UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DESPORTOS

ALAINI MIRANDA BASTOS DIAS

INFLUÊNCIA DA MÍDIA, CULTO AO CORPO E EDUCAÇÃO FÍSICA: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

VITÓRIA

2022

ALAINI MIRANDA BASTOS DIAS

INFLUÊNCIA DA MÍDIA, CULTO AO CORPO E EDUCAÇÃO FÍSICA: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharel em Educação Física, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Educação Física da Universidade Federal do Espírito Santo.

Orientadora: Profª Drª Marcela Bruschi

VITÓRIA

2022

ALAINI MIRANDA BASTOS DIAS

INFLUÊNCIA DA MÍDIA, CULTO AO CORPO E EDUCAÇÃO FÍSICA: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharel em Educação Física, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Educação Física da Universidade Federal do Espírito Santo.

Aprovado em _____ de _____ de _____.

COMISSÃO AVALIADORA:

_____

Profª Drª Ana Carolina Capellini Rigoni

Universidade Federal do Espírito Santo

_____

Prof. Ms. Ronildo Stieg

Universidade Federal do Espírito Santo

Formatado: Italiano (Itália)

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por estar presente em todos os momentos de minha vida e por nunca ter me desamparado.

AGRADECIMENTOS

Aos meus familiares, pela compreensão e disponibilidade em todos os momentos deste Curso.

A professora orientadora Marcela Bruschi, pelo direcionamento seguro dado a este trabalho.

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a elaboração desta pesquisa.

Agradeço a Deus que me deu força para concluir este curso.

RESUMO

Esse trabalho teve como objetivo realizar uma análise sobre a propagação do culto ao corpo na mídia e seu impacto na sociedade contemporânea. Trata-se de uma revisão de literatura, realizada em revistas científicas da Educação Física publicadas no Brasil. O objetivo central que orienta esse estudo é: investigar o impacto do culto ao corpo, vinculado pela mídia, na saúde mental de toda a população, identificando os possíveis motivos que as levam a buscar um corpo perfeito. Para se alcançar o objetivo pretendido, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, desenvolvida por meio de definição de objetivos a serem alcançados, identificação e localização das fontes bibliográficas, leitura analítica e interpretativa do material previamente selecionado. A investigação mostra que a forma como a mídia propaga a construção dos padrões de beleza e de culto ao corpo deve ser repensada, uma vez que pode trazer impactos nocivos aos indivíduos.

Palavras-chave: Mídia. Culto ao corpo. Imagem Corporal. Educação Física.

ABSTRACT

This work aimed to carry out an analysis on the propagation of the cult of the body in the media and its impact on contemporary society. This is a literature review, carried out in scientific journals of Physical Education published in Brazil. The central objective that guides this study is to investigate the impact of the cult of the body, linked by the media, on the mental health of the entire population, identifying the possible reasons that lead them to seek a perfect body. In order to achieve the intended objective, a bibliographic research was carried out, developed through the definition of objectives to be achieved, identification and location of bibliographic sources, analytical and interpretative reading of the previously selected material. The investigation shows that the way the media propagates the construction of beauty standards and body worship must be rethought, since it can have harmful impacts on individuals.

Keywords: Media. Worship of the body. Body image. PE.

SUMÁRIO

1. **INTRODUÇÃO**..... 8
2. **MÉTODO**..... 12
3. **A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO CORPO**..... 16
4. **CORPO E MÍDIA**..... 18
5. **MÍDIA, INSATISFAÇÃO CORPORAL E DOENÇAS PSICOSSOMÁTICAS**.. 21
6. **CULTO AO CORPO E EDUCAÇÃO FÍSICA**..... 23
7. **CONSIDERAÇÕES FINAIS**..... 27
8. **REFERÊNCIAS**..... 30

1. INTRODUÇÃO

O culto ao corpo e a imposição de padrões de beleza sempre foram uma realidade para a sociedade. Talvez o que tenha mudado seja a maneira da propagação desse conceito. Nosso pressuposto é analisar através de uma revisão de literatura dos estudos da área, a forma como a mídia propaga modelos de corpos e comportamentos a serem seguidos, afim de educar nossos corpos. Para Foucault (2004), um corpo dócil pode ser submetido, pode ser utilizado, transformado e aperfeiçoado. Dessa maneira, é importante realizar uma análise crítica sobre os discursos de corpo, saúde e consumo que circulam na mídia, buscando reencontrar a subjetividade do indivíduo.

O Brasil, por exemplo, é o terceiro país que mais usa redes sociais no mundo, novas mídias que se caracterizam pelo compartilhamento de imagens e vídeos, com base no ranking divulgado pelos sites Hootsuite[1] e, Weare Social.[2] As novas formas de comunicação por meio das redes sociais têm influenciado a crescente preocupação com o corpo, além de ditar comportamentos e padrões de beleza a serem seguidos. De acordo com Lira et al., (2017), essas novas mídias reforçam o narcisismo e os padrões de beleza vigentes e alguns estudos já tem avaliado seus impactos sobre a imagem corporal.

Ocorre que a influência da mídia vai além dos meios de comunicação. Leitzke e Rigo (2020) apontam como indícios a emergência de uma sociedade de controle: uma nova configuração social, exercida a partir de um poder constante e de uma comunicação rápida e contínua. Assim, a sociedade de controle não está presa na individualidade. O indivíduo não pertence a nenhuma identidade, mas pertence a todas, entrando na ideia de corpo maleável observada por Foucault (1987), onde o corpo pode ser manipulado, modelado e treinado.

Considerando o potencial de alcance e produtividade da mídia, é muito importante problematizar as discussões sobre corpo. Os padrões de beleza, por exemplo, antes cultuados somente por meio de revistas e programas de TV, ampliaram e passaram a ter seu foco de propagação em outros meios, principalmente com o *boom* das plataformas de compartilhamento de imagens e vídeos, como o Facebook, o

[1] Painel de gerenciamento de marketing em mídias sociais: Hootsuite - Best Way To Manage Social Media.
[2] Agência criativa global, com foco em mídias sociais. Creative Agency - We Are Social USA.

Youtube e o Instagram, possibilitando interação entre as pessoas. Juntamente com esse novo contexto tecnológico, imagens de corpo ganham vida na sua capacidade de extensão ao sujeito, de modo que afetam sentidos e ultrapassam o domínio do visível. Cada vez mais pessoas investem no seu corpo, com o intuito de alcançar maior beleza e estimulação social, assistindo-se a um mercado crescente de produtos e serviços.

Portanto, a relevância da pesquisa se justifica pela necessidade de compreender o crescimento da propagação de padrões corporais na mídia, de modo a problematizar os impactos da atual conjuntura sobre a vida de indivíduos que buscam adequar-se aos arquétipos corporais, para pensar e refletir sobre o lugar da Educação Física nessa problematização.

A mídia consiste em uma criação humana, que trabalha para atender os interesses de grupos, mas também de pretensões mercadológicas. Sendo assim, muitas vezes veicula imagens de corpos que se encaixam em determinados padrões de beleza para fomentar a indústria. Modelos corporais são evidenciados e associados a determinados ideais de saúde, magreza, felicidade e sucesso. Deste modo, para Hansen e Vaz (2006), os espectadores são observados como intersecção, em que é possível engendrar vocabulários, códigos, rituais, costumes e estruturas hierárquicas que conferem um modo de agir e de ser peculiares e especificamente normatizados. É importante salientar, que em alguns momentos o usuário das mídias sociais deixam de ser um mero espectador e passam a ser um agente ativo que reforça através de *likes*[3] e compartilhamentos os conteúdos divulgados por ela, promovendo sua repetição.

Para Barbosa, Matos e Costa (2011), a mídia acaba, portanto, apoderando-se da subjetividade de cada indivíduo, incitando-o a recriar-se segundo o modo ou estilo de vida que ela propaga. Segundo Gomes e Caminha (2013), a divulgação de padrões ideais de corpos acaba servindo como referência na construção dos sentidos de corpo ideal. Isso fez com que os usuários das redes sociais na contemporaneidade estejam sendo marcados por valores de consumismo atrelados ao culto ao corpo. Esse comportamento está presente todas classes sociais e faixas etárias, evidenciando a questão estética como tema mais importante. Por vezes o

[3] Dar *like*, significa curtir a foto, vídeo ou post em redes sociais. Disponível em: www.qualeagiria.com.br/giria/dar-like

discurso da saúde é apresentado, mas para camuflar outras intencionalidades, pois, para alguns grupos, a estética torna-se um ponto crucial e a saúde pode ser contemplada apenas como consequência da boa forma.

Na sociedade contemporânea, marcada pelo valor do consumismo, o corpo também se tornou objeto de consumo. O consumo alimentar, cultural e a forma de apresentação a partir do vestuário, da higiene, dos cuidados com a beleza etc., são ditados na sociedade atual, como os mais importantes modos de se distinguir dos demais indivíduos (CASTRO, 2007; GOMES; CAMINHA, 2016). Isso faz com que o investimento no corpo ganhe a forma, sobretudo, de acúmulo de capital simbólico (BOURDIEU, 2014), pois é uma forma de experimentar a posição do sujeito no espaço social, proporcionando status à pessoa.

A prática do culto ao corpo e a supervalorização da imagem corporal é uma temática mundial. Em especial, é possível perceber que há no Brasil uma preocupação exacerbada com o corpo. Talvez essa cobrança seja maior por se tratar de um país tropical, com grandes faixas litorâneas, onde o corpo muitas vezes está mais exposto, ou talvez se trate de algo cultural e que tem se tornado um problema social. No Brasil e no mundo a preocupação e os cuidados com o corpo estão cada vez maiores, com exercícios físicos, com a dieta alimentar, com o consumo desmedido de cosméticos, com o consumo de suplementos e, conforme Silva et al. (2018, p. 240), “entre os mais diversos métodos procurados para adequação aos padrões estéticos atuais, estão os medicamentos inibidores de apetite. Os anorexígenos são fármacos muito consumidos pelos brasileiros para o tratamento da obesidade”. Essa procura é induzida principalmente pelo processo de busca do corpo dito como belo, estimulado pela massificação das mídias, onde o corpo ganha mais espaço.

Contudo, as intervenções realizadas pelos brasileiros não param no consumo de cosméticos e medicamentos. Segundo os dados da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS) e da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), o país é o primeiro no mundo no número total de procedimentos estéticos cirúrgicos e segundo no número de procedimentos estéticos não cirúrgicos. Observa-se também o aumento desta procura por adolescente, o que é preocupante. Em 2016, 6,6% de cirurgias plásticas foram realizadas em adolescentes entre 13 a 18 anos.

Ainda segundo o provedor de pesquisa de mercado Euromonitor Internacional,[4] o Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. Pela busca incessante dos padrões socialmente estabelecidos e potencializados pelas novas mídias, tem-se preterido a própria saúde. A procura por procedimentos cirúrgicos também vem aumentando no público masculino; no entanto, ainda é o sexo feminino que compõe mais de 90% números de cirurgias (LEAL et al, 2010).

Percebe-se que toda a sociedade é atingida pela cobrança de adequar-se a padrões estéticos, mas nota-se que há uma cobrança maior no público feminino. Para Albimo e Vaz (2008) existe uma espécie de cartilha com prescrição de um conjunto de técnicas imposto para que as mulheres possam moldar seus corpos, como uma imposição de comportamento, onde o investimento no corpo deve ser seguido rigorosamente. Uma guerra contra o corpo é proposta as mulheres, e para alcançar o objetivo, qualquer sacrifício é valido.

> As academias de ginástica, os consultórios dos cirurgiões plásticos e os centros de tratamento estético fazem parte de um mercado em franca expansão, considerados fábricas produtoras de um corpo ideal. A explosão de produtos voltados para o emagrecimento ou aumento da massa muscular vem diariamente colocar em xeque nossa satisfação com nossos corpos, por meio de campanhas publicitárias ostensivas nos meios de comunicação (SAMPAIO; FERREIRA, 2009, p. 121).

A apresentação do corpo ideal pela mídia fez com que surgissem inúmeras novas dietas, atividades físicas, cosméticos, procedimentos estéticos, entre tantos outros dispositivos para que fosse possível atingir o tão desejado padrão de beleza corporal. No entanto, a busca constante pelo padrão ideal de beleza se aproxima e muito das emoções ligadas a autoestima, bem como as atitudes que levam a essa busca, contribuindo de maneira significante para o aumento de doenças psicossomáticas:

Na busca por um invólucro corporal ideal percebe-se a baixa na autoestima, uma vez que a compreensão do real pode ser diferente do desejável. A divulgação dos corpos magros e sarados presentes nas campanhas publicitárias tem trazido prejuízo tanto para homens, quanto para as mulheres, destacando a faixa etária que corresponde, sobretudo entre os adolescentes e jovens adultos. Apesar de Freitas et

[4] Pesquisa Euromonitor Internacional. Disponível em: https://www.euromonitor.com/search

al. (2010) evidenciar a dificuldade de encontrar questionamentos em relação a aparência física dos homens, devido a cobrança sobre padrões de beleza e culto ao corpo serem muito maiores com as mulheres, estudos mais recentes mostram que essa diferença tem cada vez mais diminuído.

Eufrásio e Nobrega (2017) observaram através de suas pesquisas que cada vez mais homens se submetem a cirurgias, a exercícios físicos e a regimes alimentares intensos para modificarem seus corpos. Além disso, ou autores destacam que o perfil do homem sofreu modificações na atualidade, e os olhos da mídia estão cada vez mais voltados para o público masculino, inserindo pautas que antes eram exclusivamente femininas, como os cuidados com o corpo e moda.

Diante dessas considerações, o objetivo central que orienta esse estudo é: investigar o impacto do culto ao corpo veiculado pela mídia na saúde física e mental da população, identificando os possíveis motivos que levam os indivíduos a buscarem um corpo perfeito, bem como fomentar contribuições para se pensar o exercício profissional do professor de Educação Física e sua relação com essa temática.

Tendo em vista o objetivo geral delineado, traçamos como objetivos específicos:

- Compreender como os estudos tem relacionado a influência da mídia na prática do culto ao corpo;
- Identificar quais são os impactos apontados pela literatura no que diz respeito a prática do culto ao corpo;
- Avançar no sentido de compreender como essa discussão impacta a área da Educação Física e a formação de profissionais.

Este trabalho visa trazer contribuições para que possamos entender porque cada vez mais as pessoas estão se preocupando com o corpo e qual a relação da mídia com o tema. Sendo assim, esse estudo utiliza-se de pesquisa bibliográfica, desenvolvida por meio de definição de objetivos a serem alcançados, elaboração de um plano de trabalho, identificação e localização das fontes bibliográfica, realizando o fichamento da bibliografia relacionada com o problema proposto na pesquisa.

2. MÉTODO

Para Reis et al. (2002, p. 51) “[...] pesquisa é o conjunto de procedimentos sistemáticos, baseado no raciocínio lógico, que tem por objetivo encontrar soluções para problemas propostos, mediante a utilização de métodos científicos”. Assim, para atingir os objetivos pretendidos neste trabalho, foi realizada uma revisão bibliográfica sistemática, segundo Sampaio e Mancine (2007) esse método é uma forma de pesquisa que utiliza como fonte de dados a literatura sobre determinado tema. Esse tipo de investigação disponibiliza um resumo das evidências relacionadas a uma estratégia de intervenção específica, mediante a aplicação de métodos explícitos e sistematizados de busca, apreciação crítica e síntese da informação selecionada, com enfoque na análise qualitativa, pois, segundo Minayo (2001), trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Para Gil (2002), a principal vantagem de uma pesquisa bibliográfica está no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Isso porque a pesquisa bibliográfica permite o acesso a um banco de informações já anteriormente levantadas, cabendo ao estudo corrente o agrupamento, análise e consolidação dos principais dados produzidos pelos pares da academia.

> A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas (GIL, 2002, p. 44).

Para complementar o pensamento acerca da importância da pesquisa bibliográfica, Fonseca (2007, p. 30) defende que “[...] a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto”, sendo esse processo a busca por informações teóricas do tema tratado através de diversos autores para compreender melhor o assunto. Ainda conforme a autora, as pesquisas bibliográficas devem “[...] propiciar o exame de um tema sob novo enfoque ou

abordagem, que permitirá a elaboração de conclusões inovadoras" (FONSECA, 2007, p. 30).

A pesquisa iniciou com o mapeamento dos trabalhos em periódicos da Educação Física, com o intuito de perceber como essa discussão tem aparecido e sido problematizada na área. As revistas selecionadas foram: Movimento, Pensar a Prática, Revista Brasileira de Ciências do Esporte e a Revista Brasileira de Ciência. A escolha das revistas justifica-se dada a grande importância para a área acadêmica da Educação Física e pela forte circulação de conhecimento produzido pelo campo, além do rigor acadêmico e avaliação do sistema Qualis/Capes.

Para a definição do nosso corpus, foram utilizados os seguintes descritores: "culto ao corpo", "narcisismo", "padrões de beleza", "imagem corporal", "mídia" e "redes sociais". A primeira etapa do levantamento foi feita pelos títulos e, em um segundo momento, foram lidos os resumos. Por fim, foi feita a leitura dos textos. Optou-se por critérios, dentre eles: a) discussão que envolva corpo, imagem corporal e redes midiáticas; b) optou-se pelos artigos publicados a partir de 2007, em virtude da grande notoriedade do face book no Brasil, favorecendo o compartilhamento de imagens e vídeos.

Foram encontrados um total de 43 artigos relacionados ao tema, através de um refinamento da literatura pelos critérios de inclusão/exclusão foram excluídos 19 artigos. Um total de 24 artigos foram selecionados para o embasamento a discussão, conforme Tabela 1:

Tabela 1: Levantamento bibliográfico

ARTIGOS	**REVISTAS**
Musas fitness e a tríade corpo-consumo-felicidade	Movimento
Sociedade de controle e redes sociais na internet: #saúde e #corpo no Instagram	Movimento
Educação Física e mídia: estudo bibliométrico na *Web of Science* de 1945-2019	Movimento
El ideal de cuerpo delgado y la formación del sujeto neoliberal: un estúdio de caso	Movimento
Culto ao corpo e exposição de produtos na mídia especializada	Movimento
O corpo e as técnicas para o embelezamento feminino: esquemas da indústria cultural na Revista Boa Forma	Movimento

O que dizem os estudantes do 9º ano do ensino fundamental sobre as mensagens midiáticas vinculadas à cultura fitness em revistas de beleza e saúde?	Movimento
Os discursos de corpos bem dito, mal dito e não dito: uma análise a partir de filmes	Revista Brasileira de Ciências do Esporte
Living well but looking good: A modern health dichotomy: a brief overview on women's body image	Motriz
Satisfação corporal em acadêmicos de Educação Física: proposta de um questionário	Motriz
Transtornos alimentares e imagem corporal em acadêmicos de Educação Física	Motriz
Fatores associados à imagem corporal em estudantes de Educação Física	Motriz
A lipofobia nos discursos de mulheres praticantes de exercício físico	Motriz
Eternamente jovem: corpo malhado, ficção, televisual e imaginário	Pensar a Prática
A ressignificação do corpo pela Educação Física escolar, face ao estereótipo de corpo ideal construído na contemporaneidade	Pensar a Prática
Relação entre satisfação e insatisfação com a imagem corporal e indicadores antropométrico: estudo realizado com estudantes da escola secundária de Estarreja, no Distrito de Aveiro	Pensar a Prática
Análise da imagem corporal de praticantes de um centro de práticas corporais	Pensar a Prática
Educação Física e mídia: perspectivas docentes sobre a abordagem dos temas corpo e saúde na escola	Pensar a Prática
Insatisfação corporal na infância e no início da adolescência	Pensar a Prática
Dor e tecnificação na contemporâneo culto ao corpo	Pensar a Prática
A concepção de obesidade e padrão corporal por mediações ideológicas da mídia	Pensar a Prática
Associação entre a satisfação corporal e estado nutricional de adolescentes da cidade de Londrina-PR	Revista Brasileira de Ciência e Movimento
Internalização dos ideais de corpo em acadêmicos de Educação Física e Fisioterapia	Revista Brasileira de Ciência e Movimento
Fatores associados à Dismorfia Muscular em praticantes de treinamento de força em academias: revisão sistemática	Revista Brasileira de Ciência e Movimento

Fonte: Elaborado pelos autores.

Após a leitura dos artigos, organizamos a pesquisa por categorias de analíse, para evidenciar os temas que mais têm sido problematizados entre os autores: A – A construção social do corpo; B – Corpo e mídia; C – Mídia, insatisfação corporal e doenças psicossomáticas; D – Culto ao corpo e Educação Física.

3. A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO CORPO

De acordo com Vigarello (2006), a beleza enquanto conceito culturalmente construído modifica-se em diferentes contextos históricos e sociais. No entanto, o culto ao corpo, de uma forma ou de outra, sempre esteve relacionado à imagem de poder, beleza e mobilidade social. Na sociedade contemporânea essa investida tem ganhado cada vez mais ênfase, em função dos meios de comunicação que se propagam. Isso faz com que os indivíduos busquem, cada vez mais, as manipulações corporais, visando a representação.

Assim, cada indivíduo empenha-se em controlar a imagem que quer transmitir ao outro. Gonçalves e Azevedo (2007), ao utilizarem as ideias do sociólogo Le Breton, observam essa investida como uma estética da presença, pois o indivíduo vive como se estivesse em um palco, numa peça de teatro, porém, neste caso, é o corpo que se torna um objeto, manipulado e transformado em mercadoria e, por sua vez, torna-se um acessório, uma massa de modelar, submetido ao designer do momento. Nesse sentido, a corporeidade pode ser socialmente moldável, ainda que seja vivida de acordo com o estilo particular do indivíduo.

Leitzke e Rigo (2020) corroboram com as ideias de Gonçalves e Azevedo (2007) pois, segundo os autores, vivemos em uma sociedade de controle, exercida a partir de um poder constante e de uma comunicação rápida e dinâmica. Os autores recorrem a Foucault para problematizar essa temática, uma vez que, para o filósofo francês, estamos imerges em uma sociedade disciplinar, que produz discursos de poder regulamentador sobre o corpo a partir de uma normatização das informações.

Uma das consequências imediatas dessa condição é o apelo e idolatria à imagem narcisista do corpo, que se traduz socialmente e culturalmente. O corpo, dessa maneira, ganha destaque social e reconhecimento simbólico. Nos dias atuais podemos perceber que o corpo é colocado muitas vezes como uma maneira de distinguir indivíduos e grupos na estrutura social, e como meio de adquirir prestígio e status. O excesso de investimento no corpo, pode ser associado a ideia de capital simbólico descrita por Bourdieu (1989), uma vez em que há um processo de incorporação de valores e construção social do corpo, utilizado como um recurso para adquirir status, honra, prestígio e privilégios sociais.

O poder simbólico, é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer

uma ordem epistemológica, o sentido imediato do mundo, mas principalmente do mundo social. “As diferentes classes e frações de classe estão envolvidas numa luta propriamente simbólica para imporem a definição do mundo social, mas conforme seus interesses” (BOURDIEU, 1989, p.12).

Janawski e Medeiros (2018) apresentam a teoria do sociólogo francês e como ele difere, no decorrer de sua obra, os quatro principais tipos de capital: o social, o econômico, o cultural e o simbólico:

> O capital social refere-se à extensão da rede de relações que um agente pode efetivamente mobilizar e do volume de capital (econômico, cultural ou simbólico), O capital econômico; refere-se a bens materiais, dinheiro ou posses, o capital cultural; e o capital simbólico; que está relacionado aos efeitos simbólicos da detenção de capital (JANAWSKI; MEDEIROS, 2018, p. 287).

Todo tipo de capital tende a funcionar como capital simbólico que não se refere a um capital específico, mas a importância simbólica socialmente reconhecida. Dessa forma, o corpo tem sido compreendido como um capital simbólico, a partir de um contexto social que o tem representado com ideias de sucesso e de poder. O corpo em forma situa-se como um sucesso pessoal, ao qual homens e mulheres podem obter e alcançar: basta o investimento (GOMES; CAMINHA, 2016). Então, essa construção social pode justificar essa preocupação excessiva com a busca do que é considerado belo para a sociedade (TORRI; BASSANI; VAZ, 2007).

Observa-se, portanto, que os autores mobilizam as considerações de teóricos como David Le Breton, Michel Foucault e Pierre Bourdieu, para compreenderem qual o lugar do corpo na contemporaneidade, observando-o associado a ideias de poder e de conquista de uma ascensão social ou referente ao status pessoal e, até mesmo, capaz de dizer sobre a sua identidade. Portanto, o corpo é efeito de uma elaboração social e cultural, onde as sociedades escolhem determinados atributos nos quais ele deve estar enquadrado para que possa ser considerado “belo” ou dentro dos padrões idealizados. Assim, os discursos evidenciados na contemporaneidade são veiculados em diferentes meios e incitam a mobilidade do pensamento e rearranjo das percepções que os indivíduos constroem deles mesmo e dos outros. Nesse sentido consomem o discurso, copiam práticas e constroem entendimentos sobre os

corpos e se inserem nas relações sociais.

4. CORPO E MÍDIA

As pessoas são influenciadas o tempo inteiro, na maneira de se vestir, nos comportamentos, nos hábitos alimentares, etc. Somos constantemente bombardeados por informações, imagens, ideias, conselhos e dicas. Além disso, viver em sociedade, principalmente na contemporaneidade, faz com que o ser social assuma papéis, ora de influenciador, ora de influenciável. Segundo Damasceno et al. (2006), Silva, Saenger e Pereira (2011), Almeida e Baptista (2016), Felden et al. (2016) e Stelle et al. (2018), há três influenciadores de mais importância, que são os pais, os amigos e a mídia.

Esta última, que abrange todos os meios de comunicação social, é a mais poderosa das influências e exerce grande intervenção nas questões relacionadas a estética e culto ao corpo. No entanto, com o avanço dos meios midiáticos, sobretudo as redes sociais e o compartilhamento rápido e dinâmico de imagens, o investimento sobre o corpo tem aumentado nos últimos anos. Para Duarte et al. (2018), Gonçalves e Azevedo (2007), Torri, Bassani e Vaz (2007) e Teixeira, Freitas e Caminha (2012), isso pode ser prejudicial, considerando que os veículos midiáticos costumam ter discursos ambíguos e enganosos, e mesmo assim fazer com que os indivíduos busquem excessivamente o ideal de corpo divulgado, podendo acarretar insatisfação corporal.

Para Duarte et al. (2018), a mídia é considerada um agente difusor do culto ao corpo como tendência de comportamento. Todos os dias podemos constatar nos discursos e imagens que circulam nas diferentes mídias, a exaltação das formas corporais e do que é considerado como belo, o que nos permite ponderar que atualmente ela dita padrões e comportamentos. Para Gonçalves e Azevedo (2007), o que acorre é uma espetacularização da imagem corporal que se torna sobejamente divulgada nas diversas mídias.

> [...] a mídia modifica a relação que se têm como o próprio corpo, criando ‘novos tipos de obsessão’ ao mesmo tempo em que estimula a procura por investimentos tecnológicos voltados ao aprimoramento da forma física. Nessa perspectiva, ressaltamos que o caráter sedutor das imagens midiáticas torna-se particularmente mais poderoso quando existe uma

> identificação entre o sujeito que observa e o 'corpo-objeto de consumo' veiculado na propaganda (TEIXEIRA; FREITAS; CAMINHA, 2012, p. 597).

Em redes sociais como Instagram e Facebook, a validação dos sujeitos é realizada por likes. Segundo Leitzke e Rigo (2020), isso faz com que os usuários invistam cada vez mais na aparência e usem de artifícios como edição de foto antes de postar. Nota-se que há um crescente aumento de imagens de corpos expostos nas redes sociais, corroborando ainda mais com os padrões estipulados, em que cada vez mais as pessoas querem possuir determinado corpo, para ser aceito nas redes. Para Le Breton (2003), o corpo se tornou uma espécie de vitrine para a sociedade contemporânea. O perfil do sujeito contemporâneo, prioriza o corpo como elemento definidor de sua identidade, que se divide em múltiplos *eus* no espaço cibernético, objetivando viver experiências que para ele enquanto corpo real não seria possível.

Os discursos publicitários realizados pelas mídias, mostram que para ser considerado belo é necessário ter um corpo perfeito e para obter esse corpo qualquer sacrifício é válido. O corpo assim é visto como uma mercadoria e desejo de beleza, mas não apenas isso. Gomes e Caminha (2016), Pinheiro e Votre (2018), Leitzke e Rigo (2020) e Venturini et al. (2020) ressaltam que existe uma forte divulgação de que corpos magros e/ou musculosos são sinônimos de sucesso, felicidade, bem-estar pessoal e aceitação social. Isso faz com que indivíduos expostos a estas imagens e discursos, comparam e avaliem os seus corpos, e busquem atingir os ideias de beleza divulgados. Os corpos podem, assim, serem transfigurados, transformados e construídos de acordo com a dinâmica e os modelos estabelecidos pelos meios da comunicação em massa.

Os veículos midiáticos disseminam essa ideia de corpo e consumo. A mídia e a publicidade alimentam a ideia de corpo como uma mercadoria, um objeto de consumo fomentados pelos interesses da indústria do consumo (OLIVEIRA et al, 2010; ÁGUILA; SCILIA; SEGOVIA, 2020), e que são pautados na valorização da disciplina e do sacrifício (ALBINO; VAZ, 2008). No entanto, quando as pessoas não conseguem atingir os padrões socialmente validadas, estigmas negativos são construídos ao seu entorno, sendo o retrato do indesejável, julgados, mal vistos (GOMES; CAMINHA, 2016) e até mesmo de culpabilização por não ter alcançado o corpo ideal (OLIVEIRA et al., 2010). Oss resursos mercadológicos estão disponíveis

para uma transformação “instantânea” para aqueles que querem produzir o corpo, o que deixa a entender que, aquele que destoa do que é considerado esteticamente belo o faz por descuido. No entanto Barbosa, Matos e Costa (2011) nos advertem que essa investida muitas vezes torna-se inacessível para a grande parte das pessoas, em função do gasto financeiro.

> A cultura do corpo também está ligada ao especto de consumo da sociedade atual, ratificada sobretudo pela mídia, que ressalta os padrões de beleza a serem seguidos e os benefícios estéticos adquiridos pelo cuidado com o corpo, de forma que os indivíduos que conseguem ter uma correspondência com as imagens idealizadas de juventude, saúde, boa forma física e beleza possuem um valor econômico de troca mais elevado que aqueles que não podem ou não desejam se apropriar de tais imagens (CASTRO et al., 2016, p. 813).

Não é por acaso que a mídia investe incansavelmente em propagandas de diversos produtos de beleza em todos os meios de comunicação. Produtos estéticos, dietas, cirurgias, práticas corporais, entre outros são citados exaustivamente como meios para obter o almejado corpo perfeito. Portanto, para conseguir atingir este patamar é preciso consumir alguns destes dispositivos (GOMES; CAMINHA, 2016).

Vale destacar a intencionalidade mercadológica por trás dessa divulgação. Os chamados *e-commerce*[5] ganham força nas redes sociais e lucram cada dia mais com esse crescente nas novas mídias. Através do *e-commerce*, as empresas cada vez mais vêm se aperfeiçoando no ciberespaço (PARAISO, 2011). A centralidade do corpo e sua constante insatisfação impulsiona um mercado altamente lucrativo no qual a própria insatisfação tornou-se mercadoria (VENTURINI et al., 2020). Nesse contexto, o desejo pela construção de uma arquitetura corporal faz com que os indivíduos recorram a diferentes procedimentos, como drenagens linfáticas, limpezas de pele, botox, preenchimentos, depilação a laser, cirurgias plásticas, remédios para emagrecimento, dentre tantos outros. Não podemos desconsiderar também, os riscos causados por essas atitudes a partir de intercorrências inesperadas, como problemas que acontecem nas cirurgias plásticas e uso de medicamentos sem qualquer acompanhamento profissional, por exemplo.

---

[5] A palavra e-commerce é a abreviação em inglês de *eletronic commerce*, que significa "**comércio eletrônico**" em português.

Assim, para Silva, Saenger e Pereira (2011), Cardoso et al. (2012), Pinheiro e Votre (2018) e Duarte et al. (2018), a mídia e principalmente as redes sociais, são poderosos transmissores e reforçadores dos corpos idealizados e que podem estimular insatisfação corporal, desaprovação pelo indivíduo de sua própria aparência, e até preditora de transtornos alimentares, desde a infância. Os autores problematizam que a mídia possui grande contribuição nesses fatores, uma vez que dita padrões de corpos e de comportamentos, fazendo com que as pessoas se sintam insatisfeitas com o que veem no espelho, fazendo-as buscarem soluções rápidas para alcançar o corpo vendido como objeto de desejo.

5. MÍDIA, INSATISFAÇÃO CORPORAL E DOENÇAS PSICOSSOMÁTICAS

Imagem corporal pode ser compreendida como a experiência particular e subjetiva em que o corpo é percebido pelo sujeito (BARROS, 2005). É importante ressaltar que a relação do indivíduo com a sua imagem corporal pode gerar satisfação ou insatisfação. A insatisfação corporal é definida como a desaprovação pela pessoa de sua aparência física e ocorre quando a auto percepção dos seus atributos físicos não coincide com as características desejadas por ele. A insatisfação pode gerar desde desconforto, até situações mais graves, como os transtornos alimentares.

O aparecimento dos transtornos alimentares é multifatorial, provocados por questões socioculturais. No entanto, Legnani et al (2012) informam que a indústria cultural e os meios de comunicação têm agravado os fatores para insatisfação corporal, podendo acarretar o aparecimento de transtornos alimentares. Essa associação pode gerar riscos para saúde pública, visto que a utilização das mídias sociais é uma realidade cada vez mais crescente.

> A indústria da beleza por meio dos veículos de comunicação tem fornecido recursos para os cuidados com o corpo e ‘facilitar’ o alcance do corpo poderoso. Essa aparente ‘facilidade’ pode contribuir com casos de frustração, alienação corporal e consequentemente doenças de natureza física e/ou psicológica (bulimia, anorexia, vigorexia, depressão) (GOMES; CAMINHA, 2016, p. 415).

A busca por pertencimento social através do corpo é uma problemática para a sociedade, e é necessário compreender até que ponto a mídia contribui para o

aparecimento de doenças e problemas como autoestima e frustação pessoal. Teixeira, Freitas e Caminha (2012) e Vendruscolo, Malina e Azevedo (2014) afirmam, por exemplo, que a mídia e a moda produzem discursos e práticas que desencadeiam efeitos sociais que veem a gordura como algo excessivamente negativo, provocando uma preocupação extrema de medo de engordar entre as pessoas, e que reflete na autoimagem e na autoestima desses indivíduos, que tendem a adoecer e sofrer em decorrência do estigma atrelado à gordura, bem como a sua culpabilização por permanecerem acima do peso.

As doenças relacionadas a busca pela beleza podem ser cruéis. De acordo com Águila, Sicilia e Segovia (2020) a busca por sucesso pessoal gera uma pressão e preocupação em nível individual, que afeta a saúde psicológica desses indivíduos pela constante busca por prestígio. Nas redes sociais, as pessoas postam inúmeras imagens de corpos, muitas vezes imagens adulteradas por meio de aplicativos, com filtros e modificações, o que para Leitzke e Rigo (2020), Venturini et al. (2020), poderia levar a uma diminuição na autoestima dos telespectadores, em decorrência da comparação e crença de que as pessoas das fotos são mais bem-sucedidas e felizes. Assim, os perfis criados pelas mídias sociais podem prejudicar o bem-estar e a auto avaliação de modo que, ao se compararem, começam a mudar a percepção de sua vida particular e a sentir que a sua vida é injusta em comparação as outras.

As ocorrências de transtornos alimentares podem gerar graves consequências para os indivíduos. Além de gerar ansiedade, depressão e sofrimento psíquico, essas doenças se pautam em práticas como restrição alimentar ou comer compulsivo, indução de vômitos, jejum, uso de diuréticos, dentre outras, podendo causar sérios riscos para a saúde física. Dentre as doenças psicossomáticas, também temos a Vigorexia, que se caracteriza pela alteração da percepção que o paciente tem da própria imagem corporal, levando o indivíduo a ter preocupações irracionais sobre parte de seu corpo, o que configura um quadro de ansiedade severa. Liz et al. (2018) advertem que essa doença também está relacionada a uma crescente pressão exercida pelas mídias para que os indivíduos, principalmente do sexo masculino, tenham corpos fortes e musculosos.

Quando falamos sobre os transtornos psicossomáticos relacionados a distorção da imagem corporal, também precisamos nos atentar para a relação que os indivíduos

estabelecem com os exercícios físicos. Nota-se que indivíduos com transtornos alimentares utilizam os exercícios como estratégia para perda de peso de forma inadequada e por vezes compulsiva, com a finalidade de gastar as calorias consumidas (LEGNANI et al., 2012). Já na Vigorexia, observa-se uma prática excessiva de exercícios físicos, causando uma situação de dependência e podendo recorrer ao uso de esteroides anabolizantes para se alcançar o corpo desejado de forma mais imediata (LIZ et al., 2018).

Portanto, o capital simbólico associado à beleza define status e representação de sucesso social, assim, essa pressão por parte da sociedade com a imposição de padrões de beleza e que são reforçados pela mídia, podem desencadear distúrbios psicológicos. Isso mostra que a sociedade e a mídia têm grande parcela de culpa na baixa autoestima da população, pois ao não se encaixarem em determinados padrões, gera frustração, sensação de não pertencimento e desenvolvimento de doenças psicossomáticas relacionados à distorção da imagem corporal.

6. CULTO AO CORPO E EDUCAÇÃO FÍSICA

O culto ao corpo não é algo exclusivo da sociedade contemporânea, porém a expansão da internet e das redes sociais exigem novas reflexões sobre o tema. Principalmente se junto a esse tema fizermos relação com a área da Educação Física, sendo necessário realizar reflexões para lidarmos pedagogicamente com o assunto. Silva, Saenger e Pereira (2011), Legnani et al., (2012), Cardoso et al., (2012) e Felden et al., (2016) observam que os próprios estudantes de Educação Física têm apresentado uma insatisfação com o próprio corpo, fazendo necessário uma maior problematização sobre o tema mídia e imagem corporal na formação inicial do profissional.

Portanto, Liz et al. (2018) esclarecem que a discussão sobre culto ao corpo e seus desdobramentos é necessária aos profissionais da saúde. Os profissionais de Educação Física precisam conhecer essa problematização, ter um olhar crítico frentes aos discursos da mídia e conhecerem os transtornos para ficarem atentos aos sinais de ansiedade, depressão e os transtornos decorrente do culto ao corpo, uma vez que é de “[...] responsabilidade dos profissionais ligados ao exercício físico, a detecção e orientação específica para encaminhamento a atendimento

especializado visando o tratamento” (LIZ et al., 2018, p. 201).

Também é de responsabilidade do profissional de Educação Física, estruturar programas de exercício em academias e em salas de ginástica, pois deve-se considerar, entre outros aspectos, o bem-estar do praticante, incluindo a satisfação com a imagem corporal. É importante frisar também que, no tratamento de indivíduos com transtornos psicossomáticos, os professores de Educação Física compõem a equipe multidisciplinar. Os exercícios são integrados em um programa de reabilitação física em virtude de seus benefícios fisiológicos e psicológicos, aumento da autoestima e contribui para um estilo de vida saudável (TEIXEIRA et al., 2009).

No entanto, o profissional de Educação Física também tem um papel importante na prevenção dos transtornos psicossomáticos. Em relação a essa problematização, Gonçalves e Azevedo (2007) e Cândido et al., (2021a) observam ser necessário a área adotar medidas críticas e reflexivas sobre os discursos que são produzidos pela mídia que visam reforçar estereótipos, modos de ser e de viver, como meio de sanar comportamentos que podem ser prejudiciais ao corpo físico e ao psicológico, a começar com as crianças em fase escolar. Portanto, o que se espera é que a Educação Física auxilie as pessoas a adotarem um olhar mais crítico diante dos padrões estéticos e da indústria do consumo que dita padrões de comportamento, bem como compreenderem que todos os corpos devem ser valorizados. Portanto, a Educação Física deve constituir-se em um espaço para oportunizar à compreensão, à crítica e o questionamento dessa idolatria à imagem narcísea do corpo, que é veiculada pela mídia.

Nos últimos anos novos padrões corporais foram determinados e impostos pela sociedade, principalmente através das novas mídias, relacionando o corpo ideal com saúde, dicotomia que permanece representada no imaginário social (KAKESHITA et al., 2013; CÂNDIDO et al., 2021a). Muitas vezes isso faz com que os indivíduos que buscam alcançar o corpo ideal por diferentes meios justifiquem as investidas sob o “discurso da saúde”, mesmo que alguns procedimentos possam causar o efeito inverso, como já abordamos aqui, como restrição de alimentação, procedimentos invasivos, uso de esteroides anabolizantes, dentre outros.

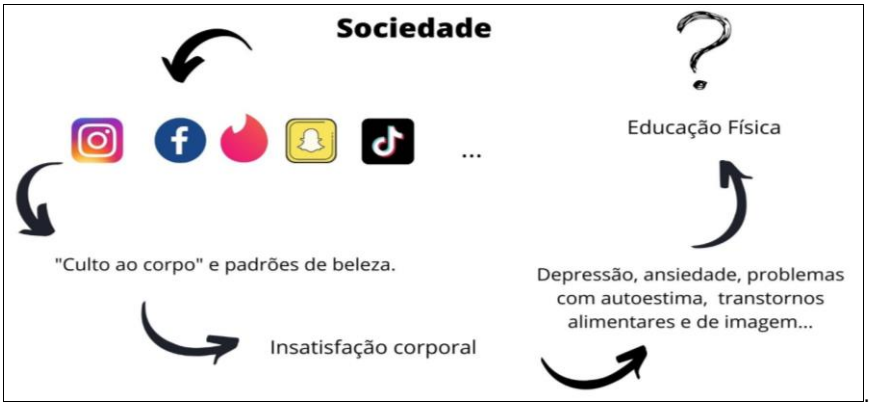
Assim, é essencial uma reflexão sobre o papel do profissional de Educação Física, pois ele deve ter consciência de sua função educativa, principalmente nas práticas de adoção de hábitos saudáveis pelas pessoas que optam pela prática de atividade física em seus momentos de lazer. Deve ainda ser contrário a todo e qualquer sacrifício para conquistar o modelo corporal dito “perfeito”, agindo eticamente e informando ao público leigo que determinados comportamentos drásticos podem prejudicar bastante sua saúde, física e mental.

Os impactos da mídia, corpo e saúde precisam ser abordados pelas áreas competentes, principalmente pela área da saúde na qual a Educação Física está inserida. No entanto, Cândido et al. (2021b) observam que a participação da Educação Física nesse debate ainda é baixa, o que é preocupante, uma vez que abre espaço para uma “educação midiática”, e que, dentre os assuntos no qual a mídia é influenciadora de opinião, os autores destacam fatores relacionados à insatisfação corporal, os transtornos alimentares e o entendimento de saúde.

> Que imagem corporal é esta que virou objeto de desejo, mas que parece um ideal inalcançável para os reles mortais? Que ideal é este que faz com que o padrão estético muitas vezes esbarre diametralmente com a saúde, mas que, em outros momentos, faz com que ambos pareçam queridos amigos de infância? Por fim, como os estudantes da área da saúde lidam com essas questões? (CASTRO et al. 2016, p. 807).

A educação Física enquanto área da saúde precisa fazer uma reflexão sobre a ideia de exercício físico que tem sido disseminada pela mídia na atualidade, em que as práticas corporais assumem papel de punição e/ou compensação para moldar os corpos. Para Damasceno et al. (2016), a excessiva atenção para a estética corporal tem feito com que as pessoas busquem as academias principalmente para essa finalidade, como uma necessidade do homem contemporâneo. E o que tem sido buscado nas academias é um corpo ausente de gordura e com massa magra, já que o gordo na sociedade atual é considerado físico, mental e socialmente doente, e muitas vezes apontado como incapaz, preguiçoso, doente, viciado em comida, descontrolado e com raciocínio inferior, já que não se “esforça” para se ajustar ao novo padrão da atualidade.

Figura 1 – Relação entre mídia, corpo e Educação Física



Fonte: elaborado pelas autoras.

A Figura anterior justifica a problematização abordada no presente artigo, no qual a sociedade contemporânea, com sua excessiva preocupação com padrões estéticos, sofre ainda maior pressão através das mídias, o que faz que a prática do culto ao corpo cresça ainda mais, gerando insatisfação corporal e doenças, e trazendo uma reflexão para a área da educação Física sobre seu papel nesse contexto.

A Educação Física precisa estar atenta a todo e qualquer conteúdo que seja produzido em relação ao corpo e às competências da área, isso inclui os conteúdos divulgado em todos os tipos de mídia, principalmente aquelas que estão em crescente ascensão. Assim, é preciso que professores de Educação Física se atentem para a necessidade da perspectiva crítica da qualidade do conteúdo abordado pelas mídias e qual o impacto causado à sociedade.

> Se cabe à Educação Física introduzir e integrar o aluno na cultura corporal de movimento, há que se considerar que: (...) o consumo de informações e imagens proveniente das mídias faz parte da cultura corporal contemporânea, e, portanto, não pode ser ignorada; pelo contrário, deve ser objeto e meio de educação, visando instrumentalizar o aluno para manter uma relação crítica e criativa com as mídias (BETTI, 2003, p. 97-98).

Portanto, é preciso compreender que a mídia faz parte do modo de vida contemporâneo, portanto, não podemos negar a sua presença, mas saber utilizá-la de forma adequada, e propondo aos nossos alunos uma consciência crítica para que consumam as informações de modo consciente.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como objetivo analisar de que forma a mídia, através dos seus discursos de corpo, saúde e consumo poderiam afetar a vida da sociedade, tanto física quanto psicologicamente, e a relação da Educação Física com esse tema. Os estudos problematizados alertam que o acesso a esses meios de comunicação social tem sido um fator relevante para que os indivíduos desenvolvam insatisfação corporal e, até mesmo transtornos psicossomáticos, uma vez que se deparam com corpos reais *versus* ideais.

Percebeu-se através dos estudos que os usuários da mídia estão propensos a desenvolverem insatisfação corporal, ansiedade, depressão e transtornos psicossomáticos em decorrência da necessidade de se enquadrar aos padrões estéticos estabelecidos e demasiadamente propagado. Além disso a divulgação de vidas aparentemente perfeitas tem gerado muita frustração e sensação de injustiça. Parece não ser interesse da mídia trabalhar para conter essa problemática, principalmente, porque ela lucra incessantemente.

Mas, em contrapartida, o cuidar do corpo é uma prática que pode ser positiva quando é adotada para conquistar um estilo de vida realmente saudável, visando à melhoria da saúde e das condições físicas. Nesse sentido, o presente trabalho se propôs a analisar qual é a ligação dessa propagação de culto ao corpo nas mídias sociais com a Educação Física e como ela vem contribuindo nesse tema enquanto área da saúde. Além disso, é preciso refletir sobre uma intervenção eficaz para o tema, afim de propor caminhos para ajudar o indivíduo a conhecer a sua subjetividade, a afim de superar as interferências da mídia e combater sua imposição de estereótipos já estabelecidos.

Para tanto, foi utilizado como método de análise a revisão sistemática da literatura disponível considerando aspectos e características específicas para a escolha dos referenciais mencionados no decorrer do texto.

O que se observa é que a Educação Física precisa superar essa ideia de corpo como forma de aceitação e inclusão social, que circula desde os *campus* das universidades, até as academias de ginástica. A gordura corporal de um indivíduo não deve ser associada a ideia de preguiça e falta de cuidado, esse preconceito não pode ser tolerado e perpetuado. A propagação de que o corpo deve possuir medidas ideais, pois só assim o sucesso e a inclusão social serão alcançados, deve ser superada. A gordura e a obesidade não devem ser taxadas como um estigma para o fracasso moral, indisciplina e falta de controle. Para superar esses conceitos, é necessária uma discussão mais aprofundada entre os profissionais da área da Educação Física desde a formação inicial, afim de dar a importância devida a esses temas.

A educação Física deve trabalhar incansavelmente para descontruir todos os tipos de estereótipos e agir contra essa exploração de culto ao corpo através das mídias. No entanto, deve-se compreender a mídia como veículo de propagação de informações, pois conforme Levy (1999) trabalhar no mundo contemporâneo significa produzir conhecimentos, pois no ciberespaço as tecnologias se amplificam e modificam, e as formas de compreender a realidade devem ser pensadas e analisadas a partir de uma realidade que está em constante mutação. Considerando essas informações, é possível ponderar que os meios de comunicação também podem se tornar uma ferramenta de trabalho para a Educação Física e todas as outras áreas, discussão que ainda precisa ser problematizada e ampliada.

Ou seja, não é sobre lutar contra a utilização desses meios tecnológicos, é sobre se apropriar desse espaço para produção de conteúdo de qualidade, utilizando esse espaço para debate. Para Bévorti e Belloni (2009) a dificuldade de consolidar mídia-educação está justamente na pouca importância dada na formação inicial e continuada de profissionais na formação das novas gerações para a apropriação crítica e criativa das novas tecnologias de informação e comunicação. O conceito de mídia-educação pode ser definido como uma formação, para a compreensão crítica da mídia, mas também para conhecer o seu papel potencial na promoção da

expressão criativa e da participação dos cidadãos, colocando em destaque o potencial democrático dos dispositivos tecnológicos. É preciso, portanto, uma intervenção mais adequada sobre o estudo da mídia na formação inicial e continuada de profissionais, utilizando-a a nosso favor.

Para além de uma intervenção em academias, centros de treinamento e estúdios de musculação entre outros, a Educação Física precisa ocupar os espaços virtuais. Para Rigoni, Nunes e Fonseca (2017), os professores de Educação Física devem tornar a mídia um tema para reflexão e reconhecer os benefícios dessa ferramenta enquanto artificio pedagógico. Cabe ao professor de Educação Física, por sua vez, ter um olhar crítico acerca dos conteúdos sobre corpo e imagem corporal, produzidos e disseminados na mídia, e planejar como intervir na tentativa de frear essa indústria frenética de consumo baseada na frustração.

Nessa problematização também é preciso considerar que a Educação Física vai além do aspecto biológico e estético, não se trata apenas de repetir movimentos biomecânicos, trata-se de um conjunto de ações interativas entre corpo e mente. É preciso compreender que o corpo envolve diversos aspectos importantes para o ser humano, em corpo e mente trabalham de forma integrada e todos são igualmente importantes. O conhecimento e a informação sobre o ser social são tão importantes quanto o conteúdo sobre o ser biológico, portanto, além do ensinamento da visão mais tecnicista, a Educação Física precisa se aprofundar na formação mais humana do indivíduo, afim de formar professores com um conhecimento ampliado do ser humano.

A Educação Física, de um modo geral, mas principalmente na formação inicial do curso de bacharelado, muitas vezes ignora as dimensões de corpo e enfatiza o corpo biológico, deixando de lado as discussões sobre o corpo social, sendo necessário, na prática profissional, um entendimento a partir das ciências biológicas, humanas e sociais.

Através dos resultados desse artigo, consolidamos como base todos os dados citados na literatura, os possíveis impactos da mídia e do culto ao corpo sobre a insatisfação corporal de toda a população. E a importância deste estudo se justifica pela contribuição na construção de conhecimento acerca do aumento de sintomas

de ansiedade, depressão e desenvolvimento de transtornos alimentares e de imagem, correlacionando a área da Educação Física e suas possíveis intervenções.

A sociedade e a mídia, com ênfase nas redes sociais na atualidade, têm gerado uma incansável propagação de culto ao corpo e imposição de padrões de beleza, gerando muita insatisfação corporal e doenças. Portanto, é necessário a Educação Física refletir, cada vez mais, o que vem fazendo para contribuir com a solução desse problema enquanto área da saúde. Assim, o levantamento bibliográfico mostra que a área tem ficado atenta para essa discussão, no entanto, consideramos que ainda há um bom debate a percorrer, pois percebemos que ainda há uma escassez de discussão sobre a inserção do profissional da área na equipe multidisciplinar que auxilia tanto na identificação, como no tratamento dos transtornos de imagem corporal, destacando-se somente o estudo de Liz et al. (2018).

Por fim, este estudo sinaliza para a necessidade de novas problematizações sobre a relação da mídia com as doenças psicossomáticas. Também se faz necessário novos estudos entre os docentes da área para verificar se há deficiência na formação inicial no que se refere a intervenção e, sobretudo, o culto ao corpo na mídia. Assim, para novos trabalhos, é importante pensar em como a Educação Física pode se apropriar da mídia de maneira crítica, a fim de frear tais discursos. Dessa maneira, esse trabalho espera ter contribuído para a área da Educação Física.

8. REFERÊNCIAS

ÁGUILA, C.; SICILIA, A.; SEGOVIA, L. El ideal de cuerpo delgado y la formación del sujeto neoliberal: um studio de caso. **Movimento**, v. 26, p. 1-23, 2020.

ALBINO, B. S.; VAZ, A. F. O corpo e as técnicas para o embelezamento feminino: esquemas da indústria cultural na revista Boa Forma. **Movimento**, v. 14, n. 1, p. 199-223, 2008.

ALMEIDA, L. L. B.; BAPTISTA, T. J. R. Análise da imagem corporal de praticantes de um centro de práticas corporais. **Pensar a Prática**, v. 19, n. 3, p. 1-11, 2016.

BARBOSA, M. R.; MATOS, P. M.; COSTA, M. E. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. **Psicologia & Sociedade**, v. 23, n. 1, p. 24-34, abr. 2011.

BARROS, D. D. Imagem corporal: a descoberta de si mesmo. **História, Ciências e Saúde**, v. 12, n. 2, p. 547-554, 2005.

BETTI, M. Imagem e ação: a televisão e a Educação Física escolar. In: BETTI, Mauro (org.). **Educação Física e Mídia**: novos olhares outras práticas. São Paulo: Hucitec, 2003.

BÉVORT, E.; BELLONI, M. L. Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas. **Educação & Sociedade**, v. 30, n. 109, p. 1081-1102, set./ dez. 2009.

BOURDIEU, P. Notas provisórias sobre a percepção social do corpo. Pro-Posições, v. 25, n. 1, p. 247-258, abr. 2014.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

CÂNDIDO, C. M. et al. Educação Física e mídia: perspectivas docentes sobre a abordagem dos temas corpo e saúde na escola. **Pensar a Prática**, v. 24, p. 1-21, 2021a.

CÂNDIDO, C. M. et al. Educação Física e mídia: um estudo bibliométrico na web of Science de 1945-2019. **Movimento**, v. 27, p. 1-20, jan./dez. 2021b.

CARDOSO, F. L. et al. Satisfação corporal em acadêmicos de Educação Física: proposta de um questionário. **Motriz**, v. 18, p. 63-71, jan./mar. 2012.

CASTRO, A. L. **Culto ao corpo e sociedade**: mídia, estilos de vida e cultura de consumo. São Paulo: Annablume, 2007.

CASTRO, J. B. P. et al. Alimentação, corpo e subjetividades na Educação Física e na Nutrição: o ranço da adiposidade e a ascensão dos músculos. **Demetra**, v. 11, n. 3, p. 803-824, 2013.

DUARTE, M. A. et al. A insatisfação corporal na infância e início da adolescência. **Pensar a Prática**, v. 21, n. 1, p. 53-70, 2018.

EUFRÁSIO, J.J.G et al. Representações do corpo masculino na revista Men's Health. **Revista Brasileira de Ciência do esporte,** 2014.

FELDEN, E. P. G. et al. Internalização dos ideais de corpo em acadêmicos de Educação Física e Fisioterapia. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, v. 24, n. 4, p. 121-128, 2016.

FONSECA, R. C. V. **Como elaborar projetos de pesquisa e monografias**: guia prático. Curitiba: Imprensa Oficial, 2007.

FOUCAULT, M. Uma entrevista: sexo, poder e a política da identidade. **Verve**, v. 5, p. 240-259, 2004.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 1987.

FREITAS, C. M. S. M. et al. O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, v. 24, n. 3, p. 389-404, set. 2010.

GIL, A. C. **Como elaborar projetas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, I.; CAMINHA, I. Os discursos de corpo bem dito, mal dito e não dito: uma análise a partir de filmes. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 38, n. 4, p. 414-421, out./dez. 2016.

GONÇALVES, A. S.; DE AZEVEDO, A. A. A re-significação do corpo pela educação física escolar, face ao estereótipo de corpo ideal construído na contemporaneidade. **Pensar a Prática**, v. 10, n. 2, p. 33-51, 2007.

HANSEN, R.; VAZ, A. F. ‘Sarados’ e ‘gostosas’ entre alguns outros: aspectos da educação de corpos masculinos e femininos em academias de ginástica e musculação. **Movimento**, v. 12, n. 1, p. 133-152, jan./abr. 2006.

JANOWSKI, D. A.; MEDEIROS, C. C. C. Corpo social e capital corporal: considerações a partir da teoria sociológica de Pierre Bourdieu. **Problemata**, v. 9, n. 2, p. 283-293, 2018.

KAKESHITA, I. S.; LAUS, M. F.; ALMEIDA, S. S. A. Living well but looking good: A modern health dichotomy. **Motriz**, v. 19, p. 558-564, jul./set. 2013.

LE BRETON, D. **Adeus ao corpo**: antropologia e sociedade. Campinas: Papirus, 2003.

LEAL, V. C. L. V. et al. O corpo, a cirurgia estética e a saúde coletiva: um estudo de

caso. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 15, n. 1 p. 77-86, jan. 2010.

LEGNANI, R. F. S. el at. Transtornos alimentares e imagem corporal em acadêmicos de Educação Física. **Motriz**, v. 18, n. 1, p. 84-91, jan./mar. 2012.

LEITZKE, A. T. S.; RIGO, L. C. Sociedade de controle e redes sociais na internet: #saúde e #corpo no instagram. **Movimento**, v. 26, p. 1-14, 2020.

LEVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIRA, A. G. et al. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 66, n. 3, p. 164-171, jul./set. 2017.

LIZ, C. M. et al. Fatores associados à dismorfia muscular em praticantes de treinamento de força em academias: revisão sistemática. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, v. 26, n. 1, p. 200-213, 2018.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001.

OLIVEIRA, A. P. et al. Culto ao corpo e exposição de produtos na mídia especializada em estética e saúde. **Movimento**, v. 16, n. 1, p. 31-51, 2010.

PARAISO, G. J. B. O e-commerce nas redes sociais: estudo sobre os desdobramentos do comércio eletrônico na atualidade. 2011. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/paraiso-gustavo-o-e-comerce-nas-redes-sociais.pdf>. Acesso em: 8 fev. 2022.

PEREIRA, M. D.; CERIGATTO, M. P. Culto ao corpo e suas formas de disseminação através das mídias: uma revisão integrativa no olhar da Educação Física. **Revista Educar mais**, v. 5, n. 2, p. 345-357, 2021.

PINHEIRO, M. C.; VOTRE, S. Relação entre satisfação e insatisfação com a imagem corporal e indicadores antropométricos: estudo realizado com estudantes da escola secundária de Estarreja no Distrito de Aveiro. **Pensar a Prática**, v. 21, n. 1, p. 71-81, 2018.

REIS, F. B.; CICONELLI, R. M.; FALOPPA, F. Pesquisa científica: a importância da metodologia. **Revista Brasileira de Ortopedia**, v. 37, n. 3, p. 51-55, mar. 2002.

Formatado: Italiano (Itália)

RIGONI, A. C. C.; NUNES, F. G. B.; FONSECA, K. M. O culto ao corpo e suas formas de propagação na rede social Facebook: implicações para a Educação Física escolar. **Motriviência**, v. 29, n. esp., p. 129-143, dez. 2017.

SAMPAIO, R. F.; MANCINI, M. C. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. **Brazilian Journal of Physical Therapy**, v. 11, n. 1, p. 83-89, fev. 2007.

SAMPAIO, R. P. A.; FERREIRA, R. F. Beleza, identidade e mercado. **Psicologia em Revista**, v. 15, n. 1, p. 210-140, abr. 2009.

SILVA, G. A. et al. Consumo de formulações emagrecedoras e risco de transtornos alimentares em universitários de cursos de saúde. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 67, n. 4, p. 239-246, out./dez. 2018.

SILVA, T. R.; SAENGER, G.; PEREIRA, É. F. Fatores associados à imagem corporal em estudantes de Educação Física. **Motriz**, v. 17, n. 4, p. 630-639, out./dez. 2011.

STELLE, V. H. et al. Associação entre satisfação corporal e estado nutricional de adolescentes da cidade de Londrina-PR. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, v. 26, n. 1, p. 84-93, 2018.

TEIXEIRA, F. L. S.; FREITAS, C. M. S. M.; CAMINHA, I. O. A lipofobia nos discursos de mulheres praticantes de exercício físico. **Motriz**, v. 16, n. 3, p. 590-601, jul./set. 2012.

TEIXEIRA, P. C. et al. A prática de exercícios físicos em pacientes com transtornos alimentares. **Revista de Psiquiatria Clínica**, v. 36, n. 4, p. 145-152, 2009.

TORRI, G.; BASSANI, J. J.; VAZ, A. F. Dor e tecnificação no contemporâneo culto ao corpo. **Pensar a Prática**, v. 10, n. 2, p. 261-273, 2007.

VENDRUSCOLO M. F.; MALINA, A.; AZEVEDO, A. C. B. A concepção de obesidade e padrão corporal por mediações ideológicas da mídia. **Pensar a Prática**, v. 17, n. 2, p. 503-516, jan./mar. 2014.

VENTURIN, I. V.; OLIVEIRA, M. C.; SILVA, P. Musas fitness e a tríade corpo-consumo-felicidade. **Movimento**, v. 26, p. 1-20, 2020.

VIGARELLO, G. **História da Beleza**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.