

# MÍDIAS SOCIAIS E SUA INFLUÊNCIA NA PRÁTICA DO EXERCÍCIO FÍSICO

*SOCIAL MEDIA AND ITS INFLUENCE ON THE PRACTICE OF PHYSICAL ACTIVITY*

*MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA PRÁCTICA DEL EJERCICIO FÍSICO*

Daniele Bezerra Barradas Cunha<sup>1</sup>  
Fabiana Kadota Pereira<sup>2</sup>  
Maria Tereza Xavier Cordeiro<sup>3</sup>

## Resumo

Este artigo analisa que, após a internet e o surgimento das mídias sociais, as atividades tornaram-se cada vez mais cômodas, fato que retira o indivíduo do perfil de fisicamente ativo, tornando-o sedentário, ansioso e, na maioria das vezes, apresentando ganho de peso. Perante esse quadro, é comum a busca de “receitas milagrosas” na internet. A imagem corporal hoje tem forte influência de inúmeros aspectos, sendo a mídia a mais persuasiva entre elas, com compartilhamento de dicas de saúde e programas de exercícios e alimentação saudável por imagens e vídeos, além da propagação de informações pelos influenciadores digitais. Mas, afinal, qual a influência da mídia sobre a educação física? O objetivo deste artigo foi identificar a influência das mídias sociais sobre a construção de imagem pessoal e a busca de atividade física. A metodologia baseou-se em uma revisão bibliográfica, de natureza qualitativa e descritiva. Observou-se que a influência da mídia na busca do corpo “ideal”, é uma ferramenta de incentivo à prática do exercício físico, contudo, seus malefícios estão relacionados às propagandas de *fake news*, já que muitos programas de exercícios não são adequados à necessidade do indivíduo, podendo provocar lesões. Concluiu-se que o praticante deve ser avaliado e testado por um profissional de educação física capacitado, que ditará o tempo, as cargas, tempo de pausa e todas as exigências que um treino possa demandar, em alinhamento com a necessidade e o perfil do indivíduo. Daí a grande importância de se ter o acompanhamento de um profissional da educação física. A mídia social tem consolidado a cultura da prática de atividade e exercício físico, contudo o conteúdo deverá ser avaliado, a fim de evitar problemas de saúde no futuro.

**Palavras-chave:** internet; mídia social; exercício físico; imagem corporal; influência.

## Abstract

This paper intends to analyze how, after the Internet and the emergence of social media, human activities have become increasingly convenient, removing individuals from physically active lives, and making them sedentary, anxious and, frequently, overweight. The search for "miracle recipes" on the internet is common. Numerous aspects influence body image these days, with the media being the most persuasive among them, with health tips and exercise and healthy eating programs being shared through images and videos, as well as the spread of information by digital influencers. But what influence does the media have on physical education? The aim of this article was to identify the influence of social media on the construction of personal image and the pursuit of physical activity. The methodology was based on a qualitative and descriptive literature review. The study observed that the media's influence in the search for the "ideal" body is a tool to encourage the practice of physical exercise; however, its harms are related to fake news advertisements, since many exercise programs are not suited to some subjects' needs and can cause injuries. The research concluded that a trained physical education professional should assess the practitioner, and dictate the time, loads, breaks and all the requirements that a workout may demand, in line with the individual's needs and profile. That is why it is so important that a physical education professional supervise the exercise. Social media has consolidated the culture of practicing physical activity and exercise, but one must evaluate the content to avoid health problems in the future.

---

<sup>1</sup>Bacharelado em Educação Física no Centro Universitário Internacional (UNINTER). E-mail: daniboymarcus@hotmail.com

<sup>2</sup>Docente no Centro Universitário Internacional (UNINTER). E-mail: fabiana.pe@uninter.com

<sup>3</sup>Coordenadora da área de Educação de Jovens e Adultos (EJA) no Centro Universitário Internacional (UNINTER). E-mail: maria.br@uninter.com

**Keywords:** internet; social media; physical exercise; body image; influence.

## Resumen

Este artículo analiza que, tras la internet y el surgimiento de los medios de comunicación social, las actividades se volvieron cada vez más cómodas, hecho que retira el individuo del perfil de físicamente activo, volviéndolo sedentario, ansioso y, en la gran parte de las veces, presentando aumento de peso. Frente a ese cuadro, es común la búsqueda de “recetas milagrosas” en internet. La imagen corporal tiene hoy fuerte influencia de inúmeros aspectos, siendo los medios el más persuasivo entre ellos, con divulgaciones de consejos de salud y programas de ejercicios y alimentación sana por imágenes y videos, además de la propagación de informaciones por los influenciadores digitales. Pero, por fin, ¿cuál es la influencia de los medios sobre la educación física? El objetivo de este artículo fue identificar la influencia de los medios de comunicación social sobre la construcción de imagen personal y la búsqueda de actividad física. La metodología se basó en una revisión bibliográfica, de naturaleza cualitativa y descriptiva. Se observó que la influencia de los medios en la búsqueda del cuerpo “ideal” es una herramienta de incentivo a la práctica del ejercicio físico, sin embargo, sus maleficios están relacionados a las propagandas de *fake news*, ya que muchos programas de ejercicios no son adecuados a la necesidad del individuo y pueden provocar lesiones. Se ha concluido que el practicante debe ser evaluado y testeado por un profesional de educación física capacitado, que dictará el tiempo, las cargas, el tiempo de pausa y todas las exigencias que un entrenamiento pueda demandar, en alineación con la necesidad y el perfil del individuo. De ahí la gran importancia de tener el acompañamiento de un profesional de la educación física. Los medios de comunicación social han consolidado la cultura de la práctica de actividad y ejercicio físico, no obstante, se deberá evaluar el contenido a fin de evitar problemas de salud en el futuro.

**Palabras clave:** internet; medio de comunicación social; ejercicio físico; imagen corporal; influencia.

## 1 Introdução

Nos dias modernos, a busca por um estilo de vida mais saudável vem crescendo vertiginosamente, com o intuito de alcançar o bem-estar e a longevidade. Nesse sentido, a adoção de práticas de exercício físico e alimentação controlada são os elementos basilares para a conquista desse estado e para a prevenção de algumas doenças. Assim, o exercício físico está relacionado com a perda de peso, ou com a modificação estética, em especial no âmbito de academias em que a busca pelo emagrecimento e pelo ganho muscular tem se tornando comum (Fernandes Júnior *et al.*, 2017).

A conceituação de imagem corporal está intrinsicamente relacionada com a representação mental do corpo, sendo reconhecidos os componentes emocionais e comportamentais. A organização da imagem corporal presume uma leitura sobre relação do sujeito com o mundo, reconhecendo as perspectivas psíquicas, físicas e sociais do corpo. Contudo, a imagem corporal tem ligação direta com o desenho que a mente formula do próprio corpo, ou mesmo da maneira como o indivíduo se vê em relação a outrem, que poderá ser modificada conforme o tempo (Uliano; Silva, 2019).

Contudo, a ideologia da busca por um padrão de beleza propagado previamente pelas mídias sociais, tem estimulado as pessoas a procurarem por exercícios de musculação e resistência nas academias em prol da melhora do rendimento, ou mesmo por produtos

milagrosos que possam atender às conveniências ousadas, muitas vezes, dos praticantes de atividade física (Silva; Vargas; Lopes, 2017).

A imagem corporal, hoje, é largamente influenciada por vários aspectos, sendo que os principais são os pais, amigos e a mídia, que é a mais forte das influências. Os jovens, especialmente as meninas, são o público mais influenciado, pois apresentam grandes preocupações com o peso corporal em face do medo da rejeição, o que induz o uso de forma excepcional da mídia como uma fonte de comunicação e informação, que aparenta exercer influência sobre a insatisfação corporal (Lira *et al.*, 2017).

As mídias digitais facilitaram a propagação e o acesso às informações, impactando nossas vidas de várias formas, inclusive na maneira com que nos relacionamos com as atividades físicas. A origem da palavra mídia vem do latim e representa “meio”. Na comunicação, refere-se aos meios de se comunicar, por meio de televisão, internet, revistas etc. O que permite a conexão entre as pessoas, transmitindo e produzindo informações.

Não é novidade a crescente valorização da saúde, da estética e a expansão da abordagem que a mídia faz, atualmente, sobre a atividade física. É a proporção que esse discurso midiático tem no nosso cotidiano que é algo novo. É cada vez maior o apelo a uma aparência saudável e aos corpos esculpidos. Devido às crescentes descobertas tecnológicas e científicas, aumentam as possibilidades de se apropriarem dessas informações para divulgar estratégias de como ficar mais belo e saudável.

Os meios de comunicação têm se mostrado grandes aliados no sentido de informar os benefícios da atividade física, alimentação e hábitos de vida saudável, porém eles influenciam diretamente na percepção da realidade. O desenvolvimento da definição de atividades físicas como um hábito na vida das pessoas, tem sido plenamente pesquisado. Percebe-se, em nossa sociedade atual, que os benefícios da atividade física regular para todas as idades são amplamente divulgados e recomendados. Os meios de comunicação, apesar de estabelecerem um padrão corporal ideal de beleza, expressam muito claramente, também, a importância de praticar alguma atividade física.

Este trabalho tem relevância ao promover um debate sobre os benefícios e malefícios da influência das mídias sociais sobre os padrões ideais de beleza que, às vezes, não são as verdades absolutas para uma boa qualidade de vida. A mídia pode tanto nos ajudar quanto nos atrapalhar no momento de realizar uma atividade física. Assim, foi realizado o seguinte questionamento: mas, afinal, qual a influência da mídia sobre o exercício físico?

O objetivo desse artigo foi identificar a influência das mídias sociais sobre a construção da imagem pessoal e a busca sobre o exercício físico. Já os objetivos específicos foram:

identificar e esclarecer alguns pontos sobre a influência das redes sociais na subjetivação e promoção da saúde de seus usuários, traçando pontos de convergência com relação aos comportamentos empregados a partir das informações encontradas sobre saúde e bem-estar; investigar de que forma a interatividade das redes sociais interfere no processo de subjetivação de seus usuários, bem como de suas percepções de corpo; descrever a influência das redes sociais para a busca ou manutenção de hábitos referentes à atividade física.

## **2 Metodologia**

Para estudar o problema descrito, foi realizada uma revisão bibliográfica, cuja pesquisa aconteceu no período de abril a maio de 2023, com natureza descritiva, exploratória e qualitativa. Foram usados, como fundamentação teórica, trabalhos acadêmicos, artigos disponíveis na internet, periódicos nacionais e/ou internacionais e livros. De acordo com Galvão e Pereira (2014), os estudos de revisão bibliográfica caracterizam-se por um tipo de investigação focada em uma questão bem definida, que visa identificar, selecionar, avaliar e sintetizar as evidências, devendo ser abrangente e não tendenciosa em sua preparação.

A seleção da amostra obedeceu aos seguintes critérios de inclusão: artigos e periódicos — com texto completo disponível on-line e gratuitamente —, que sejam redigidos no idioma português e que representem trabalhos empíricos — como forma de atualização sobre a temática proposta. Já os critérios de exclusão foram: publicações que não estejam redigidas em língua portuguesa, que não se encontram disponíveis gratuitamente por completo na internet, artigos repetidos, que não respondam à questão norteadora e/ou os objetivos desta revisão, e por fim, outras revisões bibliográficas, teses e dissertações. Após isso, o estudo analisou a elegibilidade de cada estudo, inicialmente pelos títulos e depois por resumos e textos completos. Em seguida, foi analisada a qualidade metodológica e, após a exclusão pelos critérios estabelecidos, foi realizada a leitura na íntegra, com a extração dos dados dos artigos selecionados.

A análise de dados foi realizada por meio da discussão e interpretação dos resultados e informações extraídas, a fim de comparar os principais resultados com outros achados da pesquisa. Após a uma análise crítica, foram eleitas três categorias para discussão dos estudos, para explicar os resultados diferentes ou conflitantes nos diferentes estudos, ou seja, identificou-se os estudos que apresentaram coerência em relação ao objetivo, metodologia, discussão e resultado.

Vale ressaltar que todo o trabalho seguiu rigorosamente os quesitos éticos, pautados na Lei de Plágio de nº 9610/98, a fim de respeitar os direitos autorais de cada trabalho utilizado na construção deste estudo monográfico. Os dados coletados foram apresentados com base em procedimentos interpretativos, chegando-se então à conclusão.

### **3 Revisão bibliográfica/estado da arte**

#### **3.1 Mídias sociais e redes sociais**

Os termos “mídias sociais”, conforme Vermelho *et al.*, (2014), se refere aos sistemas populares em que são veiculadas notícias e outros conteúdos de interesse pessoal. São ferramentas de uso on-line, ambientes criados para que exista o compartilhamento de opiniões, perspectivas, percepções e experiências, tudo isso, em formato de mensagens que carregam consigo textos, imagens, áudios e vídeos. Os conteúdos podem ser hospedados em inúmeros sites e comunidades sociais na internet, como o *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Instagram*, *TikTok*, *LinkedIn*, entre tantos outros.

Os países desenvolvidos são os que mais utilizam a internet e o fator principal é a facilidade que a internet proporciona aos usuários. Fonseca *et al.* afirmam que “nas duas últimas décadas, o uso da internet tem crescido de modo acelerado, atraindo uma expressiva parcela da população mundial, aproximadamente 3,7 bilhões de usuários no início de 2017” (2018, p. 199). É indiscutível que as redes sociais estão presentes na casa da maioria dos brasileiros. Segundo os dados do IBGE, 70% da população brasileira possui acesso à internet e, de acordo com esse instituto, os brasileiros são a segunda população no mundo que mais investe tempo em redes sociais.

As redes sociais são formas virtuais de interação entre as pessoas. Martins considera que “as mídias sociais, ou redes sociais de internet são formadas por um conjunto de atores (indivíduos) que interagem a partir de um meio (ou mídia, como! Aqui! Chamamos) formando laços sociais” (2013, p. 31). Em suma, as redes só funcionam porque há pessoas que as utilizam. Essas pessoas tendem a reproduzir na web as relações sociais dos espaços públicos.

#### **3.2 Imagem corporal**

A imagem corporal possui uma conceituação multidimensional, que representa a percepção que o indivíduo possui em relação ao seu corpo e pode ter interferência das representações comportamentais da personalidade e dos estados emocionais. Assim, a imagem

corporal corresponde a um autoconceito. Na formação da imagem corporal, dentre os fatores que poderão influenciar, tem-se o gênero, o ciclo de vida, a satisfação corporal, além da relação com o corpo, com seus processos cognitivos, afetivos e sociais. O nível socioeconômico, as crenças, a mídia, a escola, os valores, as atitudes e a própria cultura também têm grande relevância na criação da imagem corporal (Lopes; Mendes; Sousa, 2017).

A imagem corporal é oriunda de uma construção psicológica perante a percepção que o indivíduo tem do próprio corpo, pautada nas observações e experiências adquiridas ao longo da vida, além das percepções negativas da sua imagem corporal. Essa percepção é influenciada, muitas vezes, pelo ambiente em que o adolescente convive, onde a busca por um embelezamento corporal, por encaixar-se em um padrão de beleza divulgado midiaticamente, tornou-se um problema evidente em adolescentes do Brasil e de todo o mundo (Fantineli *et al.*, 2020).

Prevalece que as constantes transformações que acontecem na adolescência, como é o caso do desenvolvimento puberal, tornam essa fase um período crítico para o pleno e saudável desenvolvimento da imagem corporal, que poderá estar associado a outras disfunções, como transtornos alimentares, bulimia, anorexia, depressão, bem como com variáveis neurofisiológicas e antropométricas (Ferreira *et al.*, 2021).

Os estudos sobre imagem corporal se iniciaram no início do século XX, em que um determinado momento levava o indivíduo à percepção sobre seu próprio corpo. Desde o princípio, até os dias atuais, o conceito de imagem corporal sofreu várias modificações e surgiram novas técnicas para investigá-lo, facilitando e criando a variedade enorme de formas de avaliação e conceitos que se tem atualmente (Tavares *et al.*, 2010).

A busca incansável por um corpo considerado ideal contribui significativamente para o aumento da procura por academias, exercícios de musculação e resistência em prol de conquistar a hipertrofia muscular e, conseqüentemente, pelo consumo de suplementos alimentares, especialmente aqueles que prometem resultados velozes. Nessa perspectiva, o estudo de Coluciuc *et al.* (2012) robustece o entendimento, afirmando que a grande porcentagem de indivíduos consumidores de suplemento em academias são adultos jovens, fisicamente ativos.

Sendo assim, Bezerra e Macêdo (2013) complementam o raciocínio, afirmando que o perfil sociodemográfico predominantemente jovem está intrinsecamente relacionado à grande preocupação com a aparência, o que incita a busca por academias e exercícios que contribuam para a hipertrofia muscular. Esse é o público que possui maior tendência a ceder à pressão da mídia e a não buscar orientações adequadas de profissionais qualificados sobre a alimentação e

as sessões, buscando assim apenas o embelezamento físico e desconsiderando a qualidade de vida.

Segundo Pedrosa *et al.* (2010), destacam-se como motivos que induzem à prática da atividade física, a hipertrofia muscular, a qualidade de vida, questões estéticas, a saúde e o emagrecimento, sendo raros os casos da procura por um tratamento alternativo para alguma patologia. Vale salientar que estudos comprovam que a insatisfação corporal é considerada o primeiro sintoma para incitar o desenvolvimento de comportamentos alimentares impróprios, tendo como consequência quadros de transtornos alimentares e baixa autoestima, além da busca por academias, exercícios de musculação e procedimentos estéticos. Tudo isso na busca de conquistar a tão sonhada imagem corporal satisfatória (Prado; Cezar, 2019).

### 3.3 Influenciadores digitais

Os influenciadores digitais são considerados formadores de opinião, tendo um canal na internet em que expõem suas opiniões, estilos de vida, divulgam marcas, programas de exercícios físicos, produtos, serviços e interagem com seus seguidores. Com isso, ganham popularidade no meio virtual e atraem a atenção das marcas, que acabam realizando parcerias para divulgação de serviços ou produtos (Silva; Tessarolo, 2016).

Todavia, para obter engajamento e, com isso, uma relação de sucesso, é indispensável que o vínculo criado entre o influenciador e os seus seguidores seja de confiança, pois só assim os conteúdos disponibilizados vão ter maior receptividade e conseqüentemente as vendas das empresas que eles têm parcerias vão aumentar (Jezler, 2017).

Devido ao vínculo com seus seguidores, gera-se uma proximidade e uma empatia que passam no seu canal e muitas pessoas procuram comportamentos de referência, buscando neles inspiração. Quando eles postam uma foto usando ou mesmo falando sobre os benefícios de usar um produto ou programa de educação física específico, isso já é suficiente para que aquele produto seja procurado nas lojas, sites etc. e temos que frisar a questão da identidade pelo consumo, gerando nichos (Silva; Tessarolo, 2016).

Assim, ela tem o poder de influenciar na imagem corporal, na maneira de se vestir, de se portar, alimentar, movimentar e, até mesmo, na prática de atividade física daqueles que consomem essas mídias. As mídias digitais são consideradas um mediador entre as pessoas e a sociedade (Barbosa, 2020).

Ademais, com a facilidade proporcionada pela internet, os usuários dessa ferramenta escolhem o que vão consumir fazendo uma simples pesquisa, pois basta digitar o nome de um

produto ou marca, ou um programa de exercício físico, que logo aparecem milhares de opções, seja nas redes sociais, em *sites* e, muitas vezes, por recomendações de familiares e amigos. Ou seja, aquele modelo antigo de sujeito passivo, em que as pessoas ficavam observando as propagandas nos veículos de comunicações tradicionais, mudou (Giacomini, 2011).

#### 3.4 Influência da mídia x educação física

A educação física, a influência das mídias e as transformações sociais são fatores que interferem em como o indivíduo vê seu próprio corpo, em que poderá se transformar em ferramenta estética de modelação do corpo, desencadeando desajustes de natureza pedagógica, física, emocional e social, em troca de conquistar a tão sonhada estética corporal.

Hoje, a influência da mídia sobre o padrão de beleza do corpo tem crescido exponencialmente, sendo evidenciada em propagandas de televisão, vídeos, revistas, *outdoors*, influenciadores digitais e atores famosos que exibem os corpos lindos e moldados, perpetuando a concepção de um padrão corporal. Fica a impressão de que somente assim será possível estabelecer bons relacionamentos, conquistar prestígio, dinheiro e sucesso. A mídia, a cada dia, está mais apelativa com as propagandas, que tem o intuito somente de expor corpos nus, em que a cultura do belo está deturpada e se sobressaindo à inteligência e aos padrões morais.

A mídia é a principal ferramenta para promover arrecadações milionárias para a minoria, por meio de propagandas, bombardeando os indivíduos com mensagens duvidosas, tendo um forte poder de persuasão em todas as camadas e incitando o consumo (Rocha; Alves, 2010). O poder da interferência da mídia na sociedade atual é cada vez maior e a publicidade faz uso de várias estratégias de convencimento da imprescindibilidade dos produtos. Contudo, quando se almeja um corpo bonito a qualquer preço, a mídia incorpora a ideia de que os resultados serão alcançados de forma lépida, ou seja, as transformações se apresentarão em um curto espaço de tempo (Palma, 2008).

Hoje, as relações com o corpo são altamente influenciadas por vários fatores socioculturais, que conduzem tanto homens como mulheres a demonstrarem um conjunto de preocupações e insatisfações com a imagem corporal, com interferência direta na busca pela melhor aparência física (Damasceno *et al.*, 2006).

#### 3.5 Relação entre saúde, qualidade de vida e atividade física

De acordo com Goldner (2013), o conceito de qualidade de vida é subjetivo, complexo e multidimensional. O conceito e a delimitação do que significa atividade física também pode

ter diferentes interpretações, em que toda a atividade física deverá ser praticada regularmente com orientação e, preferencialmente, com acompanhamento profissional.

Assim, para que se conquiste uma melhor qualidade de vida, é preciso conhecer a importância da atividade física regular e seus benefícios em relação à saúde. Atualmente, esses resultados são evidenciados em diversos estudos que apontam a atividade física regular como importante aliada no combate do sedentarismo e seus malefícios. O sedentarismo é consequência da inatividade física e um dos principais fatores para desenvolvimento ou agravamento de patologia coronariana e alterações cardiovasculares e metabólicas (Zamai *et al.*, 2016).

Atualmente, a busca por programas, acompanhamento profissional e espaços de prática física, cresceu vertiginosamente, em paralelo aos anseios e necessidades da população, que almeja a conquista de um estilo de vida saudável e ativo. Assim, a busca por academias tem sido o principal espaço para a prática de exercícios físicos, haja vista que, oferecem serviços diferenciados e acompanhamento integral para os praticantes (Calixto; Tagata, 2016).

Nesse ínterim, existem várias modalidades de programas esportivos que tem influência direta na qualidade de vida e no desenvolvimento das atividades da vida diária. A qualidade de vida é um conceito subjetivo que se refere à percepção do indivíduo sobre a sua posição na vida, no contexto da cultura e dos sistemas de valores nos quais ele vive, considerando também seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações (Costa, 2017).

No que concerne à qualidade de vida, como um indicador universal que mensura o bem-estar dos indivíduos, observa-se que as razões que cooperam para a qualidade de vida são a valorização, desenvolvimento, realização e reconhecimento, essenciais para execução plena das obrigações inerentes da vida diária. Vale ressaltar que tais fatores estão intrinsecamente relacionados e desencadeiam a construção de uma relação humanística que influenciará na qualidade de vida dos indivíduos (Morais *et al.*, 2016).

Por outro lado, a saúde depende de fatores determinantes e condicionantes, fatores de risco e fatores comportamentais, e essa associação converge para a promoção da qualidade de vida. Diante da sociedade moderna, o indivíduo é submetido a pressões de todos os lados, principalmente na esfera profissional e na compensação dos problemas, o lazer e a prática de atividade física são fundamentais para a manutenção da qualidade de vida física, psicológica e mental (Marcon; Souza; Rabello, 2015).

A prática de esportes é uma forma de lazer e de restaurar a saúde dos efeitos nocivos causados pelos estresses diários e, também, dos estudos. A prática regular de atividade física auxilia na melhora da força, tônus muscular e flexibilidade, além do fortalecimento dos ossos

e articulações. Em paralelo a esses benefícios, tem-se também a aceleração do desenvolvimento de habilidades físicas, cognitivas, afetivas, sociais e ambientais, com isso o indivíduo adquire um estado de bem-estar (Costa, 2017).

A prática esportiva é um importante constituinte da cultura e da sociedade, especialmente pela diversidade de manifestações e por caracterizar um fenômeno em constante modificação. Assim, os programas de formação esportiva têm o intuito de fomentar o desenvolvimento de habilidades motoras e sociais, além de uma visão do repertório imaginativo, quebrando tabus e paradigmas sociais que estimulam a resistência à atividade esportiva, nos esquemas da ótica cultural (Soares; Neto; Ferreira, 2013).

Perante esses efeitos positivos, pode-se inferir que os componentes que integram a qualidade de vida favorecem a autonomia e o controle pleno dos indivíduos sobre as atividades diárias, além de estimular o bem-estar e a melhora da autoestima. Dentro desses aspectos, tem-se indagações que são inerentes à saúde, segurança, organização laboral e social (Morais *et al.*, 2016).

### 3.6 Influência da mídia x papel do profissional de educação física

Nos últimos tempos, a educação física tem ganhado espaço e tem sido valorizada pela sociedade. As mídias, impressas, eletrônicas e on-line, estão publicando várias reportagens, matérias e artigos relacionados à saúde e ao bem-estar, defendendo a relevância da prática da atividade física. Essa atividade deverá ser devidamente orientada por um profissional capacitado, um profissional de educação (Vermelho *et al.*, 2014).

A mídia propaga um padrão corporal determinado, Bezerra *et al.* (2019) apontaram que o padrão de beleza divulgado se aplica somente a uma pequena parte da população mundial (de 5 a 8%) e no Brasil, em especial, se verifica uma diversidade de aspectos da população que a mídia, no geral, acaba menosprezado. Isso exclui a riqueza de biótipos típicos da mestiçagem do povo, insistindo em um padrão único de beleza, seja para mulheres ou para homens.

Esse cenário é claramente verificado nas publicidades, sendo necessário realizar uma conscientização sobre a educação física dos praticantes de academias e da população em geral, que dever ser acompanhada por um profissional de educação física. Essa conscientização passa também pelas influências culturais sobre o padrão de beleza, pelas estratégias que a mídia usa para propagá-lo, pelos produtos e procedimentos ofertados pelo mercado da beleza, dentre outros aspectos (Lustosa; Silva, 2020).

O profissional de educação física tem a atribuição de trabalhar o desenvolvimento físico com adoção de exercícios específicos para cada parte do corpo, devendo ofertar atividades de recreação e reeducação dos movimentos por meio do exercício físico, fortalecendo os músculos e melhorando o condicionamento físico de indivíduos de todas as faixas etárias. Isso ajudará a melhorar seu rendimento. Tal profissional ainda é responsável pela realização de vários exames antropométricos que permitem mensurar as medidas e a qualidade de vida de cada indivíduo, trazendo subsídios para prescrever a melhor maneira de desenvolvimento físico para cada indivíduo. Assim, o profissional possui a capacidade de interpretar e ensinar múltiplas técnicas desportivas nas inúmeras áreas esportivas (Santos; Gonçalves, 2020).

Nota-se, então, que existe nos vários veículos de comunicação um verdadeiro bombardeio de propostas para transformação do corpo, que vai desde o exercício físico até as cirurgias plásticas. Logo, passa a ser imprescindível atingir o padrão de beleza vigente hoje e que quando não é alcançado pode desenvolver problemas emocionais e sociais, sendo tal problemática verificada especialmente no público juvenil. Desse modo, um dos objetivos do profissional de educação física é estimular o pensamento crítico do público juvenil em relação a esse modelo de imagem corporal propagado pela mídia (Jacob, 2014).

Nessa linha de raciocínio, o mercado de *personal trainers* está em alta, em face da influência da mídia, e o segmento de academias já possui grandes oportunidades devido à grande quantidade de indivíduos que buscam as academias à procura de um corpo definido. Hoje, os esportes tornaram-se verdadeiros espetáculos, os clubes divulgam grandes marcas, enquanto os atletas divulgam produtos e serviços esportivos. Isso leva a sociedade de consumo a buscar adquirir mais. Assim, a influência da mídia social nas práticas de educação física tem benefícios e malefícios, que estão sintetizados no quadro abaixo (Hattori, 2016).

**Quadro 1:** Benefícios e malefícios da influência da mídia social nas práticas de educação física

<b>BENEFÍCIOS</b>	<b>MALEFÍCIOS</b>
Aumento da qualidade de vida; Redução de problemas com a saúde; Redução e controle do peso; Redução do risco de doenças no coração, pressão alta, osteoporose, diabetes e obesidade; Melhora dos níveis de colesterol sanguíneo; Aumento da resistência e tônus muscular; Promoção do bem-estar mental	Gera problemas psicológicos, sociais e alimentares; Promove gasto de recursos com plásticas, equipamentos e produtos; Incita o uso de substâncias ilegais; Surgimento da síndrome do <i>overtraining</i> ; Surgimento de lesões por fazer atividades físicas sem orientação profissional; Realizar treinamentos exaustivos; Autoflagelação

**Fonte:** Hattori (2016).

Segundo Hattori (2016), a mídia interfere em todos os cenários da sociedade a fim de consolidar a ideia do corpo perfeito, que induz os indivíduos a gastarem altos valores em prol

de alcançar certos estereótipos. O público mais influenciado é o público juvenil e as mulheres, que possuem o entendimento de que para serem aceitos na sociedade precisam possuir, obrigatoriamente, o corpo perfeito.

#### 4 Considerações finais

Pode-se concluir, com o presente artigo, que as mulheres são o público que mais procura por vídeos de exercícios nas mídias sociais, buscando conquistar o corpo perfeito e a melhora estética, enquanto a procura dos homens está relacionada com a importância de serem fisicamente competentes, elemento atrelado à cultura. Consoante a isso, observou-se que o exercício físico proporciona prazer e satisfação corporal, contudo, o nível de exigência é maior nos indivíduos que fazem comparação social após acompanhar imagens e perfis com corpos perfeitos propagados pelas mídias sociais.

Como a inspiração *fitness* nas mídias e redes sociais em muitos casos incentiva a prática do exercício físico destinado a alcançar uma aparência semelhante ao padrão de imagem corporal, logo se considera que as imagens idealizadas podem estar distantes de grande parcela dos indivíduos, fato que incentiva a prática de programas de exercícios que estão em descompasso com as condições do indivíduo, além de dietas milagrosas, em prol de alcançar uma boa autoestima e satisfação para a prática de exercícios.

Com esse estudo, observou-se que a influência da mídia na busca do corpo “ideal” é uma ferramenta de incentivo à prática do exercício físico, contudo, seus malefícios estão relacionados às propagandas com *fake news*, já que muitos programas de exercícios não são adequados às necessidades dos indivíduos, podendo provocar lesões.

Conclui-se que o praticante deve ser avaliado e testado por um profissional de educação física capacitado, que ditará o tempo, as cargas, pausas e todas as exigências que um treino possa demandar, em alinhamento com a necessidade e o perfil do indivíduo. Daí a grande importância de se ter o acompanhamento de um profissional da educação física. A mídia social tem consolidado a cultura da prática de atividade física, contudo, o conteúdo deverá ser avaliado, a fim de evitar problemas de saúde no futuro.

#### Referências

BARBOSA, V. M. F. **Prevalência de insatisfação corporal e comportamentos de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares entre universitários da área de saúde**. 2020. Monografia (Bacharelado em Nutrição) —Universidade Federal de Pernambuco, Vitória de Santo Antão, 2020.

BEZERRA, C. C.; MACÊDO, E. M. C. Consumo de suplementos a base de proteína e o conhecimento sobre alimentos proteicos por praticantes de musculação. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, São Paulo, v. 7, n. 40, p. 224-232, jul./ago. 2013. Disponível em: <https://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/398>. Acesso em: 20 mar. 2024.

BEZERRA, M. A. *et al.* O digital influencer sob um olhar de acadêmicos de educação física. **BIOMOTRIZ**, v. 13, n. 4, p. 99-105, dez. 2019. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/339273704\\_O\\_DIGITAL\\_INFLUENCER\\_SOB\\_U\\_M\\_OLHAR\\_DE\\_ACADEMICOS\\_DE\\_EDUCACAO\\_FISICA](https://www.researchgate.net/publication/339273704_O_DIGITAL_INFLUENCER_SOB_U_M_OLHAR_DE_ACADEMICOS_DE_EDUCACAO_FISICA). Acesso em: 20 mar. 2024.

CALIXTO, K.; TAGATA, C. Fatores motivacionais para a prática de atividade física em academia. **Caderno de Resumos do XI EVINCI**, v. 2, n. 1, 2016.

COLUCIUC, P. M. *et al.* Uso de suplementos em duas academias do Paraná. **RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, v. 5, n. 28, maio 2012. Disponível em: <https://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/268/270>. Acesso em: 20 mar. 2024.

COSTA, I. B. **Insatisfação corporal, distress e satisfação sexuais**: um modelo de mediação com uma amostra de homens. 2018. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica e da Saúde) — Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 2018. Disponível em: [recil.ensinolusofona.pt/bitstream/10437/9458/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o\\_Ivanilda%20Costa.pdf](recil.ensinolusofona.pt/bitstream/10437/9458/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Ivanilda%20Costa.pdf). Acesso em: 20 mar. 2024.

DAMASCENO, V. O. *et al.* Imagem corporal e corpo ideal. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, v. 14, n. 1, p. 87-96, 2006. DOI: [doi.org/10.18511/rbcm.v14i2.691](https://doi.org/10.18511/rbcm.v14i2.691). Disponível em: [portalrevistas.ucb.br/index.php/rbcm/article/view/691/696](http://portalrevistas.ucb.br/index.php/rbcm/article/view/691/696). Acesso em: 20 mar. 2024.

FANTINELI, E. R. *et al.* Imagem corporal em adolescentes: associação com estado nutricional e atividade física. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, n. 10, p. 3989-4000, 2020. DOI: [10.1590/1413-812320202510.30442018](https://doi.org/10.1590/1413-812320202510.30442018). Disponível em: [scielo.br/j/csc/a/ypMXRfFfZpdVfVHGyjQXDcG/?format=pdf](https://scielo.br/j/csc/a/ypMXRfFfZpdVfVHGyjQXDcG/?format=pdf). Acesso em: 20 mar. 2024.

FERNANDES JÚNIOR, P. L. *et al.* Uso de suplementos alimentares por frequentadores de academias em cidades do nordeste brasileiro: uma revisão de literatura. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE, 2., 2017, Campina Grande. **Anais [...]**. Campina Grande-PB: Centro de Convenções Raimundo Asfora – Garden Hotel, 2017.

FERREIRA, L. S. *et al.* Percepção da imagem corporal em adolescentes e a relação com seu estado nutricional. **Research, Society and Development**, [s. l.], v. 10, n. 1, p. e8710111484, 2021. DOI: [10.33448/rsd-v10i1.11484](https://doi.org/10.33448/rsd-v10i1.11484). Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/11484>. Acesso em: 20 mar. 2024.

FONSECA, P. N. *et al.* Uso de redes sociais e solidão: evidências psicométricas de escalas. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 70, n. 3, p. 198-212, 2018. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1809-52672018000300014&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-52672018000300014&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 05 mar. 2024.

GALVÃO, T. F.; PEREIRA, M. G. Revisões sistemáticas da literatura: passos para sua elaboração. **Epidemiol. Serv. Saúde**, Brasília, v. 23, n. 1, p. 183-184, jan./mar. 2014. DOI:

10.5123/S1679-49742014000100018. Disponível em: [scielo.br/j/ress/a/yPKRNymgtzwwWR8cpDmRWQr/?format=pdf](https://scielo.br/j/ress/a/yPKRNymgtzwwWR8cpDmRWQr/?format=pdf). Acesso em: 5 mar. 2024.

GIACOMINI, G. **Consumidor versus propaganda**. 7. ed. ver. e atual. São Paulo: Summus, 2011.

GOLDNER, L. J. **Educação física e saúde: benefício da atividade física para a qualidade de vida**. 2013. 24 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Educação Física) — Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES, 2013. Disponível em: [https://cefd.ufes.br/sites/cefd.ufes.br/files/field/anexo/leonardo\\_goldner\\_-\\_educacao\\_fisica\\_e\\_saude\\_beneficio\\_da\\_atividade\\_fisica\\_para\\_a\\_qualidade\\_de\\_vida.pdf](https://cefd.ufes.br/sites/cefd.ufes.br/files/field/anexo/leonardo_goldner_-_educacao_fisica_e_saude_beneficio_da_atividade_fisica_para_a_qualidade_de_vida.pdf). Acesso em: 05 mar. 2024.

HATTORI, A. A. A influência da mídia e o papel do professor de Educação Física na construção da imagem corporal. **EFDeportes.com, Revista Digital**, Buenos Aires, v. 20, n. 213, fev. 2016. Disponível em: <https://www.efdeportes.com/efd213/a-influencia-da-midia-e-imagem-corporal.htm>. Acesso em: 5 mar. 2024.

JACOB, H. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. **Revista Comunicare Dossiê Feminismo**, São Paulo, v. 14, n. 1, 2014, p. 89-105. Disponível em: <https://vdocuments.com.br/redes-sociais-mulheres-e-corpo-um-estudo-da-linguagem-fitness-na-rede-social.html>. Acesso em: 5 mar. 2024.

JEZLER, P. W. **Os influenciadores digitais na sociedade de consumo: uma análise acerca da responsabilidade civil perante a publicidade ilícita**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) — Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017. Disponível em: [repositorio.ufba.br/bitstream/ri/25019/1/JEZLER%20Priscila%20W%C3%A2ndega%20-%20Influenciadores%20digitais.pdf](https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/25019/1/JEZLER%20Priscila%20W%C3%A2ndega%20-%20Influenciadores%20digitais.pdf). Acesso em: 5 mar. 2024.

LIRA, A. *et al.* Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **J Bras Psiquiatr.**, v. 66, n. 3, p. 164-71, 2017. DOI: [doi.org/10.1590/0047-2085000000166](https://doi.org/10.1590/0047-2085000000166). Disponível em: [www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/?format=pdf&lang=pt](https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/?format=pdf&lang=pt). Acesso em: 5 mar. 2024.

LOPES, M. S.; MENDES, R.; SOUSA, S. M. N. Ser mulher: Uma análise da imagem corporal entre adolescentes. **Revista Espacios**, v. 38, n. 29, p. 3, 2017. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n29/a17v38n29p03.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2024.

LUSTOSA, B. F.; SILVA, B. G. M. **A influência das redes sociais na prática de exercícios físicos e na autoimagem de estudantes universitários da área de saúde: uma revisão integrativa**. Orientador: Arilson Fernandes Mendonça de Sousa. 2020. 23f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Educação Física) — Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos, 2020.

MARCON, C. A.; SOUZA, A. A. F.; RABELLO, L. M. Atuação fisioterapêutica nas principais lesões musculares que acometem os jogadores de futebol de campo. **Revista Científica da Faculdade de Educação e Meio Ambiente**, [s. l.], v. 6, n. 1, p. 81-98, 2015. DOI: [10.31072/ref.v6i1.268](https://doi.org/10.31072/ref.v6i1.268). Disponível em: [revista.unifaema.edu.br/index.php/Revista-FAEMA/article/view/268](https://revista.unifaema.edu.br/index.php/Revista-FAEMA/article/view/268). Acesso em: 20 mar. 2024.

MARTINS, L. J. **O papel das mídias sociais na construção da identidade social do sujeito pós-moderno**. 2013. Monografia (Especialização em Desenvolvimento Web) — Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Londrina, 2015. Disponível em: <https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/20135>. Acesso em: 20 mar. 2024.

MORAIS, M. *et al.* Satisfação no trabalho de enfermeiros em um hospital universitário. **Revista de Enfermagem da UFSM**, [s. l.], v. 6, n. 1, p. 1-9, 2016. DOI: 10.5902/2179769217766. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reufsm/article/view/17766>. Acesso em: 20 mar. 2024.

PALMA, L. E. Concepções sobre o corpo e corpo para professores de Educação Física. **EF Deportes**, Buenos Aires, v. 13, n. 124, 2008. Disponível em: <https://www.efdeportes.com/efd124/concepcoes-sobre-corpo-e-corpo-deficiente-para-professores-de-educacao-fisica.htm>. Acesso em: 21 mar. 2024.

PEDROSA, O. P. *et al.* Utilização de suplementos nutricionais por praticantes de musculação em academias da cidade de Porto Velho – Rondônia. **Anais da Semana Educa**, v. 1, n. 1, 2010. Disponível em: [periodicos.unir.br/index.php/semanaeduca/article/view/151](http://periodicos.unir.br/index.php/semanaeduca/article/view/151). Acesso em: 21 mar. 2024.

PRADO, D. R.; CEZAR, T. C. M. Consumo de suplementos alimentares e o nível de conhecimento desses produtos por praticantes de musculação em academias na cidade de Cascavel - PR. **Fag Journal of Health (FJH)**, v. 1, n. 1, p. 203-211, 25 abr. 2019. DOI: [doi.org/10.35984/fjh.v1i1.20](https://doi.org/10.35984/fjh.v1i1.20). Disponível em: <https://fjh.fag.edu.br/index.php/fjh/article/view/20/20>. Acesso em: 20 mar. 2024.

ROCHA, E.; ALVES, L. M. O poder das mídias e redes sociais. **Fragments de Cultura**, Goiânia, v. 20, n. 3-4, p. 221-230, mar./abr. 2010. Disponível em: [seer.pucgoias.edu.br/index.php/fragmentos/article/view/1371/917](http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/fragmentos/article/view/1371/917). Acesso em: 20 mar. 2024.

SANTOS, M. S.; GONÇALVES, V. O. Uso das redes sociais, imagem corporal e influência da mídia em acadêmicos dos cursos de educação física. **Itinerarius Reflectionis**, Goiânia, v. 16, n. 3, p. 1-18, 2020. DOI: 10.5216/rir.v16i3.58815. Disponível em: <https://revistas.ufj.edu.br/rir/article/view/58815>. Acesso em: 21 mar. 2024.

SILVA, C. R. M.; TESSAROLO, F. M. Influenciadores digitais e as redes sociais enquanto plataformas de mídia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2016. p. 1-14.

SILVA, R. P. DE Q. C.; VARGAS, V. DOS S.; LOPES, W. C. Consumo de suplementos alimentares por praticantes de atividade física em academias. **RBNE - Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, v. 11, n. 65, p. 584-592, 8 set. 2017. Disponível em: <https://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/861/668>. Acesso em: 20 mar. 2024.

SOARES, A. J. G.; NETO, A. R. M.; FERREIRA, A. C. A pedagogia do esporte na educação física no contexto de uma escola eficaz. **Rev. Bras. Ciênc. Esporte**, Florianópolis, v. 35, n. 2, p. 297-310, abr./jun. 2013. DOI: [doi.org/10.1590/S0101-32892013000200004](https://doi.org/10.1590/S0101-32892013000200004). Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbce/a/3BJwr4vSvxHLJJW35JTQ4qD/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 mar. 2024.

TAVARES, M. C. G. C. F. *et al.* **Imagem corporal**: conceito e desenvolvimento. Barueri: Manole, 2010.

ULIANO, K. W.; SILVA, C. B. **Comparação do nível de satisfação da imagem corporal em diferentes modalidades de treinamento neuromuscular**. 2019. 15 f. Monografia (Graduação em Educação Física) — Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/664c2745-bb35-45d7-9507-fcdba86b0d28>. Acesso em: 21 mar. 2024.

VERMELHO, S. C. *et al.* Refletindo sobre as redes sociais digitais. **Educação & sociedade**, v. 35, n. 126, p. 306-338, 2014. DOI: [doi.org/10.1590/S0101-73302014000100011](https://doi.org/10.1590/S0101-73302014000100011). Disponível em: [www.redalyc.org/pdf/873/87330638011.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/873/87330638011.pdf). Acesso em: 20 mar. 2024.

ZAMAI, C. A. *et al.* Motivos de adesão, manutenção e resultados alcançados através da prática de atividades físicas em academias. **RESMA**, Três Lagoas, v. 3, n. 2, p. 13-22, ago./dez. 2016. Disponível em: [periodicos.ufms.br/index.php/sameamb/article/view/1901/pdf\\_9](http://periodicos.ufms.br/index.php/sameamb/article/view/1901/pdf_9). Acesso em: 20 mar. 2024.