

**Culto ao corpo e a influencia da mídia junto aos praticantes de atividade física em academia.**

**Alunos do curso de Bacharelado em Educação Fisica, do Instituto Luterano de ensino superior de Itumbiara, GO.**

Genivan Ferreira Pereira

Mateus Vieira Duarte

Rêicella Diniz Rocha

Thiago Freitas Rodrigues

**RESUMO**

A presente pesquisa pautou-se em abordar a temática referente ao Culto ao corpo e a influencia da mídia junto aos praticantes de atividade física em academia. Para tal,este estudo levanta a seguinte problemática: De que maneira a mídia influenciam os praticantes de atividade física em academias a se preocuparem com o culto ao corpo. A pesquisa de caráter bibliográfico tendo como instrumentos de coleta de dados artigos científicos, livros, teses e dissertações. Que esta pesquisa forneça informações sobre oculto ao corpo e a influencia da mídia na ação do profissional na ação do profissional de educação física. Podendo assim fornecer mais informações sobre este assunto.

Palavras-Chaves:Culto ao corpo. Mídia e Atividade física.

**Introdução**

(AMARAL, 2008) Conceitua culto ao corpo como uma relevância significativa que a modernidade se refere a sociedade. E cada vez mais complexa a definição sobre o culto ao corpo, podemos entender este fenômeno não e só apenas as dietas exageradas e exercícios físicos. De acordo com o autor supracitado, a mídia exerce uma influência muito grande sobre as pessoas, fazendo com que as mesmas busquem todos os recursos necessários para não se tornarem “gordas”, já que para muitos esta terminologia é considerada como sinônimo de doença e desmazelo.

**Desemvolvimento**

Culto ao Corpo, que de acordo com Diniz (2015, s/p)é definido como: “onde os indivíduos experimentam uma crescente preocupação com a imagem e a estética”.  A principal prova dessa afirmação está nas incontáveis linhas de cosméticos, academias, centros de estética e de cirurgia plástica, além de revistas sobre beleza e boa forma que prometem dietas milagrosas.

A história do culto ao corpo segundo Berger (2007), deu-se partir de 1980 nos Estados Unidos da América (EUA) onde ocorreu um grande desenvolvimento do mercado do corpo magro e musculoso. Ainda o mesmo autor relata que, foi apenas por volta do ano de 1990 que o fenômeno de cultuar o corpo explodiu no Brasil.

A mídia é uma expressão usada para designar os principais veículos de um determinado sistema de comunicação social, considerando os setores tradicionais - Emissoras de Rádio e TVs, Jornais, Revistas e agora a Internet, a grande mídia internacional(SFB,2015 s/p).

Knoop (2008, p. 1) enfatiza que “a mídia influencia em massa na construção de estereótipos e padrões estéticos e seus impactos sobre a auto-percepção, a auto-estima e a idealização do corpo na sociedade brasileira”.l

Assaritti(2011, p.2) relata que, cabe ao professor de Educação Física manter-se atento a fatores externos que possam exercer influência em seus alunos e consequentemente nas suas aulas. Uma dessas influências pode ser representada pelo fenômeno do culto ao corpo,uma tendência contemporânea associada aos meios de comunicação que se caracteriza pela disseminação de um modelo físico considerado como exemplo de corpo belo e saudável.

Cruz (2008, p.2) adverte que cuidar do corpo é de extrema importância, querer um corpo magro e belo também é salutar, mas os limites que se tem ultrapassado para a conquista deste corpo é que devem ser avaliados e discutidos. Exageros têm sido vistos e isso é o que deve ser criticado.

**Metodologia**

Para a realização da presente pesquisa, escolheu-se o tipo bibliográfico, devido à acessibilidade ao material a ser pesquisado. Inicialmente foram feitas várias buscas em artigos, livros, revistas científicas na internet, assim como também em uma biblioteca de uma instituição privada de Ensino Superior da cidade de Itumbiara-Go. Foram feitos levantamentos bibliográficos em relação à temática escolhida, por intermédio de palavras-chave, procurando facilitar a busca e esclarecer sobre o assunto abordado. Para a realização desta pesquisa foram usados artigos científicos, trabalhos de conclusão de curso, livros e sites.

Traina; Traina jr (2009), afirmam que, primeiramente, uma revisão bibliográfica dever ser fundamentada em livros, textos e artigos pautados ao tema de maneira que engrandeça a melhor forma possível de averiguar o problema. A partir do momento que se quer fazer uma investigação, é imprescindível ler o que há de mais atual sobre o assunto. Para localizar artigos atuais relacionados ao tema, é necessário fazer uma pesquisa por fontes secundárias, que são publicações com informações bibliográficas de artigos, por assunto, palavras-chave, autores, revistas.

Knoop (2008) e Araujo (2014), expõe que a mídia influencia os praticantes de academias a cultuarem o corpo, pois os mesmos veem os artistas, assistentes de palco dos programas e fotos em revistas exibindo corpos esculturais, e com isso os indivíduos tanto homem quanto mulheres acabam se influenciando e procuram assim obter o corpo chamado “perfeito” idêntico aos expostos pela mídia.

Já Santaella (2008) apud Cassimiro, Galdino e Camargo (2015) afirmam que a mídia pode influenciar as pessoas através do marketing, pois sempre falam sobre novidades seja ela do mundo estético, um exercício novo ou dietas milagrosas.

Ainda em relação a este tema, Assis et. al (2010), consideram que a mídia expõe aos indivíduos sejam eles praticantes ou não de academias ou outra atividade física a buscarem a necessidade a qualquer custo acabar com o excesso de gordura.

No que se refere ao objetivo especifico que é identificar quais os tipos de mídia que mais influenciam os praticantes de atividade física em academia, apenas Knoop (2008) afirma que a mídia que mais influencia é a televisiva, principalmente no Brasil.

No que se refere em averiguar quais os tipos de atividade mais atraem os praticantes de atividade física em academia a cultuarem o corpo, Amaral et.al. (2008) enfatizam que a musculação é o tipo que mais atrai os praticantes de academia. Os demais autores utilizados no trabalho falam das academias de uma forma geral não especifica uma atividade física de uma forma em geral.

**Considerações finais**

Podemos concluir neste trabalho que a mídia tem uma grande influência junto às aos praticantes de atividades física em academias, a que mais mídias que influenciam os indivíduos que praticam algum tipo de atividades físicas em academias; é a televisiva, pois os buscam e desejam corpos como os dos artistas da Tv. E não e só a mídia televisiva que influencia alguns autores relatam que o marketing, através das novidades seja ela estética, dietas e ate mesmo alguns exercício novo; com isso os praticantes de atividades físicas buscas de qualquer forma acabar com o excesso de gordura seja eles homem ou mulheres.

No entanto dias atuais podemos verificar que existem vários tipos de mídia, seja ela impressa, por meios de internet, televisiva, e outras mais, onde cada uma delas tem o poder de influenciar de uma forma ou de outra. O tipo mais atrás as pessoas que praticam atividades físicas em academias e a musculação no entanto deve ser orientada por um profissional que esteja estudando ou já formado para orientá-lo. Os motivos que os praticantes de academias, buscam são para ter o corpo perfeito, não se preocupam com a saúde e sim com a estética.

**Referencias bibliográficas**

AMARAL, Marcela. O Fenômeno do Culto ao Corpo Moderno e a Magreza como Símbolo de Beleza: estudo sobre o movimento “Pró-Ana” no Brasil. Brasília, 2008.

ARAUJO,Jessica. O corpo estético na sociedade: a influência da propaganda e da mídia.Pará.2014.

ASSIS, Monique ; BAGRICHEVSKY, Marcos ; LACERDA , Yara; et.al. Culto ao corpo e exposição de produtos na mídia especializada em estética e saúde. Porto alegre .2010.

ASSARITTI, Dolores Setuval; DAOLIO, Jocimar. A intervenção do professor de educação física junto a aluno do ensino médio sobre o fenômeno do culto ao corpo. São Paulo. 2011.

BERGER, Mirela. Mídia e espetáculo no culto ao corpo: o corpo miragem. In: SINAIS - Revista Eletrônica - Ciências Sociais. Vitória: CCHN, UFES, Edição n.02, v.1, Outubro. 2007.

CAMARGO, Orson. Mídia e o culto à beleza do corpo; Brasil Escola. Disponível em <http://www.brasilescola.com/sociologia/a-influencia-midia-sobre-os-padroes-beleza.htm>. Acesso em 01 de Setembro de 2015.

CASSIMIRO, Erica Silva; GALDINO, Francisco Flavio. As concepções de corpo construídas ao longo da historia ocidental: Da Grécia antiga á contemporaneidade. São João del-Rei/MG, n.14, 2012

DANTAS,Jurrema.Um ensaio ao culto ao corpo na contemporaneidade.Rio de janeiro.Brasil2011.

DINIZ, Janguiê; O culto ao corpo perfeito. Disponível em: http://www.leiaja.com/. Acesso em: 04/07/2015 ás 08:13.

KNOOP, Glauco da Costa. A influencia da mídia e da industria da beleza na cultura de corpolatria e na moral da aparência na sociedade contemporânea. Salvador: Bahia. 2008.

SEM autor. Evef agencia web. Disponível em: http://www.evef.com.br/. Acesso em: 22/ 08/2015 ás 10:45.

\_\_\_\_\_\_\_\_.Sociedade federativa brasileira. Disponível em :http://sfb-br.org/sfb.htm. Acesso em: 22/08/2015 ás 09:20.

TRINCA, Tatiane Pacanaro ; O corpo – imagem na “ cultura do consumo “ uma analise histórico social sobre a supremacia da aparência no capitalismo avançado. Marilia,2008.

TRAINA, Agma Juci Machado, TRAINA JR, Caetano. Como fazer pesquisa bibliográfica. São Carlos, 2009.