

## Espelho, espelho meu, que corpo é esse, que não é o meu? Produção científica sobre corpo feminino, Educação Física e mídia

### RESUMO

Este artigo tem por objetivo analisar produções do Grupo de Trabalho Temático Comunicação e Mídia (GTT2) do Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE), sobre o tema representações do corpo feminino, mídia e Educação Física. Para isso foram acessados os anais de evento entre os anos de 2007 e 2017. Foram identificados e analisados 9 artigos a partir das problematizações: Qual o objetivo e metodologia? Qual o posicionamento teórico dos autores? Qual o posicionamento dos autores sobre as representações de corpo feminino e a posição da Educação Física frente a essa representação? A pesquisa conclui que foram poucos estudos abordando esse tema. Sugere-se a ampliação de investigações para que possamos superar a atual concepção de representação do corpo feminino e de suas implicações para o campo do bacharelado em Educação Física.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mulher; Corpo; Mídia; Educação física

### Luiza Pizolati Marcelino

Graduação em Educação Física Bacharelado  
Universidade do Extremo Sul Catarinense, Curso  
de Educação Física, Criciúma, Brasil  
[luizapizolati@gmail.com](mailto:luizapizolati@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-5953-0581>

### Bruna Carolini De Bona

Mestrado em Educação  
Universidade do Extremo Sul Catarinense, Curso  
de Educação Física, Criciúma, Brasil  
[bcb@unesc.net](mailto:bcb@unesc.net)

<https://orcid.org/0000-0002-1897-9988>

## **Mirror, mirror on the wall, what body is that, which is not mine? Scientific production on feminine body, Physical Education and media**

### **ABSTRACT**

This article has as aim at analyzing Productions by the *Grupo de Trabalho Temático Comunicação e Mídia* (GTT2) do *Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte* (CBCE) on the theme representations about feminine body, media, and Physical Education. Thereunto, event proceedings from 2007 and 2017 were accessed. From 9 articles identified and analyzed on the problematizations: What is the aim and the methodology? What is the theoretical assumption used by the authors? What is the author's position on the feminine body representations and the position of Physical Education before these representations? The research concludes that a little Productions approached this theme. Enlarging investigations is suggested to enable the overcome of the current conception of representation of the feminine body and its involvement in the bachelor's degree in Physical Education.

**KEYWORDS:** Woman; Body; Media; Physical education

## **Espejito, espejito en la pared, dime una cosa, ¿qué cuerpo es ese, que no es el mío? Producción científica sobre cuerpo femenino, Educación Física y media**

### **RESUMEN**

Este artículo tiene el objetivo de analizar producciones del *Grupo de Trabalho Temático Comunicação e Mídia* (GTT2) do *Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte* (CBCE), sobre el tema representaciones del cuerpo femenino, media y Educación Física. Para ello, las actas de los eventos entre los años de 2007 y 2017 fueron accedidas. Fueron identificados y analizados 9 artículos desde las problematizações: ¿Cuál es el objetivo y la metodología utilizada? ¿Cuál es la posición teórica de los autores? ¿Cuál es la posición de los autores sobre las representaciones del cuerpo femenino y la posición de la Educación Física delante de esa representación? La investigación concluye que son pocas las producciones que enfocan ese tema. Se sugiere la ampliación de investigaciones para que se pueda superar la actual concepción de representaciones del cuerpo femenino y de sus implicaciones para el campo del Bachillerato en Educación Física.

**PALABRAS-CLAVE:** Mujer; Cuerpo; Media; Educación física

## INTRODUÇÃO

A pesquisa teve como objetivo geral analisar as produções do Grupo de Trabalho Temático (GTT) Comunicação e Mídia, no Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte (CONBRACE), sobre o tema Representações do corpo feminino, Mídia e Educação Física. Quanto aos objetivos específicos, buscamos: a) Identificar o número de produções do GTT Comunicação e Mídia entre os anos de 2007 e 2017, que relacionam os debates em torno das representações do corpo feminino e sua relação com a mídia e a Educação Física; b) destacar em cada artigo, o posicionamento teórico sobre a relação do corpo feminino e suas representações nas mídias; c) identificar o posicionamento dos autores sobre as representações de corpo feminino e a posição da Educação Física frente a essa representação. Embasamo-nos em bibliografias relacionadas com a história e cultura da mulher na sociedade para entender a construção do corpo feminino.

Trazer esse tema para o campo do bacharelado em Educação Física é de extrema importância. Afinal, como bacharéis da área, de que forma temos atuado em relação a construção dessa representação de corpo em nosso espaço de trabalho? Temos reforçado um padrão de corpo feminino tido como o ideal ou atuamos a partir da compreensão de um corpo real, pautado nas condições reais da vida? Que tipo de corpo afirmamos em nosso discurso como bacharéis? Quais são as referências de corpo feminino que orientam o nosso trabalho?

Para além dessa problemática, percebemos a influência da mídia que reforça diariamente o discurso do corpo magro e bem definido para as mulheres. As consequências desse discurso são inúmeras. Desde doenças psicossomáticas até os distúrbios alimentares, que têm abatido a condição da mulher de forma cada vez mais precoce.

Portanto, por intermédio da pesquisa analisamos as produções do Grupo de Trabalho Comunicação e Mídia, no Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte (CONBRACE), sobre o tema Representações do corpo feminino, Mídia e Educação Física. Partimos do pressuposto que, analisar a produção científica sobre esse tema, contribui para que possamos ter um primeiro indicativo sobre esse discurso e interpretação no campo de atuação do bacharel em Educação Física.

Acreditamos que os padrões de corpo e beleza ditados para a mulher na contemporaneidade, carregam consigo determinada concepção de sociedade, orientada pelos discursos da imagem e consumo, tão necessários para o atual modelo econômico. Buscamos contribuir para a superação dessa condição, tomando a ciência como ponto de análise. Como estrutura da pesquisa, iniciamos

nosso diálogo a partir de uma breve contextualização histórica sobre o tema, para que, na sequência, possamos subsidiar o nosso percurso metodológico e a análise de dados.

## **A BELEZA COMO CONSTRUÇÃO HISTÓRICA E SOCIAL NO BRASIL**

Segundo Perrot (2003), há muitos anos as mulheres são as esquecidas da sociedade. São vistas como as “sem-voz” da história. O silêncio que as envolve é impressionante. Pesa primeiramente sobre o corpo, assimilado à função anônima e impessoal da reprodução. O corpo feminino, no entanto, é onipresente: no discurso dos poetas, dos médicos ou dos políticos. Em imagens de toda natureza - quadros, esculturas, cartazes - que povoam as nossas cidades. Mesmo assim, esse corpo exposto, encenado, continua opaco. Objeto do olhar e do desejo, fala-se dele. Mas ele se cala. As mulheres não falam, não devem falar dele. O sentimento de vergonha que encobre seus membros ou lhes cerra os lábios é a própria marca da feminilidade.

Conforme Sant’anna (2014), os artificios para a formosura já estão evidentes na história há muito tempo. A autora comenta sobre ricas invenções, como o produto denominado Simon, primeiro pote condicionador industrialmente fabricado, em 1860, pelos ingleses. Posteriormente, eles inventam o xampu, que se origina da mistura de um sabão negro com cristais de soda. No Brasil, antes da proclamação da República já se vendia a beleza.

Muito já foi escrito sobre o quanto o século XIX beneficiou-se da ideia do corpo limpo e saudável. Podemos considerá-lo, a “Idade de ouro do privado”. No Brasil, contudo, o gosto em cuidar do corpo, assim como a construção de uma privacidade de inspiração burguesa, teve matizes próprios. Mesmo nas grandes cidades, a água encanada manteve-se durante muito tempo um benefício de poucos, e não um conforto para muitos; os espartilhos, outro exemplo, antes de serem reduzidos à forma brasileira das “cinturitas”, continuaram a apertar algumas mulheres de forma incômoda. Durante anos, o sentimento de “estar à vontade” não esteve presente nas mulheres. Tendia a ser um atestado de excentricidade, quando não de doença. Uma aparência descontraída não era reconhecida como sedutora, podendo denotar desleixo ou indesejada rusticidade. A construção da postura significava elegância (SANT’ANNA, 2014).

Todas as particularidades dos corpos singulares deveriam evitar ser expostas e não se tratava de gosto pessoal. A conveniência exigia às mulheres da boa sociedade que fossem discretas e que dissimulassem suas formas com códigos. O peito, as pernas, os tornozelos, a cintura, eram tratadas como censuras que estimulavam as obsessões eróticas de uma época e se inscrevem nas imposições da moda. Os cabelos, referência da feminilidade, deveriam ser, por sua vez, disciplinados, cobertos, enchapelados, por vezes cobertos com véu. A mulher "tal como deve ser", a jovem dona de casa,

devem se comportar nos gestos, nos olhares, na expressão das emoções, as quais não deixará transparecer nenhuma intenção. Para ser decente, a mulher não poderia erguer a voz, muito menos rir. Ela se limitaria a esboçar um sorriso. Em certas ocasiões poderia chorar, para demonstrar que está acessível a sentimentos de dor e fragilidade (PERROT, 2003).

Feias inteligentes podiam funcionar como uma compensação cheia de graça. Mas o mapa da feiura também era marcado por doenças, sem contar os casos de quem tivesse o azar de nascer com alguma deformidade. A dita desgraça tinha preferência em ser associada aos pés largos e grandes, à cabeleira mal penteada ou rala, aos olhos sem brilho e demasiadamente pequenos (SANT'ANNA, 2014, p.32).

Falar dos feios era uma distração jocosa, um exorcismo face ao problema. Mas também servia para criticar a cultura de alguns povos. Vários viajantes europeus que estiveram nos trópicos durante o século XIX comentaram as formosuras das terras visitadas, assim como as desventuras físicas de seus habitantes. Esse exercício talvez ajudasse no entendimento do lugar desconhecido e incluiu críticas ácidas às brasileiras, como as feitas às cariocas, por exemplo: consideradas encantadoras até os 14 anos, depois ficavam gordas e pesadas, “de andar desairoso e espalhado”; decaíam, “e aos 25 ou 30 anos pareciam velhas”. As habitantes de São Paulo também possuíam traços de feiura conhecidos, assim como as brasileiras de outros locais do país. É claro que tais descrições resultavam de comparações culturais, sempre relativas e determinadas no tempo e no espaço. Hoje elas sugerem que o ideal da brasileira bela nem sempre esteve presente no imaginário estrangeiro (SANT'ANNA, 2014, p.32).

Mesmo assim, o sofrimento humano, incluindo aquele resultado de falta de beleza, não deixava de aparecer nos anúncios, com sentimentos de dores e angústias. Diante da medicina, a cosmetologia não possuía suas próprias prescrições. As características dos produtos de beleza e saúde tendiam a misturar crenças populares e referências científicas. Uterina, por exemplo, era anunciado como um “santo remédio”; um dos anúncios do Regulador Gesteira prometia realizar “dois milagres para a cura do útero doente”; e a propaganda do Peitoral do Angico anunciava efeitos “quase miraculosos”. O “aparecimento milagroso” das “pílulas vegetaes Graças a Deus” era considerado uma benção para a cura de todo tipo de febre resultante dos miasmas pestilentos. Estar com febre era um temor de muitos (SANT'ANNA, 2014).

“Beleza, elegância e it”, eis as qualidades das beldades em moda nas revistas femininas das décadas de 1920 e 1930. O “it” ninguém sabia exatamente o que era, embora muitos concordassem com o quanto era importante exibi-lo, tê-lo, valorizá-lo. Parecia uma qualidade fugaz, com manifestação ligeira e aguda, algo entre o físico e o espírito, menos sóbrio do que a

elegância, porém mais discreto do que dentes alvos, pele lisa ou cintura fina. Atribuiu-se a invenção desse conceito à escritora inglesa a Elinor Glyn, mas a sua difusão ocorreu graças ao filme intitulado “It”, de 1927, com Clara Bow, atriz conhecida como uma verdadeira “it girl” (SANT’ANNA, 2014, p.51).

O “it” era esperado de ambos os sexos e foi amplamente promovido pelos filmes de Hollywood. Mas o seu sucesso não apagou a ênfase na beleza espiritual. Ao contrário, o médico Hernani de Irajá, especialista em “psicopatologia sexual da mulher brasileira”, foi um dos defensores dessa beleza. O medo da degeneração moral e racial era um argumento de peso na defesa da virtude feminina. A educação do espírito servia como compensação à falta de beleza física. Para ele, a beleza espiritual seria a compensação da outra, podendo abrandar as “pelles duras”, amaciar as mãos, fornecer cor aos lábios e doçura aos olhos. A beleza do espírito melhoraria ou disfarçaria a feiura.

Portanto, segundo Fischler (1995 apud FLOR, 2009), o corpo constitui nas sociedades contemporâneas uma conduta resultante de pressões sociais. Basta lembrar as situações de desprezo e desprestígio experimentadas pelos obesos e pelas pessoas consideradas feias em nossa sociedade. Segundo Soares (2013), alheia a qualquer esforço muscular, a mulher não tem senão uma beleza efêmera. Ela oscila entre a magreza e a gordura exageradas, não adquirindo jamais a forma pura e bem definida de uma estátua antiga, que somente um desenvolvimento harmonioso poderia fornecer.

Na atualidade, os meios de comunicação de massa têm sido um importante veículo na divulgação e construção dos padrões de beleza e de exclusão social, pois, enquanto dispositivo de poder a serviço de uma comunicação baseada nas fórmulas de mercado, atualiza constantemente as práticas coercitivas que influenciam explicitamente sobre a materialidade do corpo. A discriminação é sentida em vários âmbitos sociais, como na procura de um emprego, um namorado ou nos comentários maldosos feitos por outros indivíduos nas ruas e na própria mídia, que ajuda a reforçar os estereótipos de imperfeição.

A mídia, por meio dos discursos publicitários e jornalísticos, mostra que, para ser considerado belo, é necessário ter um corpo perfeito (portanto, magro). Para obtê-lo, qualquer sacrifício é válido. Segundo Oliveira e Faria (2007 apud FLOR, 2009, p.268), “são as representações midiáticas que têm o mais profundo efeito sobre as experiências do corpo, reforçam a “autoestima”, mostram o poder que a exaltação e exibição dele assumem no mundo contemporâneo.”

## PERCURSO METODOLÓGICO E ANÁLISE DOS DADOS

Escolhemos o CONBRACE (Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte) como objeto de pesquisa, por ser um evento realizado pela principal instituição científica do país em torno da Educação Física, o CBCE (Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte). Então, entendemos o CONBRACE como um dos maiores eventos científicos no âmbito da Educação Física no Brasil.

A pesquisa conta com a análise das produções do Grupo de Trabalho Comunicação e Mídia entre os anos de 2007 até 2017. Não foram incluídas as produções de 2019, em razão de serem publicadas muito próximas à finalização desta pesquisa. Além disso, tomamos esses 10 anos como fonte de dados, por entender que, a partir de 2007, a popularização do Wifi no país e o espraiamento do sistema Android ganharam importância, o que possibilitou um maior acesso da população às mídias digitais e, conseqüentemente, às redes sociais.

Primeiramente, selecionamos todas as produções do GTT Comunicação e Mídia nos 10 anos, totalizando 234 produções. Dessas, selecionamos 57 produções que trataram de algum dos descritores tomados como critério para a pesquisa: corpo feminino, mídia e Educação Física. Posteriormente, analisamos os objetivos de cada uma das 57 produções, para filtrar as que continham todos os descritores. Assim, chegamos a 9 produções.

Para construção de uma análise com critérios, algumas perguntas nortearam a nossa leitura:

Qual o objetivo e metodologia atualizada pelos autores? Qual o posicionamento teórico dos autores sobre a relação do corpo feminino e suas representações nas mídias? Qual o posicionamento dos autores sobre as representações de corpo feminino e a posição da Educação Física frente a essa representação?

Identificamos, então, quatro unidades de análise a partir das temáticas adotadas por cada texto. A primeira contém duas produções que abordam o tema indicado pela pesquisa de forma mais genérica; a segunda apresenta duas produções que buscam essa representação em mídias impressas; a terceira abrange três produções vinculadas à mídia televisiva; e a quarta e última unidade de análise abarca duas produções vinculadas à representação do corpo a partir das mídias digitais.

Tabela 01: Artigos que se relacionam ao objetivo da pesquisa.

Artigo	Autor (es)	Ano
<b>Feliz na contemporaneidade: saúde e estética no discurso de VEJA</b>	Mellyssa da Costa Mol Giovani De Lorenzi Pires	2007
<b>A divulgação científica sobre o corpo na revista Veja</b>	Célia A. Rocha	2007
<b>Uma pedagogia do corpo na TV: o programa Bem Estar</b>	Mônica Benfica Marinho	2009

<b>O corpo e suas nuances, a mídia e a educação física</b>	Thatiana Maia Tolentino Luis Otávio Teles Assumpção	2009
<b>Corpos femininos volumosos e estética: discursos contra-hegemônicos sobre beleza em blogs na internet</b>	Marcos Roberto Godoi	2011
<b>Corpo, aparência e mercado de trabalho no discurso midiático</b>	Marcos Roberto Godoi Jocaf Leitner	2011
<b>A concepção de corpo presente nas escritas de si das leitoras da revista boa forma: um estudo a partir da comunidade do orkut</b>	Mayara Cristina Braz Monteiro Ana Carla Dias Carvalho Paula Nunes Chaves	2011
<b>Menina de ouro: construção de uma feminilidade não normatizada</b>	Mayara Cristina Mendes Maia Allyson Carvalho de Araújo	2013
<b>Discursos midiáticos e estratégias biopolíticas na construção do corpo: o caso do programa “medida certa”.</b>	Angélica Teixeira da Silva Leitzke Alan Goularte Knuth Luiz Carlos Rigo	2017

Fonte: das próprias autoras.

Assim sendo, esta pesquisa adota a estrutura metodológica bibliográfica que, segundo Severino (2016, p.131):

É aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utiliza-se de dados ou de categorias teóricas já trabalhados por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos.

Passamos, portanto, a apresentar as unidades de análise estruturadas nesta pesquisa: 1) O corpo como construção social: relações entre beleza, corpo e Educação Física; 2) Representações sobre o corpo na revista *Veja*; 3) O corpo e sua imagem na TV: dos programas aos filmes; 4) As mídias digitais: o Orkut e os Blogs em pauta.

## **O corpo como construção social: relações entre beleza, corpo e Educação Física**

O artigo “*O corpo e suas nuances, a mídia e a educação física*” dos autores Thatiana Maia Tolentino e Luis Otávio Teles Assumpção, publicado e apresentado no CONBRACE de 2009, discorre sobre as categorias e Relações entre corpo, Mídia e Educação Física, a partir de uma pesquisa bibliográfica. Os autores abordam o corpo de forma crítica, apoiando-se nas pesquisas de Castro (2007), Garcia (2005) e Sant’anna (2004) que evidenciam na história, o culto ao corpo

O culto ao corpo, evidenciado por Tolentino e Assumpção (2009), é explicado como o narcisismo e obsessão por um padrão estético estabelecido pela mídia. Esta dissemina informações e imagens que impregnam o imaginário corporal das pessoas. Os autores relatam que, atualmente,



as pessoas passam mais tempo em meios midiáticos, seja no celular, televisão ou rádio enquanto dirigem, do que tempo com o trabalho ou a escola, por exemplo. Isso justifica a tamanha manipulação e condicionamento causado nas pessoas. Citam Garcia (2005) ao afirmar que “as complexas representações atuais do corpo o tornam cada vez mais flexível, efêmero, provisório, inacabado, parcial, gerando uma variedade de percepções e transformações deste” (TOLENTINO E ASSUMPÇÃO, 2009, p. 3).

Os autores explicam que a busca por um padrão estético, leva as pessoas a um sentimento de sucesso, conceito tão difundido pelo sistema capitalista, transformando-as em potenciais consumidores de modelos de beleza. Baseado em Sant’anna (2004), os autores indicam que,

[...] no decorrer dos últimos anos, a tentativa de tornar o corpo de cada um algo independente do patrimônio cultural e genético vem ganhando um número crescente de adeptos. Reconstruir o corpo com a ajuda dos avanços tecnológicos e científicos - cosméticos, cirurgias, uso de próteses, ginástica, regimes etc - para ganhar mais saúde e juventude tornou-se uma promessa fascinante (TOLENTINO E ASSUMPÇÃO, 2009, p.6).

A Educação Física já é abordada desde o início do artigo, considerando a atividade física regular, a qualidade de vida e a melhora da saúde. Os autores explicam a importância de o profissional difundir e mediar um processo de aceitação corporal e de adequação aos preceitos de saúde para as pessoas. Na teoria, sabe-se que a prática de exercício físico regular é importante, mas as pessoas estão tão focadas no padrão estético disseminado pela mídia que não conseguem se conscientizar sobre as suas vontades e valores. Elas passam a ter um condicionamento, pensamento e hábitos que a mídia, juntamente com a indústria cultural, define de acordo com os seus interesses. A saúde, como consequência de uma obediência das regras estabelecidas pelos meios de comunicação, faz com que a Educação Física se preocupe com esse tema.

A pluralidade que envolve o corpo é facilmente percebida através dos avanços tecnológicos. Identifica-se a presença marcante da mídia e as transformações corporais, desconsiderando o limite do próprio corpo tornando-o mais musculoso, sensual, esbelto e jovem, através de horas de atividade física, de uso de anabolizantes, de implantes, cirurgias plásticas, próteses, medicamentos. O corpo vem sendo, cada vez mais, transformado a partir de novas práticas sociais, culturais e tecnológicas (TOLENTINO E ASSUMPÇÃO, 2009, p.3).

Nas considerações finais, os autores apontam a necessidade de abordagens mais realistas e voltadas à prevenção e manutenção da saúde das pessoas, e indicam, nas palavras de Costa e Venâncio (2004), a transformação dos indivíduos prisioneiros de uma aparência programada e descartável.

O artigo “*Corpo, aparência e mercado de trabalho no discurso midiático*” dos autores Marcos Roberto Godoi e Jocaí Leitner, apresentado no CONBRACE de 2011, tem como objetivo compreender as estratégias discursivas e ideológicas sobre corpo, aparência e mercado de trabalho na mídia. O estudo foi desenvolvido com base na Análise do Discurso, na Semiologia e na literatura específica que aborda o tema. O trabalho faz uma crítica ao corpo como objeto de representação social, composto por ideais e padrões estéticos, que significam o caminho para o sucesso, felicidade e dinheiro. Isso, numa visão de convivência social.

De acordo com Godoi e Leitner (2011), o mercado do corpo está cercado de investimentos (tempo, dinheiro) que vendem a ideia de que qualquer pessoa dedicada a esse mercado vai aspirar sucesso. Inclusive, o artigo apresenta a crítica de que só é gordo e feio quem tem preguiça, estabelecendo, assim, um padrão de que ser magro é sinônimo de beleza e sucesso, exemplificando como o gordo é discriminado em nossa sociedade. Os autores fazem referência a Featherstone, que aponta que quanto mais jovem, saudável e bonito for o corpo, mais alto será seu valor de troca.

Podemos afirmar que vivemos em uma era de informações, na qual somos bombardeados diariamente com imagens e representações midiáticas, com uma indústria cultural que busca transformar as pessoas em consumidores. Os autores apontam que o padrão estético, quando definido como sinônimo de sucesso e felicidade, apodera-se de discursos neoliberais (tudo depende do indivíduo, do seu esforço e de sorte), e utilizam estratégias discursivas e ideológicas, conseguindo manipular as pessoas, fazendo-as acreditar que o sucesso profissional e pessoal depende da “boa aparência”. Afirmam que a saúde e bem-estar das pessoas não é uma preocupação para o Estado e empresas, pois não investem em atividades físicas ou recreativas nos trabalhos, e cada vez mais disseminam um discurso de boa aparência, que contribui para práticas discriminatórias e excludentes no mundo do trabalho.

Como se vê, nesses dois artigos analisa-se a construção do corpo mediante o mercado de trabalho e suas imposições sociais. Ambos os meios nos formam na convivência em sociedade, e nos transformam, pois estão englobados em discursos de boa aparência e ideais estéticos, aliados à indústria cultural. As pessoas impregnadas por imagens corporais padronizadas ligadas ao sucesso profissional e de relacionamentos sexual-afetivos, ficam cada vez mais ansiosas e reproduzindo o culto ao corpo. Buscam praticar atividade física, mas sua prioridade não é a saúde, e sim alcançar o padrão estético.

É preciso que o profissional de Educação Física aborde discursos mais realistas sobre o corpo, respeitando sua história e seus limites, conscientizando as pessoas da importância de priorizar a saúde. Várias são as consequências da idolatria ao corpo. No mercado de trabalho, convivemos com discriminações e exclusão de pessoas diariamente. Evidenciamos a necessidade de

falamos sobre isso no campo da Educação Física, construindo reflexões mais amplas e aprofundadas sobre a problemática.

## **Representações sobre o corpo na revista *Veja***

O artigo “*Feliz na contemporaneidade: saúde e estética no discurso de VEJA*” dos autores Mellyssa da Costa Mol e Giovani De Lorenzi Pires, publicado no CONBRACE de 2007, tem por objetivo compreender as estratégias do discurso midiático da revista *Veja* acerca da temática. É uma investigação exploratória e qualitativa, para análise de conteúdo de um produto midiático. Foram selecionados 32 exemplares e uma edição especial da revista. Os autores, analisando os exemplares da revista, destacam o sinônimo de estética e saúde vinculados ao seu conteúdo, indicando que para se ter saúde é necessário estar em forma. Apontam, que as revistas trazem três eixos para alcançar um corpo padronizado, o da atividade física, o da nutrição e o dos procedimentos tecnológicos (cirúrgicos).

Não são poucas as estratégias divulgadas pela mídia em nome dos cuidados corporais, o que pôde ser observado nas edições de *Veja* analisadas, em que questões referentes à saúde e à beleza apresentam, recorrentemente, o corpo belo como sinônimo do corpo saudável. Nesse contexto, torna-se evidente o fato de que os meios de comunicação de massa interferem na construção das representações sociais pelas quais os indivíduos percebem e significam a sua realidade (MOL E PIRES, 2007, p.5).

Segundo Mol e Pires (2007), somos influenciados e estimulados a todo o momento por meios midiáticos, a lançar mão de artifícios que possam nos levar a condições de saúde e forma física perfeitas. Esses assuntos estão presentes diariamente, e são tratados em sociedade como questões relevantes. Assim, reconhecer como estes discursos são produzidos, as estratégias por trás de sua produção, podem significar um passo importante para o desenvolvimento, no âmbito da Educação Física, da capacidade de recepção crítica ao conteúdo divulgado pelos meios de comunicação. Os profissionais devem estar capacitados para reconhecer as relações diretas da mídia na vida das pessoas, razão pela qual a tematização dos produtos midiáticos e suas influências na sociedade contemporânea se revelam importantes.

O artigo “*A divulgação científica sobre o corpo na revista *Veja**” da autora Célia A. Rocha, também publicado no CONBRACE de 2007, pretende analisar a divulgação do conhecimento científico sobre o corpo publicado pela Revista *Veja* através da pesquisa bibliográfica como recurso metodológico. A autora ressalta o fato de a revista *Veja* ser de fácil acesso e abranger boa parte da população como leitores (o que apresenta mudanças aparentes no tempo presente), o que acaba

formando o imaginário das pessoas sobre corporeidade, principalmente quando essas informações são apresentadas como histórias de sucesso.

Divulga-se, portanto, o conteúdo prático para o leitor, os benefícios ou malefícios de determinado conhecimento posto em prática. Isto nos levou ao entendimento de que há uma generalização e uma simplificação do conhecimento científico, na busca de conquistar o leitor ou mesmo de fazer com que um público bastante amplo entenda do que se está falando. As capas ajudam nesta construção, ao exporem imagens confiantes da ciência. Mas sua lógica construtiva exagerada, simplificada e superficial pode ser um indício para distorções ou deformações do conteúdo original do conhecimento científico (ROCHA, 2007, p.8).

A autora, analisando a dimensão estética presente na revista VEJA, percebe o discurso de que “ser ‘belo’ é estar de acordo com um padrão científico de normalidade, assim, ser normal significa não ser obeso ter músculos definidos, conquistar a beleza, manter a juventude” (ROCHA, 2007, p. 3). Os assuntos tratados nas manchetes e imagens estão ligados à aparência jovem, às cirurgias plásticas, à obesidade, às dietas e à forma corporal. Em todas as capas, os conhecimentos científicos são tratados como aqueles que irão resolver todos os problemas da aparência física, ou seja, ele reconstrói a aparência de uma pessoa, “*conserta defeitos*” naturais. Essa é uma tentativa de popularização do conhecimento científico, convencendo as pessoas de que é importante e possível alcançar um corpo “normal”. A ciência legitima, assim, o caminho da beleza artificial e da forma corporal como busca da felicidade.

A ciência é posta como o conhecimento capaz de, metricamente, construir os corpos e proporcionar a felicidade, que não está mais no ser corpo, mas no ter um corpo conforme a nova ordem estética. Isto é confirmado pela observação das diversas cenas estereotipadas dos corpos em forma, conseguidos através de procedimentos rigorosamente pesquisados pelos especialistas. Este modelo é colocado como parte de uma nova ordem estética na qual todos devem se inserir. Principalmente as mulheres, visto que, apenas uma capa desta dimensão não contém a imagem da mulher. Os corpos das mulheres são sempre mostrados *semi-nus* ou *nus*, com corpo modelado, magro e sempre jovem. Confirmando um estereótipo de corpo que toda mulher deve conseguir (ROCHA, 2007, p.4).

As imagens apresentadas nas revistas nos transportam para o imaginário de que tudo é descartável e aquilo que não agrada pode ser desenhado conforme padrões pré-estabelecidos. Dessa forma, a autora percebe que, na dimensão da estética, a ciência serve como forma de padronizar e enquadrar os corpos em sociedade. Enfim, conclui que o conhecimento da ciência e a aplicação das tecnologias tornaram-se fundamentais na construção estética contemporânea.

Percebemos que os dois artigos publicados sobre a revista VEJA são de 2007, justamente por até esse momento a mídia impressa ser bastante consumida pela população mais abastada. Mas um fato interessante é que esse mesmo ano é marcado pelo surgimento do Wifi e dos sistemas

Android, que geraram necessidades de mudanças das revistas impressas para plataformas digitais, como veremos nos próximos artigos.

Esses artigos dialogam com o leitor e esclarecem as estratégias e discursos que a *Veja* e outras mídias impressas se apoderam para estruturar em nosso imaginário uma imagem corporal padronizada que deve ser seguida. Abordam discursos sensacionalistas sobre conhecimentos científicos que, conseqüentemente, favorecem para que a população torne como verdade absoluta o padrão estético estabelecido. Mesmo que esse padrão seja apresentado como sinônimo de ser saudável, percebemos que é uma realidade falsa, quando se considera válido qualquer procedimento para alcançar essa “aparência física perfeita”. Enfim, a mídia, aliada aos seus interesses, acaba definindo a forma de as pessoas agirem e compreenderem o corpo. Acreditamos que o profissional de Educação Física deveria ser o interlocutor de conhecimentos científico sobre corpo e saúde o que nos coloca em alerta em relação a isso.

## **O corpo e sua imagem na TV: dos programas aos filmes**

O artigo “*Uma pedagogia do corpo na TV: o programa bem estar*” da autora Mônica Benfica Marinho, publicado no CONBRACE de 2009, tem como objetivo compreender como as estratégias representacionais operam na produção de uma pedagogia corporal e participam na construção da significação do corpo. Aborda o processo de transformação das significações do corpo ao longo da história e a participação da mídia nesse processo. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica.

Segundo a autora, o trabalho aborda dois argumentos. De acordo com o primeiro, não se pode deixar de considerar que o corpo, enquanto fenômeno social, revela normas, regras, costumes engendrados por uma determinada ordem social. A autora aponta que atribuímos determinado significado ao corpo, sendo este construído por meio de esquemas culturais historicamente determinados.

Partilhamos uma certa significação de corpo belo, saudável, do prazer. Tornamo-nos responsáveis pela administração da boa forma, da saúde, da potência física e da juventude de nossos corpos. A sua manutenção passa a ser, portanto, obsessiva, levando-nos cada vez mais a consumir discursos informativos de descobertas científicas, e de cuidados de especialistas, pois o corpo não é mais assunto de leigos, e sim de especialistas, de modo a potencializar o estado do tão proclamado bem-estar (MARINHO, 2009, p.2).

Segundo a autora, os complexos regimes corporais os obrigam à busca crescente de conhecimentos, que dirigem os indivíduos de modo inapelável. Uma alimentação considerada saudável, atividades físicas e práticas transformadoras da aparência (cosméticas e cirúrgicas)

aparecem como formas de alcançar o padrão de beleza e saúde, que é consagrado, quase que diariamente, nos espaços midiáticos.

De acordo com o segundo argumento que fundamenta este trabalho, se consideramos que as relações humanas são mediadas por uma tradição coletiva que opera como uma mediação simbólica (quando viemos ao mundo, encontramos um mundo de instituições), não podemos negligenciar o fato de que é a comunicação que permite a recepção desta tradição ou de uma cultura instituída. Podemos, então, dizer que as dimensões simbólicas e imaginárias que configuram as relações humanas se sustentam na e pela comunicação, e nenhum fenômeno social pode ser compreendido fora de um determinado contexto comunicacional (MARINHO, 2009, p.2).

Não vivemos apenas com a experiência da comunicação interpessoal, pois existem os meios de comunicação que têm uma dimensão planetária jamais experimentada por outra cultura. Os estudos sobre mídias e nossas experiências cotidianas confirmam que as mídias instituem novas formas de sociabilidade, potencializam a participação na vida pública e participam cada vez mais de nosso contexto íntimo. Experienciamos, de maneira exponencial, os acontecimentos sociais mediados pelas tecnologias de comunicação.

O artigo “*Menina de ouro: construção de uma feminilidade não normatizada*” dos autores Paula Nunes Chaves, Mayara Cristina Mendes Maia e Allyson Carvalho de Araújo, publicado no CONBRACE de 2013, tem como objetivo destacar e discutir elementos que generificam a prática do boxe na produção em tela, bem como discutir a construção de uma nova forma de ser feminino a partir do processo de virilização/aumento do volume muscular da personagem Menina de Ouro. Os autores apontam que “A pesquisa tem caráter descritivo e abordagem qualitativa, adotando como recurso metodológico a descrição da experiência estética das imagens do cinema a partir de Gumbrecht” (CHAVES, MAIA E ARAÚJO, 2006, p.55).

O trabalho centraliza a análise no filme *Menina de Ouro* (2005), produção cinematográfica norte-americana, que mostra a inferioridade da figura feminina enquanto participante ativa do mundo do boxe, considerado de domínio masculino, justificado pela noção de superioridade da anatomia corporal do homem. Os autores afirmam que, ao analisarmos a cultura esportiva do boxe, visualizamos corpos distantes do arquétipo de mulher dócil e delicada. Essas representações e elementos que generificam o boxe, no caso da *Menina de Ouro*, manifestam-se primeiramente quando o personagem Frank recusa treinar a personagem principal (Maggie), justificando que ela é uma mulher. Ela, por sua vez, não desiste, reproduzindo em seu discurso a relação linear existente entre o boxe e a força/atitude, atreladas à imagem de masculinidade. Maggie pretende ser reconhecida porque é capaz e competente.

No entanto, o processo de tonificação muscular associado a uma despreocupação da personagem em mostrar-se feminina através de suas vestimentas e aparência (sem utilização de maquiagens ou adornos), mesmo fora do ambiente de trabalho nos faz pensar que a personagem não afirma em seu corpo, códigos de uma feminilidade tradicional. Nesse caso, os códigos convencionais e gestos delicados são substituídos por uma arquitetura corporal musculosa, construindo uma feminilidade singular, não normatizada, marcada pela virilidade de seu corpo e pelas poucas inscrições e cuidados culturalmente tidos como femininos (CHAVES, MAIA E ARAÚJO, 2013, p.2).

Segundo os autores, no desenrolar do filme, Maggie é representada como uma mulher vencedora e eficaz em um esporte generificado como masculino. Quebrando o arquétipo da mulher frágil e do homem viril, de maneira que esse modelo binário não se sustenta para a narrativa em questão. Nesse contexto, *Menina de Ouro* descentraliza a possibilidade de que o único gênero capaz de ser viril e atlético no boxe é o masculino. Maia e Araújo (2013) fazem referência a Jaeger e Goellner (2011, p. 955), estes afirmam que as práticas esportivas, desde muito tempo, têm se constituído como espaço de identificação e expressão de feminilidades diferentes. Não sendo recente a visibilidade de corpos de mulheres que rompem com as representações produzidas culturalmente e direcionadas para o feminino.

O artigo *“Discursos midiáticos e estratégias biopolíticas na construção do corpo: o caso do programa “Medida Certa”*, dos autores Angélica Teixeira da Silva Leitzke, Alan Goularte Knuth e Luiz Carlos Rigo, publicado no CONBRACE de 2017, tem como objetivo analisar os discursos midiáticos do quadro “Medida Certa”, discutindo os possíveis mecanismos de normalização referentes ao corpo e à saúde. Utiliza como metodologia a análise de 12 episódios da 1ª temporada do quadro e o livro “Medida Certa, como chegamos lá!”, a partir de proposta metodológica baseada na perspectiva foucaultiana.

Segundo os autores, o estudo do campo midiático e seus programas, como o “Medida Certa”, é um dos relevantes caminhos para uma melhor compreensão de práticas discursivas que condicionam e produzem nossos corpos e nossa saúde na atualidade. Periodicamente, os protagonistas são monitorados e reavaliados, sendo revistas suas medidas. A partir desses mecanismos, obtêm-se os dados sob os quais são traçados objetivos para a adequação dos corpos aos ideais de “normalidade”. O programa conta com a participação de Márcio Atalla, professor de Educação Física que acompanha os apresentadores. Além de um médico cardiologista e nutricionistas, esses profissionais contribuem para a proposta no campo do saber científico, no qual o programa permanece situado num contexto biopolítico.

Ao ocupar-se de ensinar modos de ser e estar aos indivíduos na contemporaneidade, o “Medida Certa” aproxima-se do conceito de dispositivo pedagógico midiático tratado por Fischer (2013), executando complexos processos

de comunicação e de subjetivação que objetivam, dentre outras coisas, construir sujeitos ajustados a certos padrões de condutas e que, não raramente, são capturados por micro relações de poder que constituem uma lógica governamental de condutas, uma biopolítica do corpo e da saúde, ficando clara, assim, a presença de mecanismos normalizadores do corpo no programa (LEITZKE, KNUTH E RIGO, 2017, p.453).

Os autores concluem que essa preocupação oferecida no programa aos seus participantes, pode estar longe de ser concretizada para uma boa parte da população brasileira, pois estão muito distantes da realidade da vida da população. Sendo necessário novos estudos sobre a questão da recepção do programa na sociedade para novas conclusões.

Evidenciamos, portanto, que os três artigos fazem uma análise crítica sobre a presença do corpo como imagem na TV, problematizando como o corpo é visto e pensado. Segundo os autores, em mídia televisiva, o corpo não está sendo tratado de forma adequada. O primeiro artigo aborda dois argumentos interessantes que fazem relação com os próximos. Como percebemos no artigo sobre Medida Certa, os corpos são construídos dentro de um determinado contexto cultural. A forma de comunicação, como a mídia televisiva, formula uma concepção de corpo pautado nos pressupostos de um suposto corpo ideal.

A mídia televisiva contribui para o processo de padronização do corpo, pois trabalha com a imagem e, assim, induzem as pessoas a, inconscientemente, acreditarem numa normalidade de beleza e corpo. Levando-as a buscar obsessivamente o padrão de corpo, especialmente quando se tem um programa gratuito de nível nacional com profissionais e especialistas que te indicam exercícios e formas de alimentação para alcançar esse corpo ideal. Não resta outra saída. Porém, os resultados são de pessoas cada vez mais frustradas, pois o que é mostrado nesse mesmo programa está muito distante da realidade da maioria da população brasileira.

## **As mídias digitais: o Orkut e os Blogs em pauta**

O artigo “*Corpos femininos volumosos e estética: discursos contra-hegemônicos sobre beleza em blogs na internet*” do autor Marcos Roberto Godoi, publicado no CONBRACE de 2011, tem por objetivo analisar os discursos (textos e imagens) sobre corpos femininos volumosos e estética em blogs na Internet. O corpus foi composto por imagens, textos e comentários de leitores, que foram analisados com base no materialismo cultural, na concepção dialógica de linguagem e na Análise do Discurso.

Este trabalho localiza-se no campo denominado Estudos Culturais. De acordo com Nelson, Treichler e Grossberg (2001), este campo tem um longo compromisso com as populações sem poder, preocupando-se com o terreno cotidiano das pessoas e com todas as formas pelas quais as práticas culturais falam as suas vidas e de suas



vidas. Envolve a observação de que as lutas em relação ao poder devem, de forma crescente, interagir e operar através das práticas culturais, da linguagem e da lógica do povo (GODOI, 2011, p.156)

Segundo Godoi (2011), a pesquisa foi o desenvolvimento por um levantamento de blogs sobre a estética feminina em corpos volumosos na Internet, no site de busca Google, entre dezembro de 2009 e janeiro de 2010. Foram encontrados onze blogs: Gordinhas maravilhosas; Cotidiano gordo; Beleza sem tamanho; Mulherão; Poderosas gordinhas; Grandes mulheres; Movimento plus size; Mundo GG; Toda gordinha; Gordinhas lindas; Confissões de uma gordinha. Na sequência, realizou-se uma exploração nos blogs e selecionou-se o corpus de análise, que foi composto por quatro textos, três comentários de leitores e quatro imagens em quatro blogs. A seleção do corpus foi arbitrária e levou em conta sua pertinência à questão de pesquisa. O autor afirma que, na análise dos discursos, foram verificadas disputas em torno dos significados de beleza feminina, com uma valorização das mulheres com corpos volumosos ou fartos como signos de beleza.

Foram identificados pontos de vista críticos em relação aos padrões de beleza, mesmo quando estes se referem às mulheres gordas, pois muitas vezes os discursos direcionam as mulheres para a indústria da beleza e para o consumismo (roupas, maquiagem, moda etc.), com o pretexto de deixar a mulher bela. Deste modo, a "beleza de mercado", mesmo para mulheres corpulentas pode ser entendida como uma concessão da formação cultural dominante e do mercado capitalista, este que, pretende vender, cada vez mais. [...] Neste sentido, constatamos a interligação dos aspectos culturais e econômicos nos discursos analisados (GODOI, 2011, p.167 e 168)

Há a presença da incorporação da formação cultural dominante no caso da beleza de mercado (do consumismo, da indústria da beleza e da moda), mas também apresenta significados oposicionistas, questionando os padrões estabelecidos (mesmo para mulheres gordas), e apresentam outro conceito de beleza, muito mais vinculado às características pessoais do que físicas (valor humano). Desse modo, o autor conclui que os blogs são espaços importantes de resistência, diálogo, debates, questionamento, disputas de significados e fortalecimento do grupo de mulheres e homens que apreciam uma forma diferente de ser bela.

Já o artigo “*A concepção de corpo presente nas escritas de si das leitoras da revista Boa*

*Forma: um estudo a partir da comunidade do Orkut*”, das autoras Mayara Cristina Braz Monteiro e Ana Carla Dias Carvalho, publicado no CONBRACE de 2011, tem como proposta fazer uma análise documental na comunidade Boa Forma, do Orkut, a partir dos depoimentos das adeptas da comunidade. O objetivo geral da pesquisa é analisar a produção discursiva acerca da perspectiva de educação de corpo desejada pelos adeptos da rede de relacionamento do Orkut na comunidade Boa Forma. Como objetivos específicos, aponta: a) abordar o conceito de “escrita de si”; b)

identificar as concepções de corpo criadas por leitoras da Revista Boa Forma conforme as escritas de si postadas na comunidade Boa Forma do Orkut; e c) analisar as formas com que as leitoras pensam o corpo nos sites e salas de relacionamento em busca de um incentivo ou motivação para alcançar os seus desejos.

Conforme as postagens, as autoras observam uma série de depoimentos sob a forma de troca de ideias e experiências em torno do processo de busca incessante do corpo ideal. A magreza, a juventude e a beleza compõem essa concepção de corpo presente nas escritas de si das adeptas da comunidade. Segundo as autoras, o corpo vem sendo publicitado há muito tempo, para não ser rejeitado pela sociedade. O ser humano se vê na obrigação de estar em perfeita harmonia com as propostas de corpo definidas pela mídia. Para se sentir integrados, os indivíduos são capazes de se mutilar para chegar ao objetivo proposto. Um exemplo que pode ser considerado como flagelo do próprio corpo é o uso do piercing, que antigamente era utilizado pelos egípcios como meio de sacrifício e nos anos de 1970 foi apropriado pelos punks como meio de demonstrar sua rebeldia.

Segundo Monteiro e Carvalho (2011), o que pode ser observado em sites de relacionamento é o desejo pela busca incessante de um corpo visto como saudável por várias pessoas que passam a fazer parte de uma corrente solidária pronta para aceitar novos adeptos. A identificação central é pelo desejo de um projeto de corpo que está em permanente construção.

Dos artigos relacionados às mídias digitais, percebemos que elas estão diretamente ligadas ao consumo, através de pessoas que usam seus perfis para vender um produto ou um estilo de vida, como o estilo de vida fitness, que engloba desde um corpo estético ideal até um relacionamento considerado perfeito ou padrão. Muitas mulheres blogueiras não tem um vínculo empregatício, vendem sua imagem em troca do produto, influenciando outras mulheres a usufruírem desse produto ou do seu estilo de vida como um todo. Como consequência, estamos vivendo uma precarização do mundo do trabalho, não há mais um horário estabelecido como trabalho e isso se mistura com a própria vida da blogueira.

Também podemos analisar que, quando se nega um padrão, automaticamente, reforça-se outro. Assim, fugimos da questão primordial, que seria disseminar diferentes padrões, não existir apenas um como ideal, e sim a liberdade para todos os corpos e individualidades. Corpos reais que, a cada dia, colocam o mundo em movimento. Analisamos que o fato de reforçar outro padrão, ou seja, passar de magro para volumoso está ligado à indústria cultural que se utiliza disso para reforçar o consumo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve por objetivo geral analisar as produções do Grupo de Trabalho Comunicação e Mídia do CONBRACE, sobre o tema Representação do corpo feminino, Mídia e Educação Física. Identificamos que, das 234 produções realizadas no GTT Comunicação e Mídia entre os anos de 2007 e 2017, apenas 9 relacionam os debates em torno da construção do corpo feminino e sua relação com a Mídia e a Educação Física, ou seja, poucas produções desenvolvem essa reflexão.

Referente ao posicionamento teórico dos autores sobre o corpo feminino e suas representações nas mídias, analisamos que os nove trabalhos indicam um posicionamento crítico frente a essa discussão. As produções ressaltam a mídia em função de divulgar e impregnar o imaginário das mulheres, através de estratégias e discursos, utilizando o padrão estético que deve ser alcançado, de todas as formas. Esse mesmo padrão é englobado em discursos de sucesso, poder, felicidade, bem como um relacionamento sexual-afetivo perfeito.

Sobre o posicionamento dos autores a respeito das representações do corpo feminino e a Educação Física, observamos que, as mídias em suas diferentes formas de materialização estão ditando cientificamente esse discurso. Isso contribui para que profissionais de Educação Física percam espaço para um conjunto de organizações midiáticas que afirmam o que se deve fazer e compreender sobre o corpo feminino. O que não contribui para uma visão de Educação Física como promotora da saúde. Pelo contrário, a reforça como espaço de promoção de padrões e referências corporais tidos como ideais, sendo essa apenas um recurso ou suporte.

As produções questionam o culto ao corpo, fazendo uma crítica em relação ao padrão estético. Quando trazem esse tema, reportamo-nos ao contexto da mulher, levando em consideração a construção cultural e histórica desse corpo. Podemos reforçar Perrot (2003), que afirma que há muitos anos as mulheres são as esquecidas da sociedade, consideradas as “sem-voz” da história. Seu corpo se vincula aos âmbitos da reprodução, tornando-os mudos e anônimos. Ao mesmo tempo, é inspiração de poetas, escritores e pintores. Desejo dos olhares e das aspirações humanas.

Além disso, podemos considerar que, a mudança da estrutura midiática não altera sua função nesse processo, pois, analisando dez anos de produções do GTT Comunicação e Mídia, observamos as mudanças das mídias impressas para as digitais. Ou seja, as plataformas se alteram, mas a ideia de construção de padrões corporais permanece forte. Essa imagem é sustentada por uma indústria cultural, que, através desse padrão estético estabelecido, irá influenciar as pessoas a um consumo exacerbado, seja de roupas e/ou de cirurgias plásticas.

Observamos, portanto, que um número maior de pesquisas sobre o tema pode contribuir para a discussão dessa ideia de corpo feminino tão difundido e propagado pelas mídias e que impacta diretamente, de forma consciente ou não, o bacharel em Educação Física na relação com seu espaço de trabalho. Por fim, como mulheres, salientamos a importância da pesquisa científica como um espaço de resistência e de luta.

## REFERÊNCIAS

CHAVES, Paula Nunes; MAIA, Mayara Cristina Mendes; ARAÚJO, Allyson Carvalho De. Menina de ouro: construção de uma feminilidade não normatizada. In: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 18, 2013, Brasília. **Anais Eletrônicos**. Brasília: CBCE, 2013. Disponível em: <file:///C:/Users/acer/Downloads/5564-18906-1-PB.PDF>

FLOR, Gisele. CORPO, MÍDIA E STATUS SOCIAL: reflexões sobre os padrões de beleza. **Rev. Estud. Comun.** Curitiba, v. 10, n. 23, p. 267-274, set./dez. 2009. Disponível em: <file:///C:/Users/lab8b/Desktop/01.pdf>

GODOI, Marcos Roberto. Corpos femininos volumosos e estética: discursos contra-hegemônicos sobre beleza em blogs na internet. In: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 17, 2011, Porto Alegre. **Anais Eletrônicos**. Porto Alegre: CBCE, 2011. Disponível em: <http://congressos.cbce.org.br/index.php/conbrace2011/2011/paper/viewFile/2772/1378>

GODOI, Roberto Godoi; LEITNER, Jocaf. Corpo, aparência e mercado de trabalho no discurso midiático. In: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 17, 2011, Porto Alegre. **Anais Eletrônicos**. Porto Alegre: CBCE, 2011. Disponível em: <http://congressos.cbce.org.br/index.php/conbrace2011/2011/paper/viewFile/2774/1375>

LEITZKE, Angélica Teixeira da Silva; KNUTH, Alan Goularte; RIGO, Luiz Carlos. Discursos midiáticos e estratégias biopolíticas na construção do corpo: o caso do programa “medida certa”. In: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 20, 2017, Goiânia. **Anais Eletrônicos**. Goiânia: CBCE, 2017. Disponível em: <http://congressos.cbce.org.br/index.php/conbrace2017/7conice/paper/viewFile/9614/4691>

MARINHO, Mônica Benfica. Uma pedagogia do corpo na tv: o programa Bemstar. In: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 16, 2009, Bahia. **Anais Eletrônicos**. Bahia: CBCE, 2009. Disponível em: <file:///C:/Users/acer/Downloads/1012-5650-1-PB.pdf>

MOL, Mellyssa Da Costa; PIRES, Giovani De Lorenzi. Feliz na contemporaneidade: saúde e estética no discurso de VEJA. In: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 15, 2007, Recife. **Anais Eletrônicos**. Recife: CBCE, 2007. Disponível em: <http://www.cbce.org.br/docs/cd/resumos/044.pdf>

MONTEIRO, Mayara Cristina Braz; CARVALHO, Ana Carla Dias. A concepção de corpo presente nas escritas de si das leitoras da revista boa forma: um estudo a partir da comunidade do orkut. In: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 17, 2011, Porto Alegre. **Anais Eletrônicos**. Porto Alegre: CBCE, 2011. Disponível em: <file:///C:/Users/acer/Downloads/3391-12587-1-PB.pdf>

PERROT, Michelle. **O corpo feminino em debate**. 1. ed. São Paulo: UNESP, 2003.

ROCHA, Célia Aparecida. A divulgação científica sobre o corpo na revista

Veja. In: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 15, 2007, Recife. **Anais Eletrônicos**. Recife: CBCE, 2007. Disponível em: <http://www.cbce.org.br/docs/cd/resumos/029.pdf>

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SOARES, Carmen Lúcia. **Imagens da Educação no corpo**. 4. Ed. Campinas, SP: Autores Associados. 2013.

TOLENTINO, Thatiana Maia; ASSUMPCÃO, Luis Otávio Teles. O corpo e suas nuances, a mídia e a educação física. In: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 16, 2009, Bahia. **Anais Eletrônicos**. Bahia: CBCE, 2009. Disponível em: [file:///C:/Users/acer/Downloads/1239-5670-1PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/acer/Downloads/1239-5670-1PB%20(1).pdf)

## NOTAS DE AUTOR

**AGRADECIMENTOS** – Não se aplica.

**CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA** – Não se aplica.

**FINANCIAMENTO** – Não se aplica.

**CONSENTIMENTO DE USO DE IMAGEM** - Não se aplica.

**APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA** – Não se aplica.

**CONFLITO DE INTERESSES** – Não há conflito de interesses.

### LICENÇA DE USO

Os autores cedem à **Motrivivência - ISSN 2175-8042** os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a [Licença Creative Commons Attribution Non-Comercial ShareAlike](#) (CC BY-NC SA) 4.0 International. Esta licença permite que **terceiros** remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, desde que para fins **não comerciais**, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico desde que adotem a mesma licença, **compartilhar igual**. Os **autores** têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico, desde que para fins **não comerciais e compartilhar com a mesma licença**.

### PUBLISHER

Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Educação Física. LaboMídia - Laboratório e Observatório da Mídia Esportiva. Publicado no [Portal de Periódicos UFSC](#). As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

### EDITORES

Mauricio Roberto da Silva, Giovani De Lorenzi Pires, Rogério Santos Pereira.

### EDITOR DE SEÇÃO

Rafael Matiuda Spinelli.

## **REVISÃO DO MANUSCRITO E METADADOS**

João Caetano Prates Rocha; Keli Barreto.

## **HISTÓRICO**

Recebido em: 06 de agosto de 2020.

Aprovado em: 09 de abril de 2021.