalmar.*⁷

*Você já tem aquela facilidade de lidar com as pessoas, assim, às vezes, você tá no trânsito, vê uma discussão, uma briga, qualquer coisa, você tem também uma coisa boa pra passar (...) Com o yoga a gente fica mais **tolerante**, **suporta melhor o dia-a-dia**..*⁸

*Eu era uma pessoa muito agitada, muito nervosa, o yoga me ajudou a ficar mais calmo, mais tranquilo. Continuo nervoso, mas bem menos, melhorei bastante (...) O yoga trabalha bastante **o lado mental**, **te ajuda a concentrar mais**, **a interiorizar-se mais**, **é uma espécie de autoconhecimento**.*⁹

*É **uma mentalização** que você busca, e hoje em dia nesse mundo agitado nosso a gente **precisa muito de uma mente forte**, né?*¹⁰

Os capoeiristas, freqüentadores da musculação e aprendizes de dança de salão, constituem um grupo bastante heterogêneo do ponto de vista etário, mas podem ser agrupados pelo desejo de exibição do que é aprendido/incorporado com a prática. Os praticantes de capoeira formam um grupo adolescente que busca um espaço de sociabilidade, troca de experiências e auto-afirmação, num momento da vida marcado pela definição de identidades; os de dança de salão agregam diferentes faixas etárias na busca de dominar os passos da dança e ganhar confiança para exibí-los e o grupo praticante de musculação, composto fundamentalmente por homens, constitui-se naquele que melhor expressa o exibicionismo como objetivo principal do culto ao corpo. Assim, apesar da faixa etária diferente, assemelham-se por praticarem um tipo de atividade física que visa à exibição em público do que é aprendido, bem como por se demonstrarem os grupos mais atravessados pela discussão sobre gênero, uma vez que os dois primeiros são predominantemente masculinos e a dança de salão, para se efetivar, requer a presença de ambos os sexos. Ao se tratar de gostos/preferências culturais, estes grupos ficam numa linha intermediária entre o *convencional* e o

⁷ Depoimento de Mônica, professora de yoga, Fórmula.

⁸ Depoimento de Odinéia, freqüentadora de yoga, SESC.

⁹ Depoimento de Milton, freqüentador do yoga da Fórmula.

¹⁰ Depoimento de Odinéia, freqüentadora de yoga no SESC.

alternativo. Costumam ir ao cinema¹¹, não gostam, em sua maioria, de música clássica e o estilo sertanejo goza, neste grupo, de menos prestígio do que no da ginástica convencional.

Mas, há diferenciais importantes: os jovens praticantes de capoeira são a “moçada descolada”, que não está preocupada com a estética - têm corpos belos – e querem cuidar do corpo, mas não se submetem aos movimentos mecânicos e “caretas” da ginástica:

*Acho muito careta aquela estória de **todo mundo ficar fazendo o mesmo movimento, como macaquinhos adestrados**, não vejo graça nenhuma. Aqui, mesmo fazendo juntos, cada um faz com seu gingado, e na hora da roda, então, você pode escolher o golpe e o movimento de acordo com a situação do jogo, tem que usar a cabeça, e não só o corpo.*¹²

O jovens da **musculação**, por sua vez, buscam, através de aparelhos mecânicos, um ideal estético que valoriza a exuberância da massa muscular para exibir seus corpos na rua, no clube, na piscina. Trata-se de grupo que assume a busca de um ideal estético mais claramente e sem receios:

*Eu vim fazer musculação para **me sentir bem diante do espelho**, para sair na rua e perceber que alguém está me olhando. Isso aumenta meu ego...*¹³

Têm uma concepção assumida de que o corpo deve ser exposto, como objeto de contemplação e sedução.

Os **Dançarinos de salão** gostam de ritmos tradicionais, não lêem muito e sua diversão principal é ir a bailes. Têm uma concepção mais instrumental do corpo, que é concebido como instrumento de prazer e expressão através da dança.

Os grupos da terceira idade e da ginástica convencional, embora pertencentes a faixas etárias distantes, compartilham um universo cultural parecido: gostam de assistir a novelas e programas de auditório, não costumam ler nem ir ao cinema e gostam de estilos musicais tradicionais, como sertanejo e pagode. O grupo de ginástica convencional apresenta uma particularidade bastante reveladora desta tendência ao *gosto médio*: para todos os estilos musicais quase 50% das respostas encontra-se na categoria intermediária *gostar*. As únicas exceções são para os dois ritmos mais modernos, rap e funk, o que reforça a tendência à tradicionalidade do grupo.

¹² Depoimento de Luiza, freqüentadora da Capoeira no SESC.

¹³ Depoimento de Paulo, freqüentador da musculação .

A diferença entre a ginástica para a terceira idade e a ginástica convencional está no ritmo da aula: os exercícios são os mesmos, mas a maneira como são desenvolvidos é diferente.

A finalidade da aula para a terceira idade é bem diferente também, ocupando o espaço vazio gerado pelas sucessivas perdas vivenciadas por estas pessoas (morte de maridos/esposas/amigos ou filhos que se casam e saem de casa), que impõem a necessidade de elevar a auto-estima e reorganizar a vida, refazer laços afetivos e de amizade, enquanto o grupo de gin. convencional trata de malhar, para moldar o corpo, entendido como objeto de apreciação, mas ocultam esta expectativa ligada ao estético com o discurso da busca do corpo saudável.

Os grupos da terceira idade e da ginástica convencional, embora pertencentes a faixas etárias distantes, compartilham um universo cultural parecido: gostam de assistir a novelas e programas de auditório e não costumam ler nem ir ao cinema. Com relação ao gosto musical, em quase todos os estilos o grupo de ginástica concentra grande número de respostas (de 35% a 50%) na categoria intermediária *gostar*. A análise das informações relativas ao grupo da ginástica para terceira idade revela que os mais velhos gostam mesmo é dos ritmos *tradicionais* : quanto a valsa, tango e bolero, em média 90% das respostas concentram-se em *gosta* ou *gosta muito*. Os ritmos *modernos*, como rap e funk, em contrapartida, não são apreciados.¹⁴

A despeito das especificidades de cada grupo, podemos identificar traços comuns: a concepção de que a atividade física é um caminho para manter o corpo belo e saudável e de que a disciplina e a dedicação são indispensáveis para a obtenção de um bom resultado perpassa todas as modalidades investigadas. A percepção da academia como um espaço de sociabilidade, também constitui-se num dado comum a todos os grupos, que buscam fazer amigos, parceiros afetivos e interlocutores e, por fim, a sensação de prazer e bem-estar gerada pela atividade física, que, paradoxalmente, coloca-se como obrigação, gerando culpa quando não se a pratica.

NOTAS

1. Culto ao corpo é entendido como um tipo de relação dos indivíduos com seus corpos que tem como preocupação básica o seu modelamento, a fim de aproximá-lo o máximo possível do padrão de beleza estabelecido. Assim, envolve não só a prática de atividade física, mas também dietas, cirurgias plásticas, uso de produtos cosméticos e tudo o mais que responda à preocupação em se ter um corpo bonito e/ou saudável.

2. A este respeito, ver : SEVCENKO, N. *Orfeu extático na metrópole: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20*. São Paulo, Cia das Letras, 1992,. Nesta obra, o autor revela a associação entre a constituição da atmosfera moderna e a expansão dos espaços de exposição dos corpos, pela difusão dos hábitos esportivos, entre outras práticas.

3. Os *olimpianos* são definidos por Edgar Morin como os seres transformados em sobre-humanos pela cultura de massa. São os astros e estrelas de cinema, os campeões esportivos, governantes, pintores e literatos célebres. A imprensa seria responsável por *revesti-los de um caráter mitológico* e, por outro lado, *por buscar mergulhar em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação*. (MORIN, 1987:105-110)

4. A discussão sobre a relação entre indivíduo e sociedade será retomada no final deste artigo.

5. Em seu trabalho, a autora também utiliza estas variáveis como recorte fundamental para a discussão sobre estilos de vida dos leitores de revistas.

6. Os yoguis citam como diretores preferidos nomes pertencentes ao *circuito in*, como Bergman e Kurosawa; preferem os estilos musicais mais sofisticados, como jazz e clássico.

7. Os diretores citados como preferidos neste grupo (capoeiristas, frequentadores de dança de salão e musculação) são mais próximos a um *gosto médio*, como Tarantino e Spielberg. Quanto ao hábito de leitura, referências a títulos infanto-juvenis e à literatura exigida em vestibular foram feitas pelo grupo de capoeiristas, basicamente composto por adolescentes.

8. Este grupo declarou uma frequência rara ao cinema e não soube indicar preferência por diretor. Algumas referências ao hábito de leitura foram feitas dentre os praticantes da terceira idade, como jornais de bairro, com distribuição gratuita, e *Diário Popular*.

9. Sobre a relação entre estilos de vida, consumo e moda, ver GANETZ, H. "The shop, the home and femininity as a masquerade". In : FORNAS, J. & BOLIN, G. (eds.) *Youth culture in late modernity*. London/N. Deli, Sage, 1995.

BIBLIOGRAFIA.

- ADORNO, T. W. "Capitalismo tardio ou sociedade industrial". In: COHN, G. (org.) *Col. Grandes Cientistas Sociais*. São Paulo: Ática, 1986.
- BAUDRILLARD, J. *Sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, s/d.
- BOCOCK, R. & THOMPSON, K. *Social and cultural forms of modernity*. Cambridge/Oxford: Polity Press/Basil Blackwell/ TheOpen University, 1993.
- BO HEIMER: *Youth and modern lifestyles*. In: FORNAS, J. & BOLIN, G.: *Youth culture in late modernity*. Londres/ N. Deli:Sage Publications, 1995.
- BOURDIEU, P. "Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, R. (org.) *Pierre Bourdieu: Coleção Grandes Cientistas Sociais*, São Paulo: Ática, 1983.
- _____ *La distinción: critérios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1988.
- DEBERT, G.G. *A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento*. São Paulo: Edusp/Fapesp, 1999.
- _____ "Pressupostos da reflexão antropológica sobre a velhice". In: *Textos Didáticos*, nº 13. Campinas: IFCH/UNICAMP, 1994.
- FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- _____ O curso da vida: corpo, cultura e imagens do processo de envelhecimento. IN: DEBERT. G.G. *Antropologia e velhice. Textos Didáticos*. Campinas: IFCH/UNICAMP, março de 1993.
- ELIAS, N. *O processo civilizador: uma história dos costumes*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1994.
- FISCHLER, C. *Obeso benigno, obeso maligno*. In: SANT'ANNA, D. B. *Políticas do corpo*. São Paulo: Ed. Estação Liberdade, 1995.
- GANETZ, H. "The shop, the home and femininity as a masquerade". In: FORNAS, J. & BOLIN, G. (eds.) *Youth culture in late modernity*. Londres/N. Delhi: Sage publications, 1995.
- GIDDENS, A. *Modernidade e identidade pessoal*, Oeiras/Portugal: Celta Editora, 1997.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.
- LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero*. São Paulo: Cia das letras, 1999.
- MIRA, M. C. *O leitor e a banca de revistas*. São Paulo: Ed. Olho D'água, 2001.

- PROST, A. “Fronteiras e Espaços do privado. In: ARIÈS, P. & DUBY, G. *História da Vida Privada: da primeira guerra aos nossos dias*. São Paulo: Cia das Letras, 1992.
- SANT’ANNA, D. B. (org.) *Políticas do corpo*. São Paulo: Ed. Estação Liberdade, 1995.
- SCHPUN, M. R. *Beleza em jogo: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20*. São Paulo: Ed. SENAC/Boitempo editorial, 1999.
- SEVCENKO, N. *Orfeu extático na metrópole: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20*. São Paulo: Cia das Letras, 1992,.
- SIMMEL, G. *Philosophie de la modernité. La femme, la ville, l’individualisme*. Paris: Payot, 1989.
- WAIZBORT, L. *As aventuras de Georg Simmel*. São Paulo: Editora 34, 2000.