



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTs DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTs DE GRADUAÇÃO

## Saúde em Tempos de “Musas *Fitness*”: Uma Análise do Perfil de Mirian Bottan no *Instagram*<sup>1</sup>

Maria Beatriz Filgueiras Prata de Almeida<sup>2</sup>

Universidade Federal de Sergipe

### Resumo

O presente artigo visa discorrer sobre as possibilidades de promoção da saúde mental e autoaceitação por meio do aplicativo *Instagram*, tendo como objeto de análise o perfil da jornalista Mirian Bottan. A partir da análise das postagens realizadas por Mirian durante três meses, buscou-se analisar seus *posts* quanto à pertinência dos mesmos no contexto da saúde mental e conscientização sobre transtornos alimentares, levando em consideração a viralização do *lifestyle fitness* no *Instagram*. Para tanto, utilizou-se o método da Análise de Conteúdo proposto por Bardin (1977), criando categorias e códigos para as postagens investigadas. Desse modo, foi possível compreender as temáticas mais abordadas por Mirian durante o período e as características de sua abordagem. Como conclusão, observou-se que a jornalista apresenta uma contribuição positiva para o esclarecimento e diálogo a respeito dos transtornos alimentares e de autoimagem, promovida pelos diversos tipos de postagem em seu perfil.

**Palavras-chave:** Autoimagem; *Instagram*; Saúde Mental; *Fitness*; Transtornos Alimentares.

### Introdução

O presente artigo visa discorrer sobre as possibilidades de promoção da saúde mental e autoaceitação a partir da utilização do aplicativo *Instagram*, que conta atualmente com cerca de 700 milhões de usuários, além de apresentar crescimento e popularização constantes (RECODE, 2017, tradução da autora). O conteúdo dessa mídia social pauta-se na disseminação de imagens, de forma que os atributos estéticos são o grande destaque e associam-se ao sucesso na plataforma (LIMA, 2016). Nesse contexto, tornou-se viral o estilo de vida *fitness*, de forma que muitos usuários do *Instagram* admiram e buscam viver de forma semelhante. Essa diferença entre o padrão de beleza vigente e o tipo físico da população gera uma série de inseguranças, o que pode evoluir para sérios problemas de autoimagem, desencadeando em um transtorno alimentar (KAKESHITA e DE SOUSA

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no 3º Encontro de GTs de Graduação - Comunicon, realizado no dia 10 de outubro de 2018.

<sup>2</sup> Estudante de Comunicação Social – Hab. em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Sergipe; bolsista voluntária do LAVINT – Laboratório de Análise de Visualidades, Narrativas e Tecnologias e participante do LEI – Laboratório de Empreendedorismo e Inovação. E-mail: beafilgueiras@gmail.com



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

ALMEIDA, 2006). A partir da Análise de Conteúdo proposta por Bardin (1977), buscou-se codificar e analisar as postagens feitas por Mirian Bottan – jornalista paulista que se utiliza da mídia social para divulgar conteúdos pertinentes a respeito da saúde mental em decorrência da autoimagem– de forma a observar como ela organiza e apresenta o conteúdo do seu *feed*, e de que modo o torna um perfil de grande importância na discussão sobre os transtornos alimentares e psicológicos.

A partir disso, foi analisado o poder da imagem na sociedade pós-moderna, a relação da assimilação dessas imagens externas com a autoimagem, de que forma a sociedade da imagem deu força para a popularização das musas *fitness*, quais as influências da discrepância entre o “corpo ideal” e o “corpo real” no surgimento e evolução de um transtorno alimentar e de que modo, nesse panorama, emerge a imagem e as contribuições de Mirian Bottan.

### 1. *Instagram* e o poder da imagem

*“Quer as imagens tenham um efeito de alívio ou venham a provocar selvageria, sejam manuais ou mecânicas, fixas, animadas, em preto e branco, em cores, mudas, falantes – é um fato comprovado, desde algumas dezenas de milhares de anos, que elas fazem agir e reagir”*

**Regis Debray**

Surgido em outubro de 2010, o que o consolida como um dos mais recentes canais de promoção de redes sociais, o *Instagram* é um aplicativo para Android, Iphone e Windows Phone inspirado no conceito da Polaroid (FRANDOLOSO, 2014). A plataforma de compartilhamento de vídeos e imagens possui atualmente cerca de 700 milhões de usuários e pertence à *Facebook Inc.*, de Mark Zuckerberg. Esta mídia social baseia-se em conteúdo imagético, permitindo ao usuário representar a si mesmo da forma que preferir a partir do compartilhamento de fotografias em seu perfil (muitas vezes também chamado de *feed*), além de poder “seguir” outros *feeds* que se relacionem aos seus gostos pessoais.

O surgimento e a popularidade dessa nova mídia pode se relacionar a um fenômeno da pós-modernidade: a cultura da imagem, que, para Moura (2017), caracteriza-se como um movimento fortalecido pela visualidade imposta a um espectador - o que se relaciona à sociedade do espetáculo proposta por Debord (2003). Como uma das consequências dessa “sociedade do espetáculo”, as imagens estão protagonizando cada vez mais espaços: dentro da cibercultura, o *Instagram* é um dos principais meios onde isso ocorre. Assim, a partir da tecnologia, as pessoas passam a cercar-se de mensagens imagéticas e dos símbolos por detrás delas, assimilando o seu conteúdo.



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

“Este actual esplendor da imagem, uma imagem que nos rodeia, atravessa, assedia, alucina e esgazeia, uma imagem envolta em luz eléctrica, uma luz de que só nos damos conta quando falha, é indissociável de o mundo se tornar imagem pela tecnologia. Aqui está um primeiro aspecto que eu gostaria de realçar: boa parte do poder das imagens, da sua força, está na tecnologia, ou melhor, na força da tecnologia”. (MARTINS, 2003, p. 2)

Diante desse fenômeno, a partir da perspectiva de Moura (2017), é necessário deixar claro que as imagens não são necessariamente vilãs da nossa sociedade. Não é plausível demonizar a saturação imagética da pós-modernidade, pois a imagem é um recipiente que permite a transmissão de diversas mensagens, podendo ser utilizada como uma ferramenta relacionada ao conhecimento. Esse pensamento se relaciona ao viés de Mitchell (2009), quando o autor afirma que o posicionamento opositivo é um clichê do nosso tempo, onde se considera a imagem como dissimuladora, superficial e ilusória. Se não más, o que as imagens realmente são? Quais os objetivos por trás delas? Uma abordagem interessante que trata da relação entre as imagens e seus espectadores é a proposta por Mitchell (2009), ao afirmar que:

“Quando me pedem uma resposta rápida para a pergunta “O que querem as imagens?”, sempre respondo que elas querem ser beijadas. Mas então surge a questão: o que é um beijo? E a resposta é que ele é um gesto de incorporação, de vontade de engolir o outro sem matá-lo – de “comê-lo vivo”, como se diz. Então queremos assimilar a imagem a nossos corpos, e elas querem assimilar-nos aos delas. É um caso amoroso correspondido, mas um caso permeado tanto por perigo, violência e agressão quanto por afeição” (MITCHELL, 2009, p. 4).

A partir do processo de assimilação proposto por Mitchell (2009) em relação à realidade pós-moderna da “sociedade da imagem”, o presente estudo visa analisar o poder do *Instagram* em relação à autoimagem dos seus usuários, especificamente quanto à consciência corporal, assunto explorado no tópico seguinte, a partir dos conceitos de imagem corporal e transtornos alimentares, relacionando-os ao uso do *Instagram* e ao *boom* do *lifestyle fitness* na plataforma.

## **2. Promoção e Consequências da “Vida Fitness” no Instagram: Imagem Corporal e Transtornos Alimentares**

A imagem corporal é um dos componentes mais importantes do processo de identidade pessoal. Gardner (1996) a define como a “figura mental” que temos da forma do nosso corpo, suas medidas e contornos. Na sociedade da imagem, a mídia é o principal meio de disseminação do “corpo ideal”, de forma que há, para Kakeshita e de Sousa Almeida (2006), um conflito entre o ideal de beleza da sociedade e o tipo físico da maioria da população, o que torna o ambiente sociocultural uma das



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

condições que determinam o desenvolvimento de distorções e distúrbios de imagem corporal. O bombardeamento de imagens de “corpos perfeitos” está atrelado à pressão para alcançar esse padrão, muitas vezes digitalmente alterado por meio de programas de edição de imagem. Nesse panorama, os transtornos alimentares ganham espaço e força – por transtorno alimentar, compreende-se que estes são determinados por fatores diversos que interagem entre si de modo complexo, para produzir e perpetuar a doença (MORGAN, VECCHIATTI e NEGRÃO, 2002).

Para Andrade e Bosi (2003), a sociedade – especialmente as mulheres – vivencia uma “insatisfação crônica” com a imagem corporal, em um percurso que tende a criar uma busca militante pela beleza ditada pela indústria de consumo. Nesse percurso, é possível apontar, além da anorexia e bulimia (os dois transtornos com maior conhecimento por parte da população) a existência de duas outras doenças a nível alimentar: a ortorexia e vigorexia. Os indivíduos acometidos pela vigorexia frequentemente se descrevem como “fracos”, ainda que possuam uma estrutura muscular desenvolvida, de modo que:

“(…) se preocupam de maneira anormal com sua massa muscular, o que pode levar ao excesso de levantamento de peso, prática de dietas hiperproteicas, hiperglicídicas e hipolipídicas, e uso indiscriminado de suplementos proteicos, além do consumo de esteróides anabolizantes” (Camargo *et al.*, 2008).

Já a ortorexia, para Bratman (1997) dá-se como uma obsessão extrema e psicologicamente limitante por alimentar-se de forma saudável. Esses dois transtornos ligam-se à prática de atividades físicas, com destaque para a musculação. A “vida *fitness*”, amplamente divulgada no *Instagram*, relaciona-se diretamente à disseminação de padrões que podem vir a causar esses transtornos, de forma que:

“O estilo de vida *fitness* surge então como um estilo de vida em que seus agentes buscam inserir práticas aparentemente mais saudáveis em suas rotinas, com os objetivos de melhorar a saúde e a imagem física, sendo seus hábitos e objetivos pontos em comum. Esse grupo, usa o *Instagram* como uma das principais ferramentas de divulgação e propagação das ideias relacionadas ao *fitness*, lançando um mercado de consumo que dá valor às práticas envolvidas”. (LIMA, 2016, p. 11)

No aplicativo *Instagram*, os atributos físicos servem como a primeira impressão da imagem e das qualidades de uma pessoa, sendo um indicador de sucesso e aceitação entre os usuários da rede, o que pode despertar nestes o desejo de viver de forma semelhante. É no despertar dessa vontade que se escondem os perigos da obsessão por esse estilo de vida: uso de anabolizantes, cirurgias estéticas,



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

dietas extremamente restritivas, sentimento de culpa ao passar um dia sem atividades físicas ou após comer algo que não conste na dieta, sobrecarga de atividades físicas e o surgimento e desenvolvimento de transtornos alimentares – especialmente a ortorexia e vigorexia. É nesse panorama onde surge a figura de Mirian Bottan – a paulista de 30 anos enfrentou transtornos alimentares dos 13 aos 28 anos de idade, tendo vivenciado a bulimia, anorexia, compulsão e, posteriormente, a ortorexia e vigorexia. Durante um longo período de recaídas e autoconhecimento, a jornalista observou, anos depois, que a raiz desses transtornos se relacionava à não aceitação da rejeição, o que a levou a expor suas vivências na internet. No *Instagram*, mídia social escolhida para analisar as postagens de Mirian, a jornalista conta com cerca de 220 mil seguidores, divulgando diariamente mensagens de aceitação, episódios vividos durante a época dos transtornos e diversas explicações sobre saúde mental e transtornos alimentares, de modo a tornar o seu *feed* um local de extrema importância para usuários que sentem a pressão de alcançar o padrão impossível do “corpo ideal”.

## Metodologia

Para a realização da presente pesquisa foram investigados três meses de publicação no perfil de Mirian Bottan no *Instagram*, durante o período de 03 de junho a 03 de setembro de 2017, com o intuito de analisar como são abordados os transtornos alimentares e de autoimagem para o público que a acompanha. Para isso, utilizou-se o método de Análise de Conteúdo proposto por Bardin (1977) que se refere a:

“Um conjunto de técnicas de análises da comunicação visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (BARDIN, 1977, p. 42).

Seguindo os requerimentos do método escolhido, foram criadas categorias e códigos de análise, de forma que as categorias foram divididas em duas: Imagem e Legenda. Para essas duas categorias, foram criados 21 códigos a partir da observação das postagens. A tabela 1 abaixo sistematiza as categorias e códigos:



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

**Tabela 1:** Codificação criada a fim de analisar as postagens do perfil do *Instagram* de Mirian Bottan.

<b>IMAGEM</b>	<b>Reflexão</b>	Referente às imagens, em forma de desenhos ou textos, que promovem algum tipo de reflexão acerca de autoaceitação, autoestima, consciência corporal e amor próprio.
	<b>Foto Rosto</b>	Referente às fotografias em que o foco é o rosto de Mirian,
	<b>Foto Corpo</b>	Referente às fotografias em que Mirian mostra seu corpo atual.
	<b>Foto comparativa</b>	Referente às imagens divididas, com duas fotografias diferentes de Mirian em comparativo.
	<b>Notícia</b>	Referente às imagens que trazem notícias da internet, sobre casos ocorridos ou sobre famosos (em relação à gordofobia, não aceitação, etc.)
	<b>Divulgação</b>	Referente às imagens cujo propósito é divulgar a participação de Mirian em eventos ou programas.
	<b>Meme</b>	Referente às imagens retiradas da internet com conteúdo divertido.
	<b>Alerta</b>	Imagens que chamam atenção para um tema específico, utilizadas como título para os textos que as acompanham.
	<b>Foto antiga</b>	Referente às imagens da infância ou adolescência de Mirian.
	<b>Paisagem</b>	Referente às imagens que retratam algum local.
<b>LEGENDA</b>	<b>Autocuidado</b>	Referentes aos textos de aconselhamento e dicas em relação ao autocuidado psicológico.
	<b>Reflexão</b>	Referente às legendas cujo conteúdo busca gerar uma reflexão no leitor.
	<b>Alerta</b>	Referentes às legendas que buscam esclarecer questões sobre distúrbios alimentares e transtornos psicológicos.
	<b>Casos de gordofobia</b>	Divulgação de casos de gordofobia.
	<b>Depoimento</b>	Quando Mirian compartilha textos a respeito de sua vida pessoal, casos que ocorreram com ela e eventos de superação.
	<b>Frases</b>	Frases inspiracionais.
	<b>Reposts</b>	Quando Mirian compartilha conteúdo produzido por outros <i>feeds</i> .
	<b>Resposta</b>	Textos em que Mirian responde à críticas recebidas.
	<b>Sarcasmo</b>	Referente às legendas em que Mirian usa do humor para rebater críticas e combater a gordofobia.
	<b>Divulgação</b>	Referente às legendas que buscam divulgar a participação da jornalista em eventos ou programas.

Fonte: pesquisa de campo.

A partir da observação de cada código, suas repetições no *feed* de Mirian e o agrupamento destes, buscou-se relacionar as imagens postadas às legendas que as acompanham, analisando então o



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

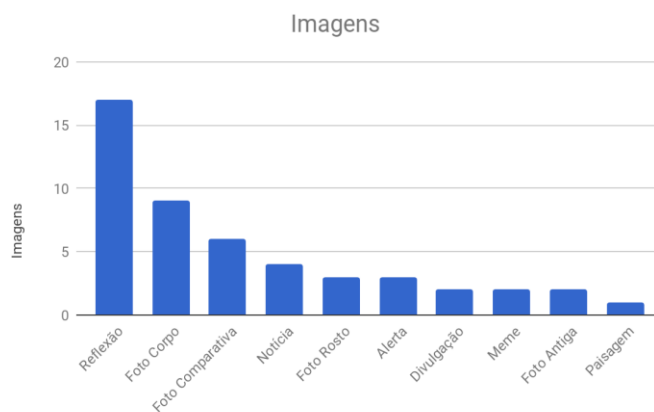
6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

tipo de conteúdo produzido em relação à conscientização a respeito dos transtornos alimentares, divulgação de material de apoio e reflexões acerca da autoimagem a partir dos aprendizados da própria Mirian.

### **Análise e discussão sobre o perfil de Mirian Bottan no *Instagram***

Na categoria Imagens, observou-se que, durante o período analisado, as postagens de Mirian centraram-se nos códigos classificados como: Reflexão (com 17 ocorrências), Foto Corpo (9 ocorrências) e Foto Comparativa (6 ocorrências). As imagens codificadas como “Reflexão” trazem frases curtas, muitas vezes em tom interrogativo, ou imagens (em forma de tirinhas ou ilustrações acompanhadas de frases) onde Mirian busca fazer com que seus seguidores possam refletir e analisar as situações que vivem e perceber que diversos sentimentos vivenciados por eles estão atrelados à baixa autoestima, culpabilização, gordofobia e até transtornos alimentares. O gráfico 1 abaixo explicita a quantidade de ocorrências de cada código durante o período de análise:

**Gráfico 1:** Número de *posts* relacionados à cada código da categoria “Imagens” durante o período de análise



Fonte: Pesquisa de campo.

As postagens codificadas como “Foto Corpo” trazem imagens de Mirian usando pouca roupa, com um semblante alegre e expando em poses confiantes o real formato do seu corpo sem a utilização de programas de edição de imagem. O terceiro código com mais ocorrências, “Foto Comparativa”, traz imagens em que Mirian dispõe, lado a lado, duas fotos a fim de discorrer sua opinião, como por exemplo: fotos antigas *versus* fotos atuais, fotos alteradas digitalmente *versus*



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

fotos naturais e até fotos que buscam mostrar a realidade por trás do *Instagram*. A Imagem 1 a seguir busca exemplificar as três categorias com maior frequência no período por meio da colagem de imagens retiradas do *Instagram* de Mirian:

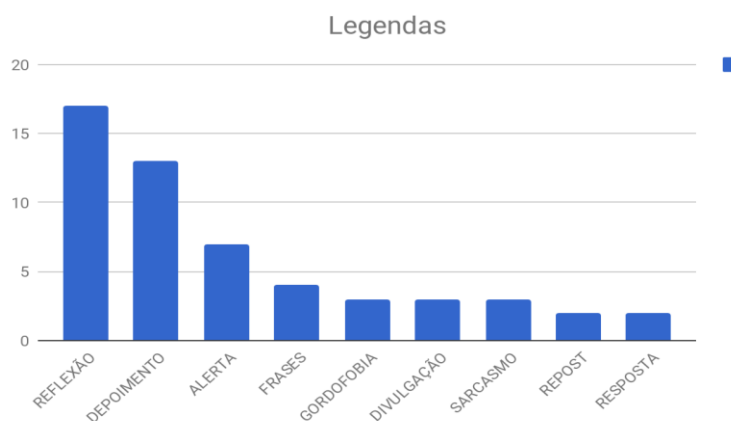
Imagem 1: Colagem de fotos das categorias “Foto Comparativa”, “Reflexão” e “Foto Corpo”.



Fonte: [instagram.com/mbottan](https://www.instagram.com/mbottan)

Já na categoria Legendas, observa-se a predominância dos códigos Reflexão (17 ocorrências), Depoimento (13 ocorrências) e Alerta (7 ocorrências). O Gráfico 2 abaixo busca apresentar os resultados da categoria:

Gráfico 2: Número de *posts* relacionados à cada código da categoria “Legendas” durante o período de análise.



Fonte: Pesquisa de campo.





COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

As legendas pertencentes ao código “Reflexão” trazem textos escritos pela própria Mirian em que ela questiona os padrões de beleza e diversos sentimentos comuns aos seus seguidores, como a vergonha do próprio corpo, o medo de não ser aceito, a insegurança e o desconhecimento do próprio valor (por atrelá-lo apenas à beleza física), como é possível exemplificar a partir desse trecho, datado de 01/07: “Se você comparar o que vc precisa abrir mão com o que vc ganha, vale a pena? Faz vc se sentir verdadeiramente bem? Esse é (ou deveria ser) o nosso termômetro”.

Os *posts* codificados como “Depoimento” trazem vivências de Mirian, abordando ocorridos durante o período em que ela vivenciou transtornos alimentares, questões a respeito de sua infância, episódios de compulsão, insegurança e também superação, em um tom intimista de proximidade com os seguidores, como no trecho apresentado a seguir, do dia 09/06: “Particpei de desfiles e concursos dos 6 aos 11 anos de idade. Esse trecho é da final do último deles. Graças a um close do cinegrafista, tenho registrado em imagem o nervosismo que a situação me causava: o corpo todo se mexendo, o sorriso forçado, o tique nervoso de apertar os olhos que começou nessa fase e me acompanhou por anos. A angústia de esperar pra saber se eu seria aprovada por ser como eu era fisicamente. Não fui. Nunca ganhei nada”.

Já o código “Alerta” traz textos escritos por Mirian em que ela busca esclarecer questões a respeito de diversos temas, como ansiedade, compulsão alimentar e relações interpessoais, atrelando esses temas ao surgimento e desenvolvimento de transtornos psicológicos e/ou alimentares, o que pode ser observado no trecho a seguir, onde Mirian aborda a compulsão alimentar, datado do dia 28/08: “A primeira coisa que precisamos entender para tratar a compulsão alimentar é que o COMPORTAMENTO COMPULSIVO é um sintoma PSICOLÓGICO, que pode se manifestar como compulsão por comida, mas também por compras, álcool, drogas, sexo ou qualquer coisa que nos proporcione algum prazer imediato e garantido. É uma forma de (não) lidarmos com dores, medos, ansiedade ou qualquer sentimento que nos cause angústia, perseguindo obsessivamente um (ou mais de um) prazer rápido que nos faça esquecer o mal-estar, ainda que momentaneamente”.

## Considerações Finais

Por se basear em conteúdo imagético, é possível atrelar o *Instagram* à cultura da imagem, tal como proposta por Moura (2017) ao apontar um movimento surgido a partir da visualidade imposta a um espectador; além disso, também é possível relacionar o aplicativo à sociedade do espetáculo,



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

conceito proposto por Debord (2003) onde o autor afirma que as imagens estão protagonizando cada vez mais espaços e sendo cada vez mais dotadas de significado. É desse modo que, a partir da tecnologia, as pessoas passam a cercar-se de mensagens imagéticas e dos símbolos por detrás delas, assimilando o seu conteúdo. No *Instagram*, a aparência do indivíduo é seu principal “cartão de visitas”, sendo capaz de indicar o nível de sucesso e aceitação entre os usuários da rede: isso pode despertar nos usuários do *app* o desejo de ser, parecer e viver um estilo de vida semelhante ao que faz sucesso na rede - esses usuários de grande sucesso são categorizados como “blogueiros”, e, dentre tantos *lifestyles*, os blogueiros *fitness* recebem grande atenção dos outros usuários.

A comparação do estilo de vida e da imagem corporal desses blogueiros com o restante dos usuários pode gerar uma série de inseguranças: segundo Andrade e Bosi (2003), a sociedade, principalmente as mulheres, vive uma “insatisfação crônica” com a imagem corporal, de modo a buscar incessantemente a beleza ditada pela indústria de consumo. Essa insatisfação colabora para o surgimento e desenvolvimento de transtornos alimentares, tais como a anorexia, bulimia, vigorexia e ortorexia. Portanto, a necessidade de debater estes temas tem sido cada vez mais destacada. Nesse panorama, Mirian Bottan surge como uma das pioneiras desse debate nas redes sociais.

A partir da análise de conteúdo realizada no presente trabalho, foi possível observar que Mirian apresenta um conteúdo amplo e esclarecido para os seus seguidores. As imagens postadas variam entre diversos códigos, de forma que há uma série de imagens onde só constam frases reflexivas, por exemplo, cujo foco é a legenda – onde a jornalista desconstrói estereótipos, levanta questionamentos e aborda temas relacionados à saúde física e mental. Além disso, é preciso ressaltar que Mirian busca fazer do seu *feed* um local autêntico, não postando apenas *selfies* bem produzidas e editadas, mas sim imagens que fazem parte da realidade do público – como uma *selfie* com o cabelo despenteado, olheiras e ausência de maquiagem. Apresentando-se assim, Mirian passa a imagem de uma pessoa real, palpável, que não busca vender um corpo ou rosto perfeito – mas que não nega a si mesma o conforto de sentir-se bem em sua própria pele. Por meio de suas mensagens, depoimentos e fotos realistas ou comparativas, além da difusão de notícias em que a gordofobia aparece mascarada, Mirian divulga conteúdo e promove um debate importante em tempos de sociedade da imagem, onde o estilo de vida *fitness* e as suas “musas” têm ganhado cada vez mais destaque, tornando-se um



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

padrão de beleza que muitas vezes tem os transtornos alimentares como o alicerce daqueles que tentam alcançá-lo.

## Referências

ANDRADE, A., BOSI, M. L. M., **Mídia e subjetividade: impacto no comportamento alimentar feminino.** Campinas: Revista Nutrição, vol. 16, no. 1, 2002.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70 Ltda, 1977.

BRATMAN, S. **The health food eating disorder.** Yoga Journal, 1997. Disponível em: <<http://www.orthorexia.com/original-orthorexia-essay/>>.

CAMARGO, T. P. P. C., COSTA, S. P. V., UZUNIAN, L. G., VIEBIG, R. F., **Vigorexia: revisão dos aspectos atuais deste distúrbio de imagem corporal.** São Paulo: Revista brasileira de psicologia do esporte, 2008.

FRANDOLOSO, L. F. **Retratos do cotidiano: o instantâneo fotográfico a partir da Polaroid até o Instagram.** Londrina: Encoi, 2014.

KAKESHITA, I. S., DE SOUSA ALMEIDA, S., **Relação entre índice de massa corporal e a percepção da auto-imagem em universitários.** Revista de Saúde Pública [online], 2006.

LIMA, G. S., **Blogueiras fitness no Instagram: a construção de um estilo de vida.** Universidade Federal de Brasília, 2016.

MARTINS, M. L., **O poder das imagens e imagens do poder.** In: A Tirania da Imagem, Cadernos do ISTA, nº 15, Lisboa, Instituto São Tomás de Aquino, pp. 127-134.

MITCHELL, W. J. T. **Como caçar (e ser caçado por) imagens: Entrevista com W. J. T. Mitchell.** Brasília: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-compós, Brasília, v.12, n.1, jan./abr., 2009.

MORGAN, C. M., VECCHIATTI, I. R. & NEGRÃO, A. B., **Etiologia dos transtornos alimentares: Aspectos biológicos, psicológicos e socioculturais.** Revista Brasileira de Psiquiatria, 2002.

MOURA, A. G., **Imagem complexa, o híbrido e os lugares transversais de significação na comunicação da pós-modernidade.** Rio de Janeiro: XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2017.

OLIVEIRA, L. L., HUTZ, C. S., **Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo.** Psicologia em Estudo, Maringá, v. 15, n. 3, p. 575-582, jul./set. 2010.

PINHEIRO, C. S., CASTRO JÚNIOR, L. V., **Historicidade da estética feminina e cultura da autoimagem em modelos adolescentes.** 2º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda, 2015.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

RECODE. **Instagram is growing faster than ever and now has 700 million users.** Recode, 2017. <https://www.recode.net/2017/4/26/15430702/instagram-facebook-snapchat-growth-700-million-users> Acesso em: 17 de ago. de 2017.

REVISTA MARIE CLAIRE. **Eu, leitora: “Depois de quinze anos, superei o transtorno alimentar que me fez chegar aos 38kg”.** Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/EuLeitora/noticia/2017/05/eu-leitora-depois-de-dez-anos-superei-o-transtorno-alimentar-que-me-fez-chegar-aos-38kg.html> Acesso em: 20 de ago. 2017.