



<https://doi.org/10.5585/podium.v7i3.260>

MÍDIAS SOCIAIS: UM OLHAR DO EDUCADOR FÍSICO SOBRE O USO DESSE INSTRUMENTO NA PRÁTICA DE EXERCÍCIO FÍSICO ORIENTADO POR PESSOAS SEM QUALIFICAÇÃO NA ÁREA

¹Carlos Cristiano Guzzo Junior

²Jessiane Lindoso Mendes

³Ludmila da Costa Paes

RESUMO

A atividade física tem sido um assunto muito difundido pelos meios de comunicação, apresentada diariamente como uma prática que proporciona qualidade de vida e resultados estéticos. Objetivamos com a presente pesquisa, de abordagem qualitativa e enfoque fenomenológico, explanar a opinião crítica-reflexiva de dez educadores físicos, que atuam em academias de ginástica e musculação, sobre o uso das mídias sociais por parte de pessoas não graduadas na área, discutir os fatores que influenciam o praticante de exercício físico a seguir orientações de blogueiros⁴ bem como mostrar os perigos de se buscar informações de fontes não confiáveis para a prática. Na análise permitiu verificar que a comunicação feita pelas mídias sociais de fato influenciam bastante os seus usuários e conclui-se então que é notório no discurso de todos os entrevistados que cabe aos profissionais de Educação Física agir com discernimento quanto às práticas corporais ao invés de incentivarem os modismos estéticos, já que o professor de educação física é um educador, na medida em que desempenha um papel de formação de valores educacionais e socioculturais.

Palavras-chave: Marketing e Tecnologia. Exercícios físicos. Comportamento do consumidor. corpo ideal.

Como referenciar em APA:

Guzzo Junior, C., Mendes, J., & Paes, L. (2018). Mídias Sociais: Um Olhar do Educador Físico Sobre o Uso Desse Instrumento na Prática de Exercício Físico Orientado por Pessoas Sem Qualificação na Área. *PODIUM Sport, Leisure And Tourism Review*, 7(3), 415-428. <https://doi.org/10.5585/podium.v7i3.260>

¹Mestrando em Educação Física pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, (Brasil). E-mail: guzzojuniorpp@hotmail.com ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-0457-9956>

²Especialista em Educação Especial pelo Centro de Estudos Avançados em Pós-graduação e pesquisa – CESAP, Espírito Santo, (Brasil). E-mail: jessi-anny@hotmail.com ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-4055-2427>

³Graduada em Licenciatura em Educação Física pela Universidade do Estado do Pará – UEPA, Belém, Pará (Brasil). E-mail: paesludmila@outlook.com ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-2443-9723>

⁴ Pessoa que escreve no blog (página online onde são feitas publicações frequentes com fotos, vídeos, textos, entre outros, contando experiências, transmitindo algum tipo de informação).



SOCIAL MEDIAS: A VIEW OF THE PHYSICAL EDUCATOR ABOUT THE USE OF THIS TOOL ON THE PRHYSICAL EXERCICE PRACTICE GUIDED BY PEOPLE WITHOUT QUALIFICATION ON THE AREA.

ABSTRACT

The physical activity has a been a subject deeply spread by the media, daily shown as a practice which provides quality of life and aesthetic results. With the present research, using qualitative approach and phenomenological focused we aim to explain the critical-reflexive opinion of tem physical educators, which work with gymnastics and working out about the use of social medias by non-graduated people on the area and also to discuss the factors that influence the physical exercise practicing to follow bloggers guidance as well as we aim to show the dangerous involved on searching information for practice on non-reliable sources. In the analysis allowed to verify that the communication made by social media does influence their users a lot and it is concluded that it is notorious in the discourse of all the interviewees that it is up to the professionals of Physical Education to act with discernment on the corporal practices instead of encouraging the aesthetic fashions, since the physical education teacher is an educator, insofar as it plays a role of formation of educational and socio-cultural values.

Keywords: Marketing and technology. Physical exercices. Consumer behavior. Ideal body.

REDES SOCIALES: UNA MIRADA DEL EDUCADOR FÍSICO SOBRE EL USO DE ESE INSTRUMENTO EN LA PRÁCTICA DE EJERCICIO FÍSICO ORIENTADO POR PERSONAS SIN CUALIFICACIÓN EN EL ÁREA

RESUMEN

El actividad física ha sido muda difundida en los medios de comunicación, apresentada a diario como uma prática que proporciona la calidad de vida y los resultados estéticos. Objetivamos con un enfoque concreto, de abordaje cualitativo y de enfoque fenomenológico, explanar una opinión crítica-reflexiva de los educadores físicos, que atuam en academias de gimnasia y musculación, sobre o uso de las medias sociales por parte de personas no graduadas en el área, discutir sobre factores de influencia o entrenamiento de ejercicio físico a seguir orientaciones de blogueiros para que se muestren los parámetros de información de las fuentes no confiáis para una práctica. En el análisis permitió verificar que la comunicación hecha por las redes sociales de hecho influyen bastante a sus usuarios y concluye entonces que es notorio en el discurso de todos los entrevistados que cabe a los profesionales de Educación Física actuar con discernimiento en cuanto a las prácticas corporales en lugar de incentivar los modismos estéticos, ya que el profesor de educación física es un educador, en la medida en que desempeña un papel de formación de valores educativos y socioculturales.

Palabras clave: Marketing y Tecnología. Ejercicios físicos. Comportamiento del consumidor. cuerpo ideal.



1. INTRODUÇÃO

A exigência de um corpo perfeito, imposto por uma sociedade midiática⁵ que preza majoritariamente pela aparência do indivíduo, tem impulsionado o mesmo a ir em busca de um “ideal” de corpo, visando a aceitação de uma sociedade capitalista e egoísta, muitas vezes sem ponderar as consequências para obtê-lo. “O corpo é de fato apropriado, adestrado pela cultura, concebido socialmente, alterado segundo crenças e ideais coletivamente estabelecidos” (Queiroz, 2000, p. 19).

Nas mídias sociais, especialmente nas que permitem publicações de imagens, pode-se perceber uma verdadeira galeria cheia de propostas de transformação do corpo, através de dietas, cremes redutores de medidas, cirurgias plásticas e de exercícios físicos, nas quais nem todos os usuários que tentam passar alguma informação têm a qualificação profissional para tal ação e nem tudo que é proposto pode servir para todos.

A mudança na relação de percepção homem e consumo é um dos fatores que influencia nessa expressão massiva que as redes sociais exercem na vida dos indivíduos, pois estamos vivendo em uma era atrelada diretamente a internet. Logo, buscar orientação de forma rápida tem se tornado uma opção mais atrativa do que procurar profissionais qualificados (Damacena, Petroll & Vontobel, 2015).

No que diz respeito à prática de exercícios físicos, vários aspectos devem ser levados em consideração quando se trata do uso de mídias sociais: Quem e de que forma é passada uma informação? O indivíduo que segue as dicas de blogueiros na *internet* estaria valorizando mais as orientações de quem tem um *shape*⁶ considerado perfeito do que as de um profissional de educação física? É correto

transmitir informações que podem implicar na saúde de alguém sem ao menos ter uma qualificação profissional na área?

Entretanto, não podemos negar que as mídias sociais contribuíram bastante para a prática de atividade física, ajudando muitas pessoas a saírem do sedentarismo e a conseguirem alcançar muitos objetivos, pois elas proporcionam que os profissionais de Educação Física tenham a interação com comunidade que antes não eram alcançadas por causa do distanciamento de grupos que não tinham a prática de atividade física em sua relação pessoal provocando assim mudanças nessas pessoas e fazendo uma alteração completa no modo que essa sociedade opera, mas junto a esses resultados a influência negativa pesa bastante, quando pessoas sem qualificação alguma expõem informações erradas e as transmitem como verdade absoluta para indivíduos que são, muitas vezes, leigos no assunto em questão.

As mídias sociais e quem escreve por trás delas (na maioria das vezes não profissionais) influenciam direta e indiretamente o aumento da prática de atividade física desorientada. O problema é que ao fazer isso os profissionais não qualificados acabam por generalizar os indivíduos quando na verdade possuímos particularidades biológicas. Como afirmam diversos estudos. Assim, cada organismo reage de formas diferentes ao mesmo estímulo. Segundo Tubino (2003), “chamamos de individualidade biológica o fenômeno que explica as variações entre os elementos da mesma espécie, o que faz que com que não existam seres iguais entre si”. No entanto, existem várias “fórmulas” prontas que prometem solucionar o problema das gorduras localizadas, deixar o abdômen mais definido ou proporcionar o “bumbum” dos sonhos, podendo ser acessível a todas as pessoas.

Diante disso, foi possível identificar que precisamos de estudos aprofundados para disseminar esses olhares, visto que identificamos poucos estudos na atualidade relacionados às essas discussões. Identificados

5 Tudo aquilo que está ligado, inerente às mídias, tais como TV, internet, jornais, revistas e afins.

6 Termo derivado do inglês com significado de corpo/forma.



essas lacunas, este estudo tem como objetivo principal explicar a opinião crítica – reflexiva dos profissionais de educação física, e ainda identificar os fatores que influenciam o praticante de exercício físico a seguir orientações de blogueiros (não graduados) e por fim mostrar o quão perigoso pode vir a ser o uso das mídias sociais quando essas são administradas por profissionais sem qualificação na área.

De caráter qualitativo e de natureza fenomenológica, esta pesquisa abordou alguns autores como Tubino (2003) e Queiroz (2000) para construir afirmações referentes à área da educação física e também se debruçou no autor Merleau –Ponty (2011) para criar o roteiro de perguntas respondido por dez educadores físicos residentes na cidade de Belém do Pará formados em 2015. Através desses conhecimentos buscou-se considerações do marketing nos seguintes estudos: Os efeitos da Comunicação nas Mídias Sociais sobre o Consumidor: uma replicação do estudo de Schivinski e Dabrowski (2014) e no Marketing 4.0 e a Cultura de Fãs (2016), afim de pensar a produção de conteúdo por digital influencer⁷ que utilizam as mídias sociais para dar dicas de treinos em geral, promoção de saúde, dentre outros assuntos desse universo tão procurado por inúmeros seguidores.

O artigo estrutura-se em cinco seções, sendo esta primeira dedicada à fundamentação e justificativa do estudo. A segunda seção exibe a fundamentação teórica, destacando as relações mídias sócias e atividade física; a busca de um corpo perfeito e a influência de profissionais não capacitados na prática de atividades físicas. A terceira seção apresenta a metodologia que fundamenta essa pesquisa, seguida da apresentação dos resultados e sua discussão. Finalmente, mostram-se as principais conclusões do estudo, suas limitações e parâmetros futuros de pesquisa.

Desse modo, o intuito desse artigo é de contribuir com os estudos direcionados à Educação Física, desenvolvidos com foco nos

estudos do corpo, marketing e consumo. Pretendemos contribuir com uma reflexão a partir da fenomenologia sobre o conhecimento da área nesta pesquisa, onde a mesma se pauta em um pensamento que investiga sobrepujar o positivismo na ciência e tem como alicerce a compreensão no mundo da experiência.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Mídias Sociais e Atividade Física

Divulgar informações, conteúdos, produtos, entre outros, na *internet* tornou-se um meio fácil, se não o mais importante, de comunicação e marketing nos dias atuais. Para esse tipo de atividade, usa-se o que antigamente era chamado de “*New Media*” (Novas Mídias) e atualmente Mídias Sociais, que são o elo entre quem vende/publica algo e o público alvo. Servem também como meio de interação entre pessoas.

“A informação e o conhecimento estão em todas as esferas e áreas, são considerados essenciais tanto do ponto de vista acadêmico quanto profissional e, quando transformados pelas ações dos indivíduos, tornam-se competências valorizadas, gerando benefícios sociais e econômicos que estimulam o desenvolvimento e são, ainda, recursos fundamentais para formação e manutenção das redes sociais.” (Tomaél, Alcará, Di Chiara, 2005)

Criada na época da Guerra Fria, em 1950, a *Internet* iniciou-se com um projeto militar, no intuito de estabelecer conexões entre grandes centros universitários americanos para troca de informações de forma segura e também como forma de mantê-los fortes e unidos, no caso de uma guerra nuclear. Passados os anos, a *Internet* foi tomando proporções gigantescas, abrangendo o mundo todo, “diminuindo distâncias” e aumentando a interação social da população.

“A mídia, através das inovações tecnológicas, tem levado ao aumento da visibilidade das propostas, iniciativas, atuação dos novos paradigmas, para se

7 Pessoas que exercem forte influência em redes sociais como blogs oferecendo conteúdos e recebendo interações de um grande número de pessoas.



atingir um estilo de vida ativo. A ação da mídia permite uma rápida e abrangente penetração social...” (Figueira Junior, 2000).

A velocidade e a praticidade que as mídias sociais proporcionam as pessoas é o que as atrai a consumir as informações geradas em redes sociais. Essas informações em diversos casos são geradas por pessoas não qualificadas que se posicionam como uma espécie de marca e por conta disso possuem o seu valor qualitativo e quantitativo (Damacena, Petroll & Vontobel, 2015). Esse valor agregado a determinados blogueiros acaba por supervaloriza-los ao mesmo tempo em que gera uma banalização da importância de se procurar indivíduos que, de fato, são profissionais de educação física.

Para qualquer profissional da área de educação física, ter um perfil *online* vem se tornando cada vez mais comum e eficaz. É notório o crescimento de páginas nas redes sociais, logo, de seguidores de *personal trainers*, assessorias esportivas, academias, clubes de corrida e afins. A ação da mídia permite uma rápida e abrangente penetração social que, para os programas de intervenção, é de extrema importância (Figueira Junior, 2000). Porém, mesmo com todos os benefícios que a *internet* e as mídias sociais têm a oferecer, ainda sim, algumas pessoas fazem o uso das mesmas para propagar informações falsas. Em alguns casos, pode ser que elas acreditem estar certas, mas por serem leigos e não terem formação no assunto acabam transmitindo informações erradas e/ou incoerentes.

Essas páginas, principalmente, as voltadas para a atividade física que são administradas por indivíduos sem formação na área têm se tornado uma constante, pois agora, segundo o conceito de *marketing 4.0*⁸ o ser humano tem o desejo de não apenas consumir conteúdo, mas também de produzi-lo, afim de publicar informações, receber interações, conseguir patrocínios ou outras formas de lucro.

8 Foca no comportamento das pessoas diante da nova economia digital. O *marketing 4.0* ressalta que as empresas buscam emplacar no ambiente digital construindo relações de proximidade com o consumidor.

Com isso, nota-se que esses blogueiros tornam-se uma espécie de empresas que pretendem fidelizar o engajamento dos seus consumidores que no caso e questão são chamados de seguidores.

Com isso, nota-se que os conteúdos presentes nas diferentes redes sociais são feitos com o objetivo de influenciar as pessoas a sentirem necessidade desse consumo. É interessante ressaltar também que os consumidores desses blogueiros se posicionam como fãs e, assim, absorvem o desejo de serem iguais a eles. Ao se tornarem fãs é como se uma venda fosse colocada em seus olhos e tudo que for dito ou feito por esses influenciadores se transforma em dogma, principalmente, quando se trata de corpo, já que as pessoas estão constantemente insatisfeitas com a sua aparência. (Monteiro & Barreto, 2016).

2.2 Busca pelo Corpo Ideal: Um Diálogo Com os Autores

Nossa sociedade encara a estética corporal como algo de extrema importância, associando a beleza do corpo à ascensão social, processo no qual aquele que alcança esse corpo idealizado por tantos é consagrado por quem ainda busca resolver o “problema” da flacidez e da gordura localizada. “Os padrões de beleza vão além da vestimenta, interferindo na (re)construção e transformação do corpo” (Felerico & Molina, 2014). Tudo gira ao redor do corpo, estando este fortemente ligado à exclusão, integração ou até mesmo o destaque em relação aos demais.

“Não se trata de um corpo natural, mas de um corpo forjado, aberto a (re)significações sócio-identitárias e transformações da forma física. Afinal, a mídia apresenta de modo enfático “celebridades”, com seus corpos deslumbrantes, realizadas, felizes e “bem sucedidas”. Esse enfoque privilegiado da mídia em geral e também da publicidade acerca do corpo belo associado à ideia de felicidade e sucesso afeta os significados do corpo e intensifica a noção de corpo ideal (Goldenberg, 2002 *apud* Felerico & Molina, 2014).



Nessa cultura onde a beleza é entendida como essencial, o corpo é tido como uma obra que pode ser sempre construída ou reformada para estar de acordo com os padrões estéticos e, independente da condição econômica, as pessoas procuram estar dentro desses padrões. Observa-se uma clara necessidade de construir um corpo esteticamente agradável para que o indivíduo aceite a si mesmo e seja aceito pelos outros. “O homem é o espelho do homem.” (Merleau-Ponty, 2011).

O indivíduo sempre busca ser socialmente aceito, com isso associa o corpo esteticamente em boa forma à inserção social. “Não podemos esquecer que vivemos na era da imagem, onde valem pelo que aparentamos ser, onde a sociedade impõe padrões de estética e de beleza que devem ser seguidos, imitados e/ou copiados a qualquer preço” (Garcia & Lemos, 2003).

Seguindo essa linha de pensamento, Kehl (2005) também faz uma crítica à sociedade contemporânea que trata o corpo como um escravo que deve ser submetido à rigorosa disciplina da indústria da forma, e um senhor ao qual se sacrifica tempo, prazeres, investimentos e a sobra das economias.

As pessoas, induzidas pela mídia, procuram moldar seus corpos através de métodos que nem sempre são seguros, podendo gerar malefícios à saúde. Dessa forma, estão sempre à procura dos meios mais fáceis e rápidos para chegarem aonde querem, acreditando que aqueles que conseguiram tal façanha, sejam as pessoas mais indicadas para lhes dar uma orientação.

“A chamada “ditadura da magreza” impõe padrões de comportamento que vão além do equilíbrio para a conquista do corpo sarado, seja via dietas mirabolantes, do uso de inibidores de apetites ou através da prática de exercícios físicos combinada com suplementos e medicamentos que aumentam a vontade de “malhar””. (Simões, 2014).

A cada dia o mercado da beleza seduz e atrai mais pessoas que estão dispostas a consumir as propostas de solução para as imperfeições do corpo. “O corpo virou o mais

belo objeto de consumo e a publicidade, hoje em dia serve, principalmente, para produzir o consumo como estilo de vida, produzindo um produto próprio: o consumidor, eternamente insatisfeito com sua aparência” (Goldenberg, 2002 *apud* Felerico & Molina, 2014). Essa ditadura do corpo perfeito está fortemente empregada na mente daqueles que acham que só serão felizes se alcançarem um modelo de corpo, considerado belo pela maioria.

Na tentativa de alcançar tal padrão estético, muitas vezes associado com discursos obsessivos da saúde; e, em uma construção imaginária contemporânea de um corpo perfeito e ideal, mostram que situações são geradas podendo causar danos ou enfermidades. Algumas mídias vem mudando esse sentido para “atividade física é saúde”, usando a atividade física como remédio, transformando a saúde em beleza e o corpo como produto de consumo.

2.3 A Influência dos Blogueiros(As) *Fitness*

Com a banalização dessas informações disponíveis na *internet*, os profissionais de educação física encontram um novo desafio a sua volta às chamadas *personalidades célebres* que são pessoas reais que se destacam por algum atributo tendo a influência positiva ou negativa para a sociedade oferecendo algum significado ao seu grupo de pessoas (Nascimento, Perez, Oliveira & Bronshtein, 2013).

Na contemporaneidade, as celebridades estão associadas ao glamour, fama, são produtos culturais que possuem uma relação de envolvimento ultrapassando a esfera do consumo gerando confiança, porém nem sempre os produtos apresentados à população são confiáveis. Diariamente as mídias sociais são carregadas de orientações e dicas sobre exercícios físicos por parte de quem não tem propriedade pra falar do assunto. São pessoas patrocinadas por diversas marcas de produtos, mostrando as “fórmulas” e os caminhos que levam ao alcance do corpo perfeito e estão fazendo com que muitas pessoas acreditem nesses procedimentos e busquem, sem medir as



possíveis consequências, o corpo que desejam ter.

Vasconcellos (2015) traz uma discussão a respeito do assunto falando da facilidade que a *internet* e as redes sociais nos proporcionam para lançar informações, com muita gente séria e qualificada postando assuntos importantes. Por outro lado, utilizando desses mesmos meios, existe uma série de pessoas dando dicas de saúde, nutrição e atividade física com intuito de lucrar em cima de seus seguidores. Ela ainda comenta que, diariamente, modelos, artistas, sub-celebridades, blogueiros *fitness*, postam dicas, fotos, vídeos e receitas do “seu estilo de vida”, servindo de fonte de inspiração para milhares de pessoas e obtendo vantagens financeiras.

As pessoas estão se importando cada vez menos com a manutenção da saúde e dedicando-se à do corpo, como se este fosse um cartão de visitas que necessita estar de acordo com o modelo estabelecido pela mídia, disseminada por homens e mulheres que dão o passo a passo, em suas redes sociais, de como ter um corpo *fitness*.

“Seguir pessoas que não tem comprometimento algum em promover saúde e bem estar, mas somente contribuem para a desinformação, lucrando de maneira fácil e sem escrúpulos em cima da fragilidade e do desespero por corpos perfeitos, é simplesmente concordar com esse mundo corrupto de valores distorcidos.” (Vasconcellos, 2015)

A orientação da prática de exercícios físicos na internet por parte de blogueiros e musas *fitness* na internet é comum, pois é um assunto que atrai milhares de seguidores. Gentil (2006) afirma que o objetivo mais comum aos praticantes de musculação no ocidente é o estético. Em suas páginas virtuais, as inspirações do mundo *fitness* postam as mais belas fotos, em seus melhores ângulos, mostrando seus corpos definidos e indicando os exercícios que podem fazer com que qualquer um tenha os mesmos resultados. Com isso, sem medir as possíveis consequências, os seguidores desses perfis

reproduzem os exercícios que aprendem, a fim de possuir o corpo almejado.

O coordenador da Sociedade Brasileira de Medicina do Exercício e do Esporte (SBMEE)⁹, Dr. Marcelo Bichels Leitão diz que:

“O problema dos blogs está na forma como as pessoas lidam com as informações ali postadas, achando que são genéricas e que servem para todos. Quando se trata de atividade física, é importante lembrar que cada indivíduo tem um organismo e por isso deve ter um programa de exercícios diferenciado”. (Revista de Educação Física, 2015)

Recentemente, uma blogueira bastante famosa, que possui aproximadamente 155 mil seguidores¹⁰ no aplicativo Instragram¹¹, recebeu uma ação judicial, na qual foi autuada nas penas do artigo 7º, inciso VII, e artigo 12, inciso III, ambos da Lei nº 8.137/90, que a acusa de induzir seguidores de seu *blog* ao erro com o incentivo do uso de dietas hipocalóricas de forma indiscriminada e de treinos restritivos, além de expor e divulgar um estereótipo físico e de beleza, de forma que influencia diretamente na execução de tal dicas para os leitores.

Logo, fica evidente que o estilo de vida *fitness* está cada vez mais popular, as pessoas que desejam dar ou buscar uma informação sobre o assunto as conseguem de forma fácil e rápida nas redes. Porém, o que deveria servir como forma de propagação da saúde com o incentivo à prática de exercícios físicos pode acabar trazendo riscos por conta das informações difundidas por pessoas sem formação na área da educação física.

“No caso de acessar uma página pessoal ou blog, sempre busque analisar antes a

9 Associação criada em 1962 com a finalidade de cuidar de assuntos inerentes à Medicina Esportiva. Esta que aborda questões sobre a atividade física, exercício físico e do esporte com a intenção de prevenir, tratar, reabilitar, melhorar o desempenho e a qualidade de vida das pessoas.

10 Nome que se dá a pessoas que seguem algum perfil ou página na *internet*.

11 Trata-se de uma rede social (aplicativo móvel), com finalidade de postar fotos e vídeos *online*.



formação e currículo da pessoa que escreve. Isso já pode dar uma noção melhor sobre a veracidade das informações postadas. É possível verificar ainda se o autor é vinculado ou credenciado pela sociedade de sua área ou se tem publicações científicas, pois essas informações também estão facilmente disponíveis em sites de busca de artigos científicos e curriculares.” (Musolino E Duarte, 2014)

O caso de uma jornalista que se acidentou¹² em uma academia em Recife exemplifica bem a gravidade de reproduzir exercícios que não foram prescritos por um profissional, que poderia considerar as particularidades da mesma para a prescrição de um treino e até que ponto determinado movimento seria seguro para ser executado.

“Qualquer atividade física deve ser ministrada por um Profissional habilitado com conhecimento científico e técnico. Em nossa opinião, as celebridades fitness têm se dedicado ao assunto muito mais para atrair “cliques” e publicidade do que para promover o desenvolvimento da saúde das pessoas. Todos ganham com a disseminação da atividade física devidamente orientada por Profissionais de Educação Física. A banalização dos treinamentos e das práticas esportivas pode gerar riscos fatais à saúde do ser humano, como já visto nos noticiários”. (Delmanto, 2016)

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para este estudo, buscando embasamentos teóricos plausíveis, optaram-se pela análise de livros, artigos e revistas

científicas, a fim de um melhor entendimento e explicação sobre o tema tratado. Utilizou-se uma pesquisa de caráter exploratório, definido com base em nossos objetivos:

“Estas Pesquisas tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses... Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.” (Gil, 2002)

Essa pesquisa qualitativa foi delimitada pelo método fenomenológico buscando a compreensão do fenômeno situado por meio de um roteiro de entrevista anotada pelos pesquisadores enquanto os sujeitos entrevistados relatavam o que lhe era questionado. Antes, é preciso compreender o fenômeno a partir do que nos dá a refletir, na intenção de propiciar um conhecimento aberto, livre de aplanamentos que o tornem fechado (Merleau-Ponty, 2011). Com isso, não queremos dar um significado fechado a este trabalho, mais buscar novas acepções em busca do tema discutido.

Buscando conhecer a opinião dos professores de educação física que atuam em academias de ginástica e musculação, foi elaborado um roteiro de entrevistas com cinco perguntas abertas para que os entrevistados tivessem a liberdade de falar sobre publicações relacionadas a exercícios físicos em redes sociais. Esses profissionais foram selecionados por atuarem nesses ambientes aonde as pessoas vão em busca de alguma modificação em seus corpos. Ao mesmo tempo foi dito aos sujeitos entrevistados que nem eles e nem as academias que representavam seriam reveladas na pesquisa, garantindo sigilo absoluto.

12 Em outubro de 2013, jornalista de 29 anos, moradora de Recife, passou a seguir vários perfis de pessoas que dão orientações à partir de exercícios físicos e alimentação, seguindo ao máximo as dicas dadas, para ter o corpo em forma. Ao final de um treino, decidiu fazer um exercício que havia visto em um dos perfis que seguia, pendurando-se em uma barra com os joelhos e ficando de cabeça para baixo. A jornalista escorregou, caindo com o pescoço em cima de um bloco de madeira, fraturando a coluna. Por conta disso, ficou paraplégica por um mês e meio. Disponível em: <http://www.otempo.com.br/blogs-fitness-escondem-riscos-1.1023175>.



	Roteiro de perguntas
01	Você faz uso de alguma mídia social a fim de transmitir informações e orientações à respeito da prática de exercícios físicos?
02	Qual o objetivo mais procurado pelas pessoas que aderem à prática de exercícios físicos?
03	Você já ouviu relatos de alunos que desejam ter o corpo parecido com o de alguma celebridade, blogueiro ou blogueira da internet? Comente.
04	Já houve necessidade de você prescrever exercícios por exigência do seu aluno em querer efeito imediato influenciado pela internet?
05	Qual sua opinião sobre as informações e dicas vindas de blogueiros (as) à respeito de exercícios físicos?

Quadro 01: Roteiro de entrevista

Fonte: Elaborado pelos autores

Atendendo ao rigor da pesquisa optamos por transcrever as repostas dadas de forma descrita, não alterando as palavras ou expressões ditas pelos sujeitos, objetivando-se gerar conhecimentos úteis, a fim de explanar sobre o tema de forma clara e eficiente. Para colaborar com a pesquisa foram selecionados dez profissionais formados em educação física, no ano de 2015, com interesse em participar e exercendo suas profissões na área da musculação e/ou ginástica, e que tivessem já observado as redes sociais de pessoas com

grande influencia na mídia os quais não possuíssem qualificação na área.

No método fenomenológico submetemos as descrições da seguinte maneira: Primeiro passo será a leitura e descrição a fim de conseguir um sentido geral; seguindo ao analisarmos as respostas, voltaremos ao inicio do texto com o fim de discriminar os resultados; E por fim, os pesquisadores, finalmente sintetizam os significados referentes às experiências do sujeito. (Moreira, 1990).

4. ANÁLISE DE DADOS

Questionamentos	Objetivos	Verbalização das Entrevistas
Profissionais de Educação Física utilizam mídias sociais para transmitir informações	Descobrir se os profissionais da área da educação física fazem publicações relacionadas a orientações de exercícios físicos	<i>“Sim, sempre que posso posto algo relacionado à atividade física”</i> (entrevistado 7).
Objetivos mais procurados por alunos nesses ambientes	Possui como propósito saber qual o objetivo mais procurado pelas pessoas que aderem à prática de exercícios físicos.	<i>“no geral priorizam a estética, a maioria das pessoas procuram primeiro ter um corpo mais sarado, um corpo mais bem visto pela sociedade, e depois se preocupam com a saúde.”</i> (entrevistado 10).
Alunos desejam ter o corpo parecido de alguém famoso	Saber se os entrevistados já haviam escutado relatos de alunos que desejavam ter o corpo parecido com o de alguma celebridade, blogueiro ou blogueira da internet.	<i>“Com essa busca incessante pelo corpo perfeito, as pessoas tentam ter alguém como inspiração e acabam encontrando nessas blogueiras ou em pessoas famosas. O que as pessoas não sabem é que nem sempre essas blogueiras conseguem adquirir esse “corpo perfeito” de forma saudável, através da alimentação, descanso e exercícios físico.”</i> (entrevistado 9).
Já houve necessidade que o Professor de Educação Física	Observar como se dá, no dia-a-dia, a relação sobre as informações e exemplos dados por estas pessoas	<i>“Não. Ser flexível durante a prescrição não significa ser permissivo. Ouvir o aluno pra saber o que ele gosta ou não de fazer é</i>



passasse o treino influenciado por alguém sem formação profissional	nas redes sociais e o efeito que causam diretamente no trabalho dos profissionais de educação física nas academias.	<i>importante, mas tudo tem limite. Devemos nos guiar pela ciência, respeitando os limites e possibilidades de cada um.</i> (entrevistado 2).
Opinião dos Profissionais em relação as dicas de pessoas sem qualificação na área	Explicar a opinião crítica-reflexiva dos entrevistados, procurando investigar sobre o que os mesmos pensam sobre estas dicas e informações passadas através das redes sociais, por estes blogueiros.	<i>“O incentivo à prática de atividades físicas é sempre válido, até mesmo por parte desses blogueiros, assim como informações acerca, porém ele não pode ser feito de qualquer maneira. Ao postar algo na rede você deve ter responsabilidade, pois o que você escreveu está livre à interpretações. Incentivar é uma coisa, prescrever de que maneira seus seguidores devem fazer é outra coisa totalmente diferente. O princípio da individualidade biológica é quebrada, as informações vêm do senso comum, sem nenhuma base científica por trás. Isso prejudica muitas pessoas, de várias formas e em várias intensidades, é perigoso. Portanto, a prescrição deve ser feita por um profissional qualificado, o qual tem total capacitação e qualificação para tal ação/trabalho.”</i> (entrevistado 6).

Tabela 01: Dados da pesquisa
Fonte: Elaborado pelos autores

O fenômeno do culto ao corpo ganhou muito espaço nos meios de comunicação e na sociedade em geral. Trinca (2008) ressalta que o assunto circula nas pautas de jornais e revistas, difundindo-se por programas de televisão, cadernos de cultura e anúncios publicitários.

É comum as pessoas seguirem e reproduzirem o comportamento daquele que conseguiu “moldar” seu corpo até ter um resultado satisfatório para a grande maioria, desvalorizando assim a orientação dos profissionais devidamente capacitados. Gentil (2011) destaca a importância de se ter um acompanhamento adequado nos treinos e quem tem a competência para isso é o professor de educação física, que passa anos estudando as diversas ciências envolvidas na prática de atividades físicas, como fisiologia, bioquímica, biomecânica, cinesiologia, anatomia, sem esquecer de outras não menos importantes como as relacionadas à aprendizagem motora, psicologia, etc. Ele ainda reforça que o praticante, montando o próprio treino ou o copiando de uma outra pessoa, pode acarretar riscos à saúde e diminuir a possibilidade de se obter bons resultados.

Sabe-se que exercícios físicos, quando praticados regularmente, promovem diversos benefícios. Para Gentil (2011) tornou-se indiscutível que a prática de atividades físicas é importante para manutenção da saúde. Ele ainda afirma que nesse contexto, a musculação vem ganhando muito espaço por proporcionar resultados estéticos, melhorar o desempenho desportivo e ajudar na prevenção, recuperação e reabilitação das mais diversas condições patológicas.

Dentre as respostas dos professores, o emagrecimento foi o objetivo mais citado, seguido da hipertrofia muscular e ainda falaram também da saúde, como sendo um dos objetivos procurados, entretanto, a hipertrofia e o emagrecimento relacionados à estética foram itens citados por todos. Essas respostas só reforçam ainda mais a constatação de que a busca pelo corpo perfeito tem sido o foco da sociedade contemporânea. Goldenberg (2007 *apud* Felerico & Molina, 2014) argumenta que, no Brasil, o corpo é tido como uma riqueza, talvez a mais desejada pelas pessoas das camadas médias e também das camadas pobres, que entendem que o corpo é um veículo



fundamental de ascensão social e também um importante capital no mercado de trabalho, no mercado de casamento e no mercado sexual.

Trinca (2008) subsidia esse posicionamento falando que as aplicações e implantes de silicone, de toxina botulínica¹³, a obsessão com a magreza, com o controle do peso, a adoção às tendências da moda, os exercícios físicos, os alimentos *diet* e *light*, o consumo de anabolizantes; as técnicas e os produtos para rejuvenescer, os procedimentos modeladores, corretivos e de lipoescultura converteram-se em ferramenta indispensável para viabilizar a produção de um corpo “perfeito e ideal”, esteticamente “belo”, dentro dos padrões tipicamente ocidentais. São várias as opções oferecidas ao consumidor da beleza que prometem promover resultados satisfatórios de maneira rápida e eficiente.

Santos & Silva (2014) ressaltam que: “O poder de manipulação da mídia pode atuar como uma espécie de controle social, que contribui para o processo de massificação da sociedade, resultando num contingente de pessoas que caminham sem opinião própria.”. O que, conseqüentemente, ocasiona essas situações. São pessoas leigas, que se deixam influenciar por essa mídia massificadora que expõe conteúdos puramente midiáticos, com fins lucrativos, estéticos e promocionais, não se preocupando com o que cada ser humano que ali “visita”, lê diariamente, observa cada postagem e acredita/quer estar apto ou ser daquele mesmo jeito.

Por completo, é perceptível a preocupação com a funcionalidade do exercício exigido, independente se executaram ou não o pedido dos alunos, todos mostram com argumentos bibliográficos, todas as vertentes possíveis para que o aluno se convença que nem sempre o que vê e sites e blogs, vai ser o melhor pra ele. Como resalta Lipovetsky (2005), "quanto mais indivíduos são informados, mais encarregam de sua própria existência, mas o ego é objeto de cuidados, de autosolicitudes, de

prevenções." Alguns entrevistados ainda relatam que na maioria das vezes o aluno, por receber uma boa explicação por parte dos profissionais, se convence do que é certo e não volta mais a questioná-lo.

Entende-se que toda forma de propagação, motivação e divulgação de práticas de incentivo à saúde são válidas, desde que estejam dentro de padrões coerentes. Sendo notório também que a mídia tem papel importante na vida de cada ser humano, quando usada com responsabilidade. "Todas essas correntes de informações têm efeitos centrípetos, levam os indivíduos a melhor observar e, a gerir “racionalmente” seu corpo, sua beleza, sua saúde, a zelar atentamente por si próprios..." (Lipovetsky, 2005)

Porém, há uma inquietação muito grande ainda por parte dos profissionais de educação física na forma de como os blogueiros passam as dicas de treino, impondo padrões de beleza, com seus corpos magros e/ou sarados, acreditando que, por treinar a certo tempo, são capazes de prescrever treinos indiscriminadamente. Essa busca pelo ideal de corpo, influenciada pelas mídias, tem como fundamento e colocam a aparência corporal como núcleo do glamour, de prosperidade, da saúde e da felicidade do ser humano (Trinca, 2008).

Sendo assim é necessária uma inspeção do conselho de Educação Física que foi colocada em pauta também, onde é feito uma crítica, dizendo que o conselho não cumpre com suas obrigações, não possuindo uma fiscalização adequada sobre estas pessoas que fazem exercício ilegal da profissão. Recentemente, mais precisamente em 2015, foi realizada uma campanha online, em redes sociais, na qual educadores físicos formados, que possuíam registro no CREF- Conselho Regional de Educação Física¹⁴, utilizariam de uma postagem com sua foto, segurando e mostrando a carteira de identificação do conselho, fazendo assim a comprovação de que estava apto a exercer tal profissão. Campanha essa que teve como objetivo mostrar que profissionais de educação

13 Conhecida por Botox (Marca de referência da toxina botulínica), usada para fins estéticos para o tratamento de rugas e expressões.

14 Conselho coordenado, formado por diversas pessoas responsáveis por fiscalizar, organizar e cuidar de todas as atividades inerentes à educação física.



física estão lutando contra esta atual situação, na qual pessoas insistem em continuar exercendo ilegalmente a profissão.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse estudo pudemos notar que as comunicações feitas pelas mídias sociais, de fato, influenciam bastante os usuários que as utilizam e fortalecem o poder de convencimento que pessoas exercem nas outras e acabam gerando uma comunicação de efeito por parte desses consumidores onde a influência da mídia sobre o corpo é diretamente relacionada à beleza, a um padrão estético; e que os corpos são os principais alvos da mídia. (Damacena, Petroll & Vontobel, 2015); (Monteiro & Barreto, 2016).

De uma maneira geral, nas reflexões feitas ao longo dessa pesquisa, este trabalho mostrou o quanto importante é uso da *internet* e das mídias sociais de forma positiva para ajudar pessoas a saírem do sedentarismo; a procurarem formas de se exercitar e também mostrou o quanto é necessário que profissionais qualificados estejam fazendo parte destas mídias, para que também possam conscientizar a população da importância de se exercitar sendo orientada por pessoas qualificadas e dos riscos inerentes a essa prática desorientada por profissionais da área do treinamento físico.

Contudo, esse estudo também nos trouxe uma reflexão sobre esta busca excessiva pelo “corpo ideal”, na qual a mídia massifica diariamente, mostrando exemplos de pessoas famosas, bonitas e extremamente satisfeitas com seus corpos, em que sua lógica econômica incentiva, de uma forma impositiva, as pessoas a consumirem o que lhe é conveniente. Por isso, é importante discutir o tema sobre as influências da mídia nos cursos de formação de professores de Educação Física, com o intuito de viabilizar aos futuros professores a revisão de sentidos e valores atribuídos às práticas corporais e ao corpo.

Essa realidade acarreta, muitas vezes, prejuízos à saúde, pois gera uma busca desenfreada pelo tal corpo padronizado e divulgado pela mídia, por meio das redes sociais (páginas de blogueiros) reforçando padrões estéticos diariamente. Esse corpo exposto nas redes se torna um ideal de beleza e estética desejado por muitos e faz com que os usuários de

mídias sociais não meçam esforços para seguir o mesmo caminho e, assim, acabam recorrendo ao consumo informações pouco confiáveis.

Conclui-se então que é notório no discurso de todos os entrevistados que cabe aos profissionais de Educação Física agir com discernimento quanto às práticas corporais ao invés de incentivarem os modismos estéticos, pois são eles os envolvidos com as técnicas corporais e com a cultura do corpo nos diferentes ambientes. “Mais do que uma atuação de cunho, essencialmente, técnico, o professor de educação física é um educador, na medida em que desempenha um papel de formação de valores educacionais e socioculturais” (SANTOS *et al.*, 2013).

É válido ressaltar que, durante a pesquisa, encontraram-se algumas dificuldades na busca do referencial teórico, pois embora a oferta sobre temas que a entrelaçam seja abundante, para pesquisarmos o assunto principal, foco do trabalho, tivemos dificuldades por não ter muitas opções de artigos científicos e bibliográficos sobre este assunto, sugerindo-se, portanto, outros estudos que intensifiquem essas discussões. Logo, notou-se que essa análise, pioneira na Universidade do Estado do Pará, é de suma importância para fomentar mais discussões e estudos acerca desse tema no campo da educação física.

Como foi dito por Martin Luther King¹⁵ “O que me preocupa não é nem o grito dos corruptos, dos violentos, dos desonestos, dos sem caráter, dos sem ética. O que me preocupa é o silêncio dos bons.” Enquanto os meios de comunicação existirem oferecendo inúmeras formas, de maneira fácil e acessível, para toda a população mundial, professores de educação física não podem se esvaír de seus deveres e obrigações. É necessário buscar estratégias para amenizar as alienações midiáticas dos alunos e quando utilizado essa ferramenta seja para a propagação da saúde, qualidade de vida e incentivo a esses praticantes, transmitindo de forma clara, eficiente e devidamente embasada teoricamente para não dar margem à influência de pessoas não

15 (1929-1989) Um dos mais importantes líderes do movimento dos direitos civis dos negros dos Estados Unidos.



qualificadas que colocam em risco a saúde de toda uma sociedade.

6. REFERÊNCIAS

Conselho Federal De Educação Física (2015). Disponível em: <http://www.confef.org.br/extra/revistaef/show.asp?id=4294>. Acesso em: 02 set. 2016.

Damacena, C., Petroll, M. M., & Vontobel, J. K. (2015). Os efeitos da Comunicação nas Mídias Sociais sobre o Consumidor: uma replicação do estudo de Schivinski e Dabrowski. *Revista Gestão & Tecnologia*, 15(2), 135-160.

Delmanto, F. (2016). O risco dos blogs fitness. *Revista Educação Física*, 56 (2), 20-22

Diario Gaúcho. *Alerta para saúde*. Disponível em: <http://diariogauchoclicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2016/10/mayra-cardi-e-alvo-de-denuncias-no-conselho-de-nutricao-de-sao-paulo-por-programa-de-emagrecimento-7834073.html>. Acesso em: 20 out. 2016.

Felerico, S & Molina, V. (2014). "Mulheres Rãs": *Mais uma beleza do presente*. Disponível em: <http://congresso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT7-Felerico-Molina.pdf>. Acesso em: 21 set. 2016.

Figueira Junior, A. (2000). Potencial da Mídia e Tecnologias Aplicadas no Mecanismo de Mudança de comportamento Através de Programas de Intervenção de Atividade Física. *Revista brasileira de Ciência & Movimento*, 8(3), 39-46.

Garcia, R. P. & Lemos, K. M. (2003). A estética como valor na educação física. *Revista Paulista de Educação Física*. 17(1), 32-40.

Gentil, P. (2006). *Algumas considerações sobre treinamento resistido*. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd170/consideracoes-sobre-treinamento-resistido.htm>. Acesso em: 22 set. 2016.

Gentil, P. (2011). *Musculação: a importância do acompanhamento adequado*. Disponível em: http://www.gease.pro.br/artigo_visualizar.php?id=220. Acesso em: 30 set. 2016

Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4 ed. São Paulo: Atlas

Kehl, M. R. (2005). *Com que corpo eu vou?* in: BUCCI, E. & KEHL, M. R. (orgs) *Videologias*. 2 ed. São Paulo: Boitempo. p. 175.

Lipovetsky, G. (1989). *O império do efêmero – A moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras.

Merleau-Ponty, M. (2011). *Fenomenologia da percepção*. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes

Monteiro, A. H. & Barreto, A. G. P. (2016). *Marketing 4.0 e a Cultura de Fãs: Potterheads comprovam que, mais uma vez, Kotler está certo*. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/321018834_Marketing_40_e_a_Cultura_de_Fas_Potterheads_comprovam_que_mais_uma_vez_Kotler_esta_certo. Acesso em: 04 nov. 2016.

Moreira, W. W. (1990). *A ação do professor de Educação Física na escola: uma abordagem fenomenológica*. Tese de doutorado, Universidade Estadual Campinas, Campinas, SP, Brasil. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/252755>. Acesso em: 06 set. 2016.

Musolino, N. R. de C. & Duarte, F. H. G. (2014). *Blogs sobre fitness podem fazer leitor colocar sua saúde em risco*. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/opiniaocoluna/2014/07/14/blogs-sobre-fitness-podem-fazer-leitor-colocar-sua-saude-em-risco.htm>. Acesso em: 25 set 2016

Nascimento, A. C., Perez, C., Oliveira, D.A. & Bronsztein, K.P. (2013). Celebidades, marcas e consumo: quais os atributos dos famosos fortalecem um produto no mercado. *Rev. Signos do Consumo*, 5 (1), 70-87.



- Queiroz, R. S. (org.) (2000). *O corpo do Brasileiro*. São Paulo: Senac
- Santos, A. R. M. (2013). A busca pela beleza corporal na feminilidade e masculinidade. *Revista Brasileira de Ciência e Movimento*, 21(2), 135-142
- Santos, S., & Silva, E. (2014). *O impacto e influência da mídia sobre a produção da subjetividade*. Disponível em: http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/447.pdf. Acesso em 30 set 2016.
- Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2014). The effect of social media communication on consumer perceptions of brands. *Journal of Marketing Communications*, 1-26.
- Simões, D. (2014). *Até que vale a busca pelo corpo perfeito?*. Disponível em: <http://www.a12.com/jornalsantuاريو/noticias/ate-que-ponto-vale-a-busca-pelo-corpo-perfeito>. Acesso em: 02 out. 2016.
- Sodre, R. (2015, abril 12). Blogs fitness escondem riscos. *O Tempo*, Caderno Saúde, 01 Disponível em: <http://www.otempo.com.br/blogs-fitness-escondem-riscos-1.1023175>. Acesso em: 02 out 2016.
- Tomael, M. I., Alcará, A. R. & DI Chiara, I. G. (2005). Das redes sociais a inovação. *Revista Ciência da Informação*, 34 (2), 93-104.
- Trinca, T. P. (2008). *O corpo-imagem na "cultura do consumo": uma análise histórico-social sobre a supremacia da aparência no capitalismo avançado*. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista, Marília, SP, Brasil. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/CienciasSociais/Dissertacoes/trinca_tp_ms_mar.pdf. Acesso em: 10 out. 2016.
- Tubino, M. J. G. (2003). *Metodologia Científica do treinamento desportivo*. 13ed. São Paulo: Phorte
- Vasconcellos, M. (2015). *Educação física e o exercício ilegal da profissão por blogueiros, celebridades e musas "fitness"*. Disponível em: <http://www.papodeesteira.com.br/blogs/no-pace-da-vida/educacao-fisica-e-o-exercicio-ilegal-da-profissao-por-blogueiros-celebridades-e-musas-fitness>. Acesso em: 16 ago. 2016.