

MÍDIAS SOCIAIS E A PRÁTICA DO EXERCÍCIO FÍSICO : A COMPREENSÃO DO PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA SOBRE A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NA PRÁTICA DO EXERCÍCIO FÍSICO

DOI: 10.48140/digitaleditora.2022.001.21

21

RESUMO

Objetivos: Compreender como ocorre a influência das mídias sociais na prática do exercício físico apontando o olhar do profissional de educação física sobre o uso desse instrumento.

Metodologia: A pesquisa é caracterizada por uma revisão bibliográfica de caráter exploratório e descritivo. A coleta de dados foi feita a partir de: artigos publicados, monografias, revistas referentes à área de estudo nos últimos dez anos. Foram incluídos artigos com idioma em português. Como critérios de exclusão foram excluídos artigos, monografias com mais de dez anos e em outros idiomas.

Resultados: De acordo os estudos realizados as mídias sociais podem prejudicar as pessoas em relação às informações falsas que são divulgadas, mas no entanto também podem ajudar as pessoas a sair do sedentarismo em busca de uma melhor qualidade de vida.

Considerações Finais: Na pesquisa pode-se notar que as mídias sociais de fato influenciam bastante os seus usuários e conclui-se que é indispensável a presença de profissionais de educação física dentro das redes sociais para que as pessoas possam se conscientizar a respeito da prática de exercícios físicos orientados por uma pessoa qualificada.

Carlos Antônio Venâncio Júnior

Graduando em Educação Física pela universidade Paulista- UNIP
Teresina – Piauí

 <https://orcid.org/0000-0002-4890-9235>

Deiciane Medeiros da Silva

Graduanda em Educação Física pela universidade Paulista- UNIP
Teresina – Piauí

 <https://orcid.org/0000-0002-3379-9395>

José Alex da Silva Dutra

Graduando em Educação Física pela universidade Paulista- UNIP
Teresina – Piauí

 <https://orcid.org/0000-0002-6661-9434>

Márcia Soares Dantas Pacheco

Graduanda em Educação Física pela universidade Paulista- UNIP
Teresina – Piauí

 <https://orcid.org/0000-0002-9225-8951>

Yago Borges Pierot

Graduando em Educação Física pela universidade Paulista- UNIP
Teresina – Piauí

 <https://orcid.org/0000-0002-0106-9857>

Ana Marina Pacheco Probo

Profissional de Educação Física, mestre e Professora da universidade Paulista – UNIP- Ensino Superior do Piauí
Teresina – Piauí

 <https://orcid.org/0000-0002-7471-8731>

PALAVRAS-CHAVES: Mídias Sociais; Exercícios Físicos; Profissionais de Educação Física; Redes Sociais.

SOCIAL MEDIA AND PHYSICAL EXERCISE PRACTICE: THE COMPREHENSION OF PHYSICAL EDUCATION PROFESSIONALS ABOUT THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON PHYSICAL EXERCISE PRACTICE

DOI: 10.48140/digitaleditora.2022.001.21

21

ABSTRACT

Objectives: Comprise how the influence of social media occurs in the practice of physical exercise, pointing out the physical education professional's view on the use of that instrument.

Methodology: The research is characterized by a review bibliographic of exploratory and descriptive character. Data collection was performed from: published articles, monographs, journals referring to the study area in the last ten years. Articles in Portuguese were included. As exclusion criteria, articles, monographs older than ten years and in other languages were excluded.

Results: According to studies carried out, social media can harm people in relation to the false information that is disseminated, however, it can also help people to get out of a sedentary lifestyle in search of a better quality of life.

Final Considerations: In the survey, it can be noted that social media do in fact greatly influence its users and it is concluded that the presence of physical education professionals within social networks is essential so that people can become aware of the practice of physical exercises guided by a qualified person.

Recebido em: 24/01/2022
 Aprovado em: 15/09/2022
 Conflito de Interesse: não houve
 Suporte Financeiro: não houve

KEYWORD: Social Media, Physical Exercises, Physical Education Professionals, Social Networks.



INTRODUÇÃO

De acordo com Antunes (2014) para o termo "Mídias Sociais" não existe um conceito que seja abraçado por todos, pois se encontra em constante mudança. Dessa forma, é importante estar atento a todas as mudanças que vem acontecendo, já que plataformas, como o Instagram e o YouTube, possuem muita influência na sociedade atual.

A influência que ocorre pela sociedade midiática em busca de um corpo perfeito, conforme Guzzo Junior (apud Queiroz, 2018, p.19), preza exclusivamente pela aparência corporal do indivíduo, e tem motivado cada vez mais a busca de um corpo ideal. Essa busca não leva em conta as consequências que ocorrem devido a uma aceitação criada por uma sociedade capitalista e egocêntrica.

Assim, devem ser observados vários aspectos quando se trata do uso das mídias sociais na prática de exercícios físicos. Como são passadas essas informações, de que forma isso acontece, os usuários que seguem influenciadores estariam valorizando a estética ao invés do conhecimento de um profissional de Educação Física. É correto transmitir informações que podem acarretar sérios problemas a outros sem a devida qualificação profissional. (GUZZO JÚNIOR, 2018)

É nesse momento que os impactos provocados pelo uso autorizado da imagem em mídias sociais devem ser avaliados. Pois através dessas plataformas surgem diversas informações, como dietas, procedimentos estéticos invasivos, redução de medidas, treinos, que formam uma urgência naqueles usuários. Urgência essa que os convencem de consumir, mudar hábitos rapidamente, para seguir o exemplo de seus blogueiros favoritos através das grandes publicidades. (GUZZO JÚNIOR, 2018).

Os *influences*, como são conhecidos os blogueiros atualmente, acabam orientando a população de forma errônea, já que não possuem formação para isso. E as mídias sociais contribuem de forma direta e indireta nesse quesito, já que a sua popularização e facilidade na busca do mais fácil e rápido, faz com que cada vez mais pessoas pratiquem atividade física não orientada por alguém habilitado. O lado negativo é a falta de individualização do treino, onde cada corpo reage de forma diferente a um mesmo estímulo. (GUZZO JÚNIOR, 2018).

Uma pessoa que busca estar apenas dentro do peso ideal, satisfazer sua autoimagem através da atividade física dependerá de 50% de genética e 50% de dedicação, fato que raramente é esclarecido pelos meios de comunicação (MALDONADO, 2006, p. 66).

Segundo Santos (2019, p. 21) as mídias sociais constituem uma corporação, um poder que invade, penetra e interfere na formação da opinião das pessoas através de meios digitais. Fixa ideologias

como forma de traduzir as necessidades das pessoas, e opera para produzir a ordem do consumo dos conteúdos publicados nas redes sociais.

O presente estudo, surge com a necessidade de destacar o papel das mídias sociais dentro das práticas do exercício físico, bem como entender o olhar dos profissionais de educação física acerca dos reflexos na vida dos sujeitos por meio de uma análise bibliográfica. Assim, a importância da realização de estudos em torno dessa temática, está em sensibilizar e trazer para a sociedade a importância acerca da utilização correta das mídias sociais bem como a busca de profissionais qualificados na orientação da prática do exercício físico.

METODOLOGIA

Essa pesquisa é uma revisão de estudos de caráter exploratório e descritivo, com buscas na literatura e dados eletrônicos. A coleta de dados foi feita a partir de: artigos publicados, monografias, revistas referentes a área de estudo publicados nas últimas dez anos. Foram incluídos os artigos que estiverem de acordo com o tema e com o idioma em Português. Como critérios de exclusão foram excluídos artigos, monografias com mais de dez anos e com outros idiomas. A busca dos estudos acontecerá a partir dos seguintes descritores: mídias sociais, exercícios físicos e profissionais de Educação física. A base de dados eletrônicos utilizada foi Literatura Latino Americana e do Caribe em ciências da saúde (LILACS) e Scientific Electronic Library Online (SCIELO). Trata-se de uma pesquisa que foi conduzida com o objetivo de compreender como ocorre a influência das mídias na prática do exercício físico apontando o olhar do profissional de educação física sobre o uso desse instrumento. Foram utilizados dados devidamente referenciados, identificando e respeitando seus autores, observando a propriedade intelectual no que diz respeito ao uso do conteúdo e de citações das obras consultadas.

RESULTADOS

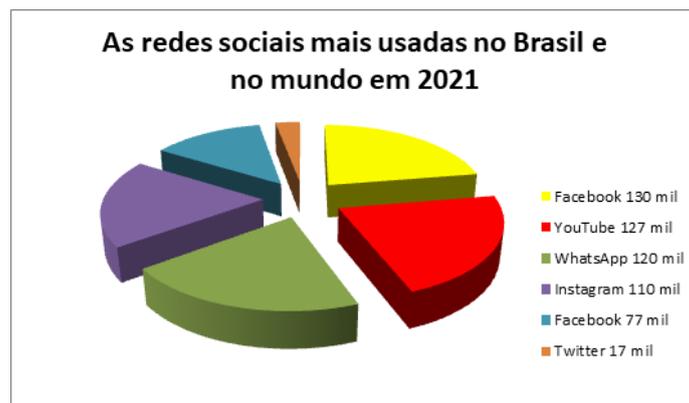
Foram selecionados 15 artigos para estudo. A tabela abaixo apresenta o resultado de alguns desses artigos.

Quadro 1 - Referente a descrição do autor, objetivo e principais achados dos mesmos. Teresina, 2021.

AUTOR/ ANO	OBJETIVO DE ESTUDO	RESULTADOS
BARBOSA, Matos e Costa, 2018	Destacar alguns aspectos sociais e culturais, que contribuíram para a construção do corpo na sociedade, a forma como ele têm sido representado.	O corpo remete a questão da cultura, através de elementos sociais, psicológicos, culturais e religiosos. Está dentro da vida cotidiana. As pessoas aprendem a avaliar os seus corpos através da interação com outras pessoas. Assim sua imagem corporal é desenvolvida e reavaliada continuamente durante a vida inteira.
CASTRO, A. I., 2017	Analisar o culto ao corpo como forte tendência de comportamento e os estilos de vida construídos pelo consumo na sociedade.	O culto ao corpo demonstra a construção de um estilo de vida comum dentro de escolhas existentes no mundo. As pessoas constroem identidades e compartilham hábitos, gostos e preferências culturais.
CONTI, Bertolin e Peres, 2008	Verificar a percepção das pessoas quanto a relação entre a mídia e o corpo.	As mídias sociais possuem uma relação negativa com o corpo devido sua influência em relação ao corpo ideal.

<p>GUZZO, Júnior, 2018</p>	<p>Saber a opinião dos profissionais de educação física, sobre o uso das mídias sociais por pessoas não graduadas na área e discutir sobre os fatores que influenciam o praticante de exercício físico a seguir orientações de blogueiros, bem como buscar informações de fontes não confiáveis para a prática.</p>	<p>As mídias sociais podem atuar como uma espécie de controle social, que liberam informações que muitas vezes alcançam pessoas leigas, que se deixam influenciar pelos conteúdos que são publicados como fins lucrativos, não se preocupando com que cada ser humano lê diariamente, observa cada postagem e acredita que está apto a ser daquele jeito.</p>
<p>LESSA, Patrícia, 2015</p>	<p>Verificar como a imagem feminina vem sendo construída pela sociedade</p>	<p>Observou-se que na mídia a veiculação dos corpos ideais por meio das redes sociais, especialmente no Instagram, Twitter e o Facebook vem crescendo cada vez mais. Através dessa exposição diária por meio de fotos e vídeos, com o objetivo de induzir o público a adotarem a ideia de padrão corporal ideal, possuindo como base, muitas vezes, informações falsas e manipuladoras</p>

As mídias sociais exercem grande influência sobre o corpo de diversas formas e atualmente tem ganhado um grande destaque, sobretudo com o advento da internet. As pessoas são muito influenciadas por aquilo que veem nas redes, pelo que é postado pelos artistas e pessoas influentes. Os números que apresentamos abaixo são retirados do relatório de julho de 2021 produzido em parceria por We Are Social e Hootsuite



<https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>

DISCUSSÃO

OLHANDO PARA O CORPO

Olhar para sua estrutura corporal, é reviver toda a sua história, nosso corpo carrega todas as transformações culturais e históricas vivenciadas pela sociedade ou grupos, gerando especificidades que acarretam em padrões (BARBOSA, MATOS E COSTA, 2011). Esses padrões ligados diretamente à beleza modelam as ações dos sujeitos, acarretando a sua forma de agir para que possam alcançar tal objetivo e ser aceito pela sociedade.

Vivemos nos dias atuais as modificações ocorridas quanto a saúde, beleza, novo estilo de viver e essas transformações são expressadas através do corpo, carregando os efeitos desse movimento (BARBOSA, MATOS E COSTA, 2011).

Se tratando de corporeidade, Vargas (2014) fala que “que o corpo humano é considerado fator crucial para a sociedade desde a antiguidade, seja em sua utilização como instrumento de trabalho e comunicação até os cuidados estéticos na busca incansável pela beleza ideal”.

A imagem do nosso corpo, deve ser o reflexo mental, formado individualmente por cada sujeito vivenciando ações socioculturais, físicas e psíquicas. Ao longo dos anos a imagem do corpo vem sofrendo modificações, com uma compreensão vista de forma impossível que vem através do contato entre o círculo de convivência e sua vasta forma de socialização. Dessa forma, o corpo é a expressão do sujeito no seu interior como um todo.

Assim conclui-se que:

Ao longo da história, foi sempre evidente a importância decisiva da cultura enquanto reguladora do comportamento humano. Com efeito, dado que o indivíduo é socializado no seio de uma cultura determinada, é inevitável e perfeitamente compreensível que o mesmo partilhe e interiorize um conjunto de atitudes, crenças, valores e comportamentos, que são transmitidos de geração em geração e comuns a todos os indivíduos dessa sociedade (cultura). Conseqüentemente, o indivíduo molda as suas ações em função daquilo que é “normal” e aceitável no seu meio social, na procura incessante de preencher os requisitos exigidos pela cultura à qual pertence (ALVES et al., 2009, p. 2).

Para o autor, cada cultura cria uma estampa para o corpo modelo. Se o modelo apresentado à sociedade é um tipo magro, isso influencia diversas pessoas a procurarem esse biotipo, e conseqüentemente excluindo aqueles que não apresentarem a imagem corporal apresentada.

Dessa forma, o corpo deve ser visto de forma subjetiva, única, carregando a sua história, cultura e todos os fatores que trouxeram tais mudanças causando distinções no padrão do corpo idealizado pela sociedade (ALVES, et al., 2009).

Conti, Bertolin e Peres (2008) afirmam que as exigências da juventude, beleza e longevidade, especialmente nas diferentes áreas de comunicação, sobretudo nos espaços dos diferentes meios de comunicação, tratam os sujeitos como instrumentos de tortura através de corpos ofertados como exemplos de beleza. Assim, o poder da mídia é um importante meio de interação com outros sujeitos, em relação a produção de recursos superiores e interpretação do mundo.

Para Conti, Bertolin e Peres (2008) a mídia tem um poder de exercer poder sobre os sujeitos os influenciando, direta ou indiretamente, no desenvolvimento corporal ao longo dos anos. Nosso corpo sofre recorrentes modificações influenciadas pelo meio em que está inserido, pelas mais variadas formas de mídia, gerando inúmeras modificações na sociedade como um todo.

ESTÉTICA, SAÚDE E EXERCÍCIO FÍSICO EM TEMPOS ATUAIS.

De acordo com os conceitos trazidos pelas mídias à sociedade, o que se compreende é que a cada dia a proposta para se ter uma melhor qualidade de vida, é necessário estar em forma e, de acordo com essa lógica, um corpo esbelto mostra comprovadamente uma boa saúde (ALVES et al, 2009).

Ao inserir-se na sociedade, o sujeito deve estar seguindo o modelo atual quanto ao corpo perfeito, estamos em um momento onde a valorização extrema do corpo é o que importa, estando acima da saúde mental e equilíbrio emocional, dando maior ênfase apenas na parte externa do indivíduo (ALVES et al, 2009).

O corpo-imagem que você apresenta ao espelho da sociedade vai determinar sua felicidade não só por despertar o desejo ou o amor de alguém, mas por construir o objeto privilegiado do seu amor-próprio: a tão propalada autoestima da qual depende a aceitação e a inclusão social (KOWALSKI; FERREIRA, 2007, p. 94).

Destaca-se ainda que a estética pode ser melhorada com procedimentos cirúrgicos, dietas ou atividades físicas, e assim, o sujeito alcança a satisfação pessoal. Mas o que essa nova cultura de fato traz é a proposta aparentemente descomprometida, expressando algo que está longe de serem palavras diretas ou lineares. Desta forma Barbosa; Matos; Costa (2018, p. 54) aponta é que a falta de compreensão dos significados das temáticas sobre saúde e estética é algo recorrente nos discursos da revista capricho:

Tahara (2016) destaca que na realidade o que aparenta ter significado são as formas do corpo que caracteristicamente são indicados e desejados a todos os corpos femininos. As mais variadas formas de divulgação utilizadas pelas mídias em nome dos cuidados corporais podem ser observadas nesse contexto, logicamente, pelo fato que os meios de comunicação em massa interferem na construção das representações sociais.

Atualmente as relações com o corpo são amplamente influenciadas por diversos fatores socioculturais. Estes fatores conduzem homens e mulheres a apresentarem um conjunto de preocupações e insatisfações com a imagem corporal, influenciando diretamente a busca pela melhor aparência física. (BLOWERS, 2003; POPE, 2003; SILVA, 1999 *Apud* DAMACENO, 2006).

Compreender a imagem passada pelo corpo demonstra que não é uma questão simples fazer essa definição, contendo uma maior dimensão se levada em conta a individualidade que cada sujeito carrega com si (GUZZO JÚNIOR, 2018).

MÍDIAS SOCIAIS E EXERCÍCIO FÍSICO: O OLHAR DO PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA.

É notável que com o crescente aumento das mídias sociais, uma parcela notável da população saiu do sedentarismo em busca de uma melhor condição de vida, levando ao profissional da Educação Física a ter contato com indivíduos que não possuíam essa prática em sua rotina, fazendo modificações na sociedade (GUZZO JUNIOR, 2018).

A educação física é um campo de conhecimento humano que possui requisitos profissionais e acadêmicos. Ao observarmos o decorrer histórico pode-se citar algumas questões sobre o vasto âmbito de atuação desse profissional (PALMA, 2017)

Alguns fatores têm contribuído para a ampliação das possibilidades de atuação profissional do bacharel, tais como o campo das atividades físicas adaptadas, os megaeventos esportivos, os novos espaços de lazer e, sobretudo, a dimensão tomada pela temática da saúde frente ao estilo de vida sedentário que se tem assumido nos últimos tempos e a exaltação da estética corporal e do culto ao corpo, amplamente divulgados pela mídia (IRIART, CHAVES; ORLEANS, 2009; SOUZA et al., 2013).

O profissional de Educação Física trabalha a evolução física do sujeito através de exercícios individuais para desenvolver cada parte do corpo, atua também na reeducação do condicionamento físico em pessoas das mais variadas faixas etárias e contribui para uma maior evolução dos atletas. É uma área que pesquisa o movimento humano, movimento esse podendo ser entendido de diferentes maneiras, dentre elas, movimento cultural e biomecânica (PALMA, 2017). Sant'anna (2005) diz que o corpo reina e padece em toda parte. Esse pensamento se interliga com a realidade vivida pelo profissional da educação física. O objetivo atual da sociedade quanto ao corpo, não está em busca de

um corpo saudável, repleto de cuidados que visam uma melhora na mudança de hábitos, mas sim, objetiva um corpo que seja aceito pela sociedade. Um belo corpo se tornou mais desejado até mesmo do que ter um corpo saudável, comprometendo em grande parte a saúde em prol da beleza.

Diante de tamanho aumento nos recursos de embelezamento, o profissional acaba de mãos atadas, pois, as indústrias midiáticas visando apenas o lucro, vem se alimentando constantemente da baixa autoestima e insegurança dos sujeitos (JATOBÁ VITOR, 2015).

Palma (2017) ainda destaca que as pessoas buscam um profissional de educação física com o objetivo de possuírem baixo percentual de gordura corporal, melhor qualidade de vida no aspecto de saúde e mobilidade e estabelecerem com um perfil de vida saudável.

Silva (2013, p. 12) fala que uma estratégia que pode ser adotada pelo profissional de Educação Física para amenizar os impactos dessa influência das mídias sobre os padrões corporais da sociedade, está relacionado com a ideia no trabalho de orientação permanente à comunidade, evidenciando e enfatizando sobre a importância de a prática de exercícios físicos serem orientados e supervisionadas por um profissional da área e os benefícios reais dessa intervenção.

Observa-se que na mídia a veiculação dos corpos ideais por meio das redes sociais, especialmente no Instagram, Twitter e o Facebook vem crescendo cada vez mais. Através dessa exposição diária por meio de fotos e vídeos, com o objetivo de induzir o público a adotarem a ideia de padrão corporal ideal, possuindo como base, muitas vezes, informações falsas e manipuladoras (LESSA, 2015).

De acordo com Rocha; Alves; Palma (2013), infelizmente essas estratégias falsas e manipuladoras, vem ganhando grande influência sobre os padrões de beleza do corpo dito como o ideal perante a sociedade. Pessoas, com menos recursos de informações básicas, acabam sendo induzidos pela proposta das divulgações e passam a possuir produtos e serviços que são oferecidos, e, ainda, espalha como verdade inabalável.

Em contrapartida a essa forma que a mídia utiliza para induzir as pessoas a cada dia possuir um corpo ideal, é que ocorre o desrespeito ao campo da educação física e seus profissionais, em decorrência da falsa divulgação desses tais produtos e serviços serem feitos por indivíduo sem formação superior na área e desprovidos de conhecimentos apropriados no âmbito da orientação e prescrição de exercícios físicos. (SILVA, 2013).

O desejo dos indivíduos é algo quase impossível de se conquistar, a todo momento estão em buscas de transformações fisiológicas que sejam conquistadas de forma rápida, e as que não conseguem o objetivo esperado, acabam por culpar o profissional de educação física levantando questionamentos de incerteza quantos aos benefícios que esse profissional pode trazer. (SILVA, 2013).

Desta forma, é necessário a construção de um marco regulatório por parte dos órgãos competentes no que diz respeito a divulgação de informações falsas e manipuladoras por parte das mídias sociais, os quais vendem produtos e serviços rotulados como fórmula mágica e que estimulam as pessoas adquirirem os mesmos sem passar por nenhum estudo de validade científica e de real eficácia, visando apenas lucros das estratégias de divulgação (SILVA, 2013).



CONCLUSÃO

De acordo com a pesquisa pode-se notar que as mídias sociais influenciam bastante os usuários que os utilizam, pois tem o poder de convencer as pessoas.

As reflexões feitas ao longo dessa pesquisa mostraram o quão importante é o uso da internet e das mídias sociais de forma positiva para ajudar as pessoas a saírem do sedentarismo; mas também mostrou o quão é necessário que os profissionais de Educação Física estejam fazendo parte das mídias sociais. Pois assim as pessoas se conscientizarão da importância da orientação correta dos exercícios.

Esse estudo trouxe uma reflexão sobre a busca excessiva pelo “corpo perfeito”, mais conhecido como “corpo ideal”, no qual as mídias sociais mostram diariamente exemplos de pessoas famosas, bonitas e muito satisfeitas com os seus corpos, mas que nem sempre retratam a realidade.

Essa realidade pode ocasionar prejuízos à saúde tanto física como mental, pois gera uma busca desenfreada pelo “corpo ideal”. Esse corpo exposto nas redes sociais se torna desejado por muitos e faz com que os usuários não meçam esforços para seguir o mesmo caminho e acabam recorrendo à informações não confiáveis.

Portanto é necessário que os profissionais de educação física busquem estratégias para amenizar a influência midiática que ocorrem de formas negativas na vida das pessoas. As mídias sociais devem ser usadas para a propagação de informações que devem ser transmitidas de forma clara, eficiente e embasadas teoricamente para não colocar em risco a saúde das pessoas.

Tendo em vista que tal pesquisa foi de caráter exploratório parece ser interessante estudos que se aprofundem no tema, com o intuito de identificar se as pessoas realmente se sentem influenciadas pelas mídias sociais em relação a prática do exercício físico.

REFERÊNCIAS

- ALVES, M. P.; ALVES, S.; MOTA, A.; LEIRÓS, V. Cultura e imagem corporal. Ed. 5, p. 1-20, 2009.
- ANTUNES, M. N; SILVA, Cícera Henrique da; GUIMARÃES, Maria Cristina Soares; RABAÇO, Marcelo Henrique Leoni. Monitoramento de informação em mídias: o e-Monitor dengue. TransInformação, Campinas, 26(1):9-18, jan/abr., 2014.
- BARBOSA, M. R.; MATOS, P. M.; COSTA, M.E. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. Psicologia e sociedade, p. 23-24, 2018.
- BOSSLE, C. B. O personal trainer e o cuidado de si: uma perspectiva de mediação profissional. Revista Movimento, v 14, n. 01, p. 187-198, 2008.
- CASTRO, A. L. Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo. São Paulo: Annablumes, 2017.
- CONTI; B.; BERTOLIN, M.; PERES, S. A mídia e o corpo: o que o jovem tem a dizer? 2008.
- GUZZO J. Carlos Cristiano; LINDOSO MENDES, Jessiane; COSTA PAES, Ludmila da. Mídias Sociais: Um Olhar do Educador Físico Sobre o Uso Desse Instrumento na Prática de Exercício Físico Orientado por Pessoas Sem Qualificação na Área (Social Medias: A View of the Physical Educator About the Use of This Tool on the Physical Exercise Practice Guided by People Without Qualification on the Area). PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review, v. 7, n. 3, p. 415-428, 2018.
- JATOBÁ, V. Relações entre mídia e Educação Física: a busca do corpo perfeito. Revista Digital-Buenos Aires, v. 14. LESSA, P. Mulheres a venda: uma leitura do discurso publicitário nos outdoors. Londrina: Eduel, 2015.
- KOWALSKI, M.; FERREIRA, M. B. R. Estética, corpo e cultura. revista da Faculdade de Educação Física da UNICAMP, Campinas, v. 5, n. 2, p. 89-112, jul./dez. 2000.
- MALDONADO, G. R. A educação física e o adolescente: a imagem corporal e a estética da transformação na mídia impressa. Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte, São Paulo, 5(1):59-76, 2006.
- PALMA, L.E.; MEURER, S.T. concepções sobre o corpo e corpo para professores de educação física. Revista Buenos Aires, Ano 13, n. 124, 2015.
- ROCHA, A.M; ALVES, D.A.; PALMA, G.H. O poder das mídias e redes sociais. Fragmentos de cultura. Goiânia. V. 20. N. 3/4, 2013.
- SILVA, F.M. Recomendações sobre condutas e procedimentos do profissional de educação física. Rio de Janeiro: CONFEF, 2010. 48p. Disponível em: www.scielo.com.br Acesso em 01 de junho de 2021.
- SANTOS, S. M de Barros et al. O discurso sobre o corpo feminino como fetiche de consumo na atualidade. 2019.
- TAHARA, M. Contato imediato com a mídia. São Paulo: Global, 2016.
- VARGAS, E. A influência da mídia na construção da imagem corporal. Revista Brasileira Nutrição Clínica; ed. 29, p. 73-75, 2014.