



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS GUARABIRA
CENTRO DE HUMANIDADES
CURSO DE LICENCIATURA EM HISTÓRIA**

PATRÍCIA ALVES DOS SANTOS

**A MÍDIA, AS ACADEMIAS DE GINÁSTICA E O CULTO AO
CORPO FEMININO**

**GUARABIRA
2014**

PATRÍCIA ALVES DOS SANTOS

**A MÍDIA, AS ACADEMIAS DE GINÁSTICA E O CULTO AO
CORPO FEMININO**

Artigo de Conclusão de Curso
apresentado ao Programa de Graduação
em Licenciatura em História da
Universidade Estadual da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
Licenciado em História

Orientadora: Prof.^ª Dr.^ª Edna Maria
Nóbrega Araújo.

**GUARABIRA
2014**

S237m Santos, Patrícia Alves dos.

A mídia, as academias de ginástica e o culto ao corpo feminino [manuscrito] : / Patrícia Alves dos Santos. – 2014.
22 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História) –
Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Humanidades, 2014.
“Orientação: Edna Maria Nóbrega Araújo, Departamento de
História”.

1. Mídia. 2. Atividade Física. 3. Corpo. 4. Beleza. I. Título.
21. ed. CDD 981

PATRÍCIA ALVES DOS SANTOS

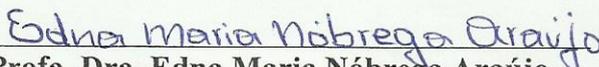
**A MÍDIA, AS ACADEMIAS DE GINÁSTICA E O CULTO AO
CORPO FEMININO**

Artigo apresentado como trabalho de
Conclusão de Curso a Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito
necessário à obtenção do título de
Licenciado em História.

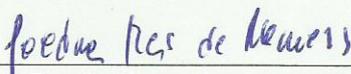
Área de concentração: História cultural

Aprovada em: 25/11/2014.

BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Edna Maria Nóbrega Araújo
Universidade Estadual da Paraíba
Orientadora



Profa. Dra. Joedna Meneses
Universidade Estadual da Paraíba
Examinadora



Profa. Dra. Susel de Oliveira Rosa
Universidade Estadual da Paraíba
Examinadora

A Deus, meus pais, meus irmãos, minha
querida orientadora Edna, meu cunhado
Lucas e a meus amigos da sala.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Severino e Marileide, meus irmãos, Danielly e Marcos e meu cunhado, Lucas Mota, que muito me orientou nos meus trabalhos acadêmicos.

A minha orientadora e amiga, Edna Nóbrega.

Aos professores do Curso da UEPB que contribuíram para meu crescimento profissional e me incentivaram, por meio das disciplinas e debates, para o desenvolvimento desta pesquisa.

Aos funcionários da UEPB, pela presteza e atendimento quando nos foi necessário.

Aos colegas de classe pelos momentos de amizade e apoio.

RESUMO

Este artigo, faremos um breve relato sobre a influência da mídia na construção de um padrão de beleza corporal entre 1980 e 1990. Na atualidade, ocorre uma busca desenfreada, por parte das mulheres, pelo corpo apresentado como ideal por determinado segmento da sociedade. As atividades físicas nas academias de ginástica, nas residências, as caminhadas nas praias, calçadas, jardins, praças fazem parte da rotina dessas pessoas. As Mulheres, incentivadas pela mídia, fazem de tudo para ter um chamado corpo ideal, o corpo em boa forma, independentemente de quanto isso possa lhe custar. Mas, qual o corpo considerado ideal? Diariamente, revistas, jornais e programas de TV, mostram as vantagens das práticas das atividades físicas para pessoas de ambos os sexos, diferentes idades e segmentos sociais. De acordo com a mídia, o importante é ser ativo. E ativo como sinônimo de saúde e bem estar. Até que ponto essas práticas, em alguns casos, sem acompanhamento de profissionais especializados não colocam a saúde em risco? O suor entrou na moda e com ele o consumo. Roupas, vitaminas, produtos esportivos, anúncios publicitários, anabolizantes, tudo para "turbinar" o corpo.

PALAVRAS - CHAVE: Mídia, Atividade Física, Corpo, Beleza.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
A Cultura do Músculo e os Suplementos alimentares	10
A Mídia e a indústria da beleza	11
CONSIDERAÇÕES FINAIS	19
ABSTRACT	20
REFERÊNCIAS	21

INTRODUÇÃO

Para que os serviços voltados para se perder peso “sejam consumidos de maneira mais efetiva e duradoura e com o menor índice de abandono possível, é preciso, primeiramente, que seus usuários consumam idéias. Para aumentar esse tipo de consumo é preciso aumentar a visibilidade da idéia-produto e de seus ‘pontos-de-venda. (FRAGA, 2006, p. 28)

A opção de trabalhar com a influência da mídia no culto ao padrão de beleza corporal que vem sendo construído através das atividades físicas, tem uma relação com meu projeto de iniciação científica que visava analisar os motivos que levaram homens e mulheres a freqüentarem com mais intensidade as academias de ginástica entre 1990 e 1913.

Nos anos 1970, o médico americano kenneth Cooper, passou a relacionar os exercício físico e saúde com isso recebeu novos simpatizante. A partir dos anos 1980 transformar o corpo tornou-se quase uma obrigação. As pessoas passaram a caminhar nas praias, jardins, calçadas, etc. freqüentar academias de ginástica sobretudo, no período que antecede o verão, para deixarem o corpo em “forma” para serem exibidos nas praias como podemos observar nos depoimentos nas diferentes revistas.

Obter um corpo tido como ideal através das atividades físicas, é uma alternativa para as mulheres que sonham se enquadrar nos padrões impostos pela mídia. Porém, nem sempre o discurso médico do ser ativo e saudável é aceito por todos. No cotidiano, se olhar no espelho e não se sentir com o corpo tão desejado, em alguns casos pode levar ao exagero dos exercícios ou mesmo o uso exagerado de suplementos alimentares sem orientação de nutricionista o que pode implicar em problemas de saúde e até mesmo a morte.

Na atualidade tem aumentado o número de academias de ginástica, diversificado os aparelhos, as modalidades, e tudo relacionado aos exercícios físicos. Freqüentar uma academia parece “natural” do viver a identidade contemporânea.

A Cultura do Músculo e os Suplementos alimentares

Segundo Courtine nos anos 80 houve um aumento considerável na cultura do músculo, pois foi desenvolvido gradualmente esse mercado, como o de consumo de vitaminas, aparelhos musculares, suplementos nutricionais e ainda a publicação de revistas sobre saúde, boa forma, regimes alimentares. (COURTINE, 2005, p.84).

Os suplementos alimentares eram procurados por pessoas que buscavam o corpo escultural desenhado pela mídia e desejado pelo meio social, aqueles que buscavam o corpo “perfeito” acreditavam necessitar de suplementos para adquirir melhor resultado no corpo junto aos exercícios e a alimentação. Segundo, Rui Almeida, licenciado em Educação Física, afirma que um dos suplementos mais utilizados e que surgiu para o público nos anos 90 é a creatina, que deveria ser tomada com acompanhamento de um profissional e vinculado a algum treino. Ele ainda explica que o corpo já possui creatina a qual é produzida pelo fígado e rins, mas que é rapidamente esgotada, ao ser feito algum tipo de exercício, portanto era indicada para uma melhor recuperação do músculo. De acordo com alguns educadores físicos, a creatina é ideal para quem faz exercícios de curta duração, mas havia reação se tomada em excesso causando hipertensão, cãimbra, estresse renal, entre outros.

(<http://www.periodicos.unir.br/index.php/semanaeduca/article/viewFile/151/191>/acesso: Em: 02/11/2014).

No Brasil, segundo informações do ministério da saúde existe uma lei a qual regulamenta os suplementos alimentares, mas só veio a surgir em 1998. É a portaria de março de número 222, que se referia aos suplementos como alimentos especialmente elaborados e que só poderiam ser usados aqueles que não fossem compostos com algo tóxico ou terapêutico. (BRASIL, MINISTÉRIO DA SAUDE, 1998).

(<http://www.periodicos.unir.br/index.php/semanaeduca/article/viewFile/151/191>/acesso em: 03/11/2014).

Um estudo realizado em academias de Niterói e São Gonçalo no Rio de Janeiro mostra que 32% dos freqüentadores de academia fazem uso de suplementos. Geralmente, o grupo mais vulnerável a este consumo de suplementos é jovem do sexo masculino entre 20 e 30 anos praticante de várias modalidades esportivas, entre elas a mais comum é a musculação. [...] cerca de 30-40% dos freqüentadores de academias de São Paulo consomem suplementos, sendo que destes, aproximadamente 15% consomem mais de um suplemento. O usuário tem entre 20 a 35 anos, sendo a maioria do sexo masculino. [...] A maior parte dos usuários de suplementos toma suplementação por indicação de instrutores de academia, vendedores de suplementos e amigos. (Disponível em: <http://www.rgnutri.com.br/sp/dicas/prnpae.php>. Acesso: 10 de novembro de 2014).

Embora os suplementos sejam consumidos em sua maioria por pessoas do sexo masculino, as mulheres também são usuárias. Também é importante verificar, que entre os frequentadores de academia, poucos recebem orientações dos profissionais qualificados, o que pode provocar vários problemas de saúde.

Veja abaixo uma tabela demonstrando alguns outros exemplos de suplementos nutricionais:

Suplementos	Indicação
Hipercalóricos	Possui alto valor energético e é composto por carboidratos e aminoácidos, não produzidos pelo organismo.
Hiperprotéicos/ aminoácidos	Possuem aminoácidos que ajudam na formação dos músculos.
Termogênicos.	Melhora no metabolismo e também na perda de peso e gordura.
Antioxidantes.	Rico em nutrientes oxidantes que ajudam na eliminação dos radicais livres causadores de câncer que são liberados pelo corpo ao fazer atividades físicas.
Polivitamínicos e Minerais	Indicado para pessoas que necessitam de vitaminas e nutrientes.
Suplementos Hormonais.	Substâncias que estimulam na produção dos hormônios.

Disponível In: <http://missaoeducafisica.blogspot.com.br/2012/11/nutricao-esportiva-e-suplementacao.html>. Acesso em 23/11/2014.

A Mídia e a indústria da beleza

A mídia e a indústria da beleza são aspectos estruturantes da prática do culto ao corpo. A primeira, por mediar à temática, mantendo-a sempre presente na vida cotidiana, levando ao leitor as últimas novidades e descobertas tecnológicas e científicas ditando e incorporando tendências. A segunda, por garantir a materialidade da tendência de comportamento, que – como todo traço comportamental e/ou simbólico no mundo contemporâneo – só poderá existir, se contar com um universo de objetos e produtos consumíveis. (CASTRO, 2007, p.113).

Neste contexto, a mídia, em todos seus aspectos, é o veículo que propaga o modelo de beleza a ser adotado, instiga a mulher a transformar seu corpo para inserir-se e ser aceita na sociedade. Não estamos afirmando que a mulher seja forçada a tal atitude, no entanto sabemos que ela é pressionada a praticar as

mudanças, pois as revistas, novelas, outdoors, comerciais televisivos e de propagandas mostram mulheres altas, magras, loiras (em sua grande maioria) e cabelos lisos; mulheres que apresentam o corpo revestido com os elementos que caracterizam ser o “belo”, como se este fosse a porta de entrada para o sucesso e para a felicidade. Esse bombeamento da beleza pela mídia ocasiona nas mulheres um sentimento de inferioridade, onde buscam – ou constroem – uma identificação a todo custo, seja se apertando em uma minúscula calça jeans ou sentindo dores para alcançar a tão desejada identificação com a beleza. (SILVA, 2010, p. 6).

Em 1937, foi lançada a revista *Marie-Claire*, com matérias e dicas de beleza para as mulheres. A partir deste período, além dos jornais, surgiram outras revistas que também apresentavam dicas para o público feminino. Nos anos 1990, aparecem em maior número revistas especializadas, ou seja, revistas femininas que tratam de temas relacionados ao culto ao corpo e a beleza feminina como por exemplo: *Revista Cláudia*, *Revista Manequim*, *Revista Capricho*, *Revista Nova*, *Revista Corpo a Corpo*, *Revista Boa Forma*, *Revista Dieta Já*, *Revista Plástica & Beleza*, *Revista Vida e Saúde*, etc., são revistas que ressaltam no seu interior fotografias de mulheres com modelos de corpos considerados ideais. Geralmente, são atrizes, cantoras, dançarinas, etc. o que provoca nas mulheres de um modo geral, intenso desejo de tornar-se igual ou parecida com a famosa. Daí realiza os mesmos exercícios físicos, as dietas, etc. por elas indicados. As mulheres, não conseguem perceber que naquelas páginas as imagens foram possivelmente, corrigidas por photoshop, fazendo desaparecer as imperfeições do corpo e transformando o corpo num outro corpo. Aquele corpo é uma construção da própria mídia

Nas capas das revistas, geralmente aparecem famosas exibindo seus corpos em “forma”, “sarados”, belos e atraentes. As revistas de um modo geral anunciam dicas de moda, beleza, dietas, sexo, saúde, comportamento, produtos de beleza, atividades físicas, sucos de frutas, iogurte, etc. Nesse sentido, a publicidade incentiva o consumo dos produtos e das práticas mencionadas nas páginas.



Imagem 2: Capa da Revista *Boa Forma*

(Disponível em: http://www.fotolog.com.br/xuxameneghel_/32700000000009442/#profile_start, acesso em 14/08/2014).

O incentivo a atividade física passou a fazer parte das capas de revistas especializadas. A nova preocupação voltada para a beleza corporal adquirida através de exercícios, na capa acima demonstra a relação entre a mídia e o culto desenfreado ao corpo, através da denominada busca da boa forma, como pode ser observado no próprio título de uma das revistas em circulação: *A Boa Forma*. “Programas voltados para emagrecimento: “Relaxe e emagreça sem sacrifício”, “A ginástica que mantém esse corpo perfeito”, “Um exercício de músculos e criatividade”, “Mais esporte, menos agressividade” etc.

Característica de uma sociedade de abundância que considera a gordura “ruim” e a obesidade “vulgar”, a estética da magreza é imposta pelo sistema da mídia, que intima as mulheres a seguir dieta e fazer ginásticas sempre novas: aeróbica, aeroginástica, antiginástica, *energic dance*, *gym tonic*, musculação, alongamento, aeróbica turbo, etc. (...) Esse culto do próprio corpo exige sacrifícios: em primeiro lugar financeiros (...); a seguir éticos, visto que os meios de comunicação nos repetem que “a pessoa tem o corpo que merece”, o que leva a um novo sentido de responsabilidade. Esse corpo a ser produzido, desnudado, na praia, deve estar de acordo com os cânones do momento. (VINCENT, ‘et al’ 2009, p.309-311).

Luís Carlos de Moraes em seu periódico afirma que a corrida do bem estar físico se deu início nos anos 80, com a famosa atriz Jane Fonda que lançou na época um vídeo de uma série chamada “*workout*”, esse vídeo viria a trazer para o meio social o que seria em seguida a aeróbica. Antes as academias eram sinônimas de masculinidade e com essa nova forma de se exercitar nasceu com ela o estímulo nas mulheres para com as academias, pois nas mesmas não teriam só a musculação, mas teriam outros tipos de

exercícios como dança. A professora Lígia Azevedo (em 2011 estava com 70 anos e lançou o livro: aventuras e receitas de Lígia Azevedo) no Rio de Janeiro foi a primeira a aderir, trazendo para a sua academia nos anos 80 o estilo Jane Fonda. Esse tipo de Ginástica foi muito bem recebido pela sociedade feminina, ocorrendo também competições que ditaram regras para participação, era exigido nessas competições alguns exercícios obrigatórios como as flexões de braços, os abdominais e os chutes altos, mas com o tempo houve mudanças nos exercícios, substituiriam os saltos por passadas largas, pois estavam causando contusões. Surgindo também outras modalidades como o *street-dance* (conjunto de estilo da dança de rua) e nos anos 90 o *steep-dance*. (movimentos com dança, música e o uso de estep). (WWW.totalsport.com.br/colunas/moraes/ad1501htm.)



Imagem 3: Academia de Ginástica anos 1980

(Disponível em:

<http://www.bing.com/images/search?q=atriz+Jane+Fonda+nos+anos+80&go=Enviar&qs=n&form=QBIRMH&pq=atriz+jane+fonda+nos+anos+80&sc=0-0&sp=-1&sk=>, acesso em 03/11/2014).

Percebemos, portanto que este novo estilo de ginástica torna-se um novo tipo de esporte, que passou a ser vivenciado pelas mulheres nas academias. Diante da diversidade que começava a aparecer, a mulher mudou também suas roupas. Passaram consumir roupas de marcas como adidas e dafiti, além de se preocuparem em consumir diversos modelos e novidades específicas para academias como macacões para ginástica, luvas, polainas coloridas e criativas, saia short adidas, etc. Mary Del Priore acredita que esse tipo de esporte nada mais é do que uma estética voltada para a aceitação social.

Uma estética esportiva voltada ao culto ao corpo, fonte inesgotável de ansiedade e frustração, levou a melhor sobre a sensualidade imaginária e simbólica. Diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar nossas almas, mas em salvar nossos corpos das desgraças da rejeição social. . (DEL PRIORE, 2000, p.11)

A inovação das formas de ginásticas apresentada nas academias é um incentivo a participação do público feminino. Que para conseguir o corpo desejável segue as orientações dos educadores físicos ou não. O sacrifício na academia, através da dieta ou das cirurgias parece não importar para as mulheres que desejam apresentar o corpo em forma nas praias durante o verão.

As revistas procuravam destacar os exercícios físicos realizados por ícones da beleza e da mídia como Xuxa com os depoimentos, dicas e imagens de atividade por ela praticada. Isso são técnicas que a mídia impressa e as academias de ginásticas utilizam para vender uma imagem de um corpo perfeito, como também propagar os produtos de beleza. (DEL PRIORE, 2000, p.11)

Os periódicos femininos são cada vez mais invadidos por guias de magreza, por seções que expõem os méritos da alimentação equilibrada, por receitas leves, exercícios de manutenção e de modelagem do corpo. Prolifera a publicidade em favor dos produtos emagrecedores, (...) (LIPOVESTSKY, 2000, p. 131)



Imagem 4: Xuxa

(Disponível em: <<http://www.bing.com/images/search?q=revistas+boa+forma+nos+anos+80&qpv=revistas+boa+forma+nos+anos+80&FORM=IGRE#view=detail&id=CFF384BF63D5121573A573010E79A510DC043B4C&selectedIndex=13>>. Acesso em: 14/08/2014).

Esta imagem de Xuxa retrata bem a construção da mídia em relação ao corpo tido como perfeito. A beleza e flexibilidade do corpo de Xuxa, exibido na Revista *Boa Forma* em 1988, desperta sonhos e desejos entre as mulheres leitoras da revista, de ter o corpo igual.

Sabemos que partir dos anos 1980 a ginástica passou a fazer parte do cotidiano das mulheres. A moda de cuidar do corpo nas academias aumentou gradativamente, cresceu o número de academias, a diversidade das roupas, acessórios, etc. Na imagem quatro, observamos Xuxa com suas roupas de ginástica e também fazendo uso de suas polainas (peça de roupa geralmente de lã que é usada por cima do pé). Logo após as

primeiras aparições de uma celebridade fazendo uso de um adereço, geralmente torna-se moda e “febre” de consumo.



Imagem 5: Disponível em:

(<http://www.bing.com/images/search?q=Lu%C3%ADza+Brunet+nos+anos+80&go=Enviar&qs=n&form=QBIRMH&pq=lu%C3%ADza+brunet+nos+anos+80&sc=0-11&sp=-1&sk=#a>, acesso em 04/11/2014).

O corpo é uma construção sobre a qual são conferidas diferentes marcas em diferentes tempos, espaços, conjunturas econômicas, grupos sociais, étnicos, etc. É provisório, mutável e mutante, suscetível a inúmeras intervenções consoante o desenvolvimento científico e tecnológico de cada cultura bem como suas leis, seus códigos morais, as representações que cria sobre os corpos, os discursos que sobre ele produz e reproduz. (GOELLNER, 2003, p. 28).

O corpo é uma construção e cada época e período remontam um tipo de beleza aceita e propagada pela mídia. Ela também é caracterizada por seu entorno, como as roupas, acessórios, significados culturais e sociais.

Nos anos 80 houve um grande incentivo a aeróbica para as mulheres. As mesmas se exercitavam, mas não eram tão musculosas, eram magras, eram indicadas as mulheres exercícios como o fitness. (exercícios leve, com dança).

Na atualidade, vivenciamos o crescimento de uma corrida pela busca do corpo ideal. São mulheres que independente de custos, buscam diferentes alternativas para alcançar o corpo que desejam. Através, da TV, jornais, revistas, etc. podemos acompanhar as diferentes estratégias utilizadas pelas mulheres para conseguirem o objetivo desejado. A escolha vai depender da mudança, ou parte do corpo que se deseja “reciclar”, reconstruir. Podem variar de um simples creme para pele, exercícios físicos, ou mesmo as cirurgias plásticas.

A idéia de que a beleza está para o feminino assim como a força está para o masculino, atravessa os séculos e as culturas. Todavia, as formas de problematizar as aparências, os modos de conceber e de produzir o embelezamento, não cessam de ser modificados. Nesse sentido, o embelezamento feminino tem uma história. Da medicina ao esporte. (SANT'ANNA, 2005, p. 121)

No final do século XIX com a importância de incentivar o exercício físico em nome da saúde houve uma democratização e integração em relação aos dois sexos perante o quesito saúde, o esporte escolar, espírito de competição e a prática da bicicleta foram incentivados para o considerado sexo frágil, mas só com o intuito de tornar as mulheres saudáveis, musculosas para conseqüentemente garantir a qualidade da reprodução é tanto que a prática da bicicleta tinha um objetivo claro o de fortalecer o músculo do útero. (COURTINE, 2005, p. 95) Percebemos que o esporte não estava para o feminino, era assunto do feitio masculino, mas através do discurso para a saúde, foi sendo tolerado o esporte para as mulheres, mesmo que de forma a pensar ainda restrito, objetivo de dar a luz crianças saudáveis.

No século XX, a beleza ganha conotação de sensualidade - o corpo passa a se mostrar com o intuito de ser desejado e apreciado. Por fim, o século XXI é marcado pelo discurso da beleza como um padrão estético que se casou com o bem estar, discurso produzido pela saúde (COURTINE, 2005).

No século XX, as atividades físicas gradativamente ganham espaço no cotidiano da vida das mulheres. Desde as caminhadas nas praças, ruas, jardins, praias ou enquanto freqüentadoras das academias de ginásticas.

Nos anos 90 foi percebida através da mídia a grande pressão sobre o corpo feminino no quesito de obter o corpo ideal, havendo o aumento do número de academias de ginásticas e o aumento das cirurgias plásticas "modificadoras", que antes eram basicamente cirurgias restauradoras. Foi estabelecido um modelo de corpo feminino como modelo ideal. O corpo bronzeado, jovem, sem rugas e bem definido.

Algumas expressões citadas nas revistas incitam a busca de um corpo ideal, uma vez que já fazem parte de uma cultura da beleza. É um vocabulário próprio da mídia que enaltece "padrões" ou "modelos". A celulite por exemplo é tida como algo imperdoável pela beleza padrão e como as modelos não apresentam este tipo de marca indesejável, até porque suas fotos são reeditadas e reconstruídas seguindo padrão, então as mulheres tendem a ver isso como algo que precisa ser retirado de qualquer maneira. Não importando como, seja por cirurgias, cremes, atividades.

Alguns adjetivos midiáticos que mais se aplicam são: "aspecto de casca de laranja", "indesejáveis ou temidos furinhos", "tecido adiposo", "células gordurosas", "ondulações", "relevo cutâneo". As expressões "barriga chapada", "cintura fina", "culotes enxutos", "seios turbinados", "pernas, axilas e virilhas lisinhas", "corpinho em cima", "silhueta afinada", "barriga e bumbum durinhos", "curvas poderosas"

Por ser moda, o culto ao corpo é aceito socialmente, aliviando os indivíduos de uma autocritica exacerbada por se submeterem a sofrimentos físicos em nome da manutenção de um padrão estético. O culto ao corpo garantiria aos indivíduos o sentimento de pertencimento a um grupo social (...). (CASTRO, 2007, p86)

No campo da indústria da beleza, a mídia desempenha um papel influente em relação às promessas de jovialidade, beleza e eterna juventude. Com o suporte das revistas de beleza, programas televisivos, entre outros, o culto ao corpo vem sendo algo difundido, além de sempre estar em alta na vida das mulheres.

Neste sentido, a mídia, difunde um padrão de corpo e beleza através dos corpos que exhibe, seja nas revistas, outdoors, novelas, comerciais televisivos e de propagandas que estimula as mulheres modificarem seus corpos para se adequarem aquele modelo. Não é que ela seja obrigada, mas é que a mídia apresenta a beleza como se fosse uma porta de entrada para o sucesso e felicidade da mulher.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, percebemos que a busca pelo corpo “perfeito” está muito relacionada com a visão que a mídia repassa. Os frequentadores de academia buscam um corpo ideal, saúde e bem estar. As academias possuem um espaço no qual há várias máquinas que trabalham cada parte do corpo, havendo a fragmentação do corpo, os homens preferem malhar os braços, o abdômen e as mulheres preferem malhar o glúteo, a barriga e perna. As academias apresentam várias modalidades, com o objetivo de atrair clientes, pois cada vez mais estão surgindo novos tipos de exercícios curiosos como o pole dance (em português= dança do cano, de barra ou do poste).

Há o desejo de estar bem, e estar bem é também estar de acordo com a moda, principalmente no verão. Corpo em forma, braços e pernas bem definidos, abdome “sarado”, “tanquinho”, “negativo”, nádegas e seios volumosos, pele bronzeada, etc. Esse sonho pode trazer sequelas como problema psicológico e físico, distensão muscular, lesões, desvio na coluna, podendo causar até mesmo a morte. O discurso da beleza e saúde está ainda muito presente no meio social. Em uma sociedade imagética, em que o sujeito é definido por sua aparência, não há como desconsiderar o sofrimento psíquico decorrente de todas as regulações que incidem sobre o corpo-sobretudo o feminino. (Novais, 2011, p. 477)

O face-a-face consigo se tornou um face-a-face com um corpo em relação ao qual não podemos tomar distância alguma. “O sexo se tornou – escrevia Foucault na mesma passagem – mais importante que a nossa alma, mais importante quase que nossa própria vida”. Para descrever a situação contemporânea, deve-se precisamente substituir “sexo” por “corpo” e suprimir o “quase”: o corpo se tornou mais importante que nossa alma – tornou-se mais importante que nossa vida. (CORBIN, 2008, p.565).

ABSTRACT

Media, gyms, and women body overvalued

In this article, we are going to make a brief report about Media influence on body standardization that, between 1980 and 1990, aims to establish a formal pattern according to certain concepts of beauty. Presently, there is a hysterical demand, involving women, for that body style presented as ideal from a scale of society. Physical activities in the gyms, at home, walks on beaches, sidewalks, gardens, squares are routine for these people. Encouraged by Media, women have been profusely trying actions to obtain a so-called ideal body, the well-shaped body, despite the prevailing circumstances of how much it can cost. But what body is considered ideal? Daily, magazines, newspapers and TV programs show the advantages of physical activities practices for people of both sexes, different ages and social groups. According to the Media what matter is to be active. Active as synonymous for health and wellness. Without specialized accompaniment by professionals, which is the extent of health risks these practices could implicate in some cases? Transpiration became fashionable and connected with it there is consumption. Clothes, manipulated vitamins, sport products, commercials, anabolic supplements, all that is possible to excite the body.

Keywords: Media, Physical Activity, Body, Beauty.

REFERÊNCIAS

- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo**. 2 ed. São Paulo: Annablume: Fafesp, 2007.
- CORBIN, Alain. VIGARELLO, Georges (Orgs.). **História do corpo**: as mutações do olhar: O século XX. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2008.
- COURTINE, Jean-Jacques. **História do Corpo**: As mutações do olhar. O século XX. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.
- DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher**: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: Editora SENAC, 2000.
- DEL PRIORE, Mary. **História do Cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001.
- DEL PRIORE, Mary (Org). **História das mulheres no Brasil**. 8 ed. São Paulo: Contexto, 2006.
- FRAGA, Alex Branco. **Exercício da informação**: governo dos corpos no mercado da vida ativa. São Paulo: Autores associados, 2006..
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. 7 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1987.
- FIGUEIRA, Machado Luiza Márcia. “A revista Capricho e a produção de corpos adolescentes femininos. In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe;
- GOELLNER, Silvana Vilodre (Orgs.). **Corpo gênero e sexualidade**: um debate contemporâneo. Petrópolis, Vozes, 2003.
- GOELLNER, Silvana Vilodre. “A produção cultural do corpo.” In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre. (Orgs.) **Corpo gênero e sexualidade**: um debate contemporâneo. Petrópolis, Vozes, 2003.
- GOELLNER, Silvana Vilodre. (Orgs.) **Corpo gênero e sexualidade**: um debate contemporâneo. Petrópolis, Vozes, 2003.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: Manole, 2000.

NOVAIS, Joana Vilhena. **Beleza e feiúra**: corpo feminino e regulação social. IN: Histórias do corpo no Brasil/ Mary Del Priore, Márcia Amantino (orgs)-São Paulo: Editora Unesp, 2011, p. 477.

SANT'AANA, Denise Bernuzzi de. "É possível realizar uma história do corpo?" In: SOARES, Carmen Lúcia. (org). **Corpo e História**. 3 ed. São Paulo: Autores Associados, 2006.

SANT'AANA, Denise B de. (org). **Políticas do Corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

SOARES, Carmen Lúcia (org). **Corpo e História**. 3 ed. São Paulo: Autores Associados, 2006.

SILVA, Roberta, Ribeiro. **Mídia, Beleza e Saúde**: Womens Healt e a arquitetura do corpo feminino. Guarabira: 2010, (Trabalho de Conclusão de curso. Especialização em História Cultural) UEPB

SCHPUN, Mônica Raissa. **Beleza em jogo**: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20. São Paulo: Editora Senac, 1997.

VIGARELLO, Georges. **História da Beleza**: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

Outras fontes:

ALMEIDA, Rui. Licenciado em Educação Física, acesso em 03/11/2014.

Disponível em: anpuh.org/anais/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.525.1410.pdf. Acesso em 02/12/2014.

Disponível em: <http://ateliearmond.wordpress.com/category/50-anos-de-moda-no-brasil/1980/> acesso em 14/08/2014.

Disponível em: www.comunidade moda.com.br/pesquisa-de-moda-a-cronologia-do-corpo-e-da-beleza/ acesso em 14/08/2014.

Disponível em: WWW.cursodavida.com.br/cuide-se/promoção-da-saude/cuide-da-sua-estética/entrevista-lígia-azevedo.html, acesso em 04/11/2014.

Disponível em: www1.folha.uol.com.br/folha/equilibrio/carla_perez_corpo.shtml, acessado em 19/08/2014), acesso em 14/08/2014 às 00:35

<http://www.fotolog.com.br>, acesso em 14/08/2014

Disponível em: MORAIS, Luís Carlos de-
WWW.totalsport.com.br/colunas/moraes/ad1501htm.

Disponível

em: WWW.periodicos.unir.br/index.php/semanaeduca/article/viewFile/151/191/acesso em 03/11/2014.

Disponível em: CARAS, Lígia Azevedo, acesso em [http://4.bp.blogspot.com/-](http://4.bp.blogspot.com/)

Disponível em: <http://www.rgnutri.com.br/sp/dicas/prnpae.php>. Acesso: 10 de novembro de 2014.

Disponível em: <http://www.bing.com/search?q=stepdance&go=Enviar&qs=n&pq=stepdance&sc=4-9&sp=->

&sk=&cvid=bf41b37793ec480889c671dfcf864176&first=11&FORM=PERE, acesso em 02/12/2014.

Disponível em: http://www.fotolog.com.br/xuxameneghel_/, acesso em 14/08/2014.

Disponível em: <http://www.bing.com/images/search?q=atriz+Jane+Fonda+nos+anos+80>, acesso em 03/11/2014.

Disponível em: <http://www.bing.com/images/search?q=revistas+boa+forma+nos+anos+80>. Acesso em: 14/08/2014.

Disponível em: <http://www.bing.com/search?FORM=UP94DF&q=polidance>. Acesso em 02/12/2014.

Disponível em: <http://movimento.com.br/street-dance>, acesso em 02/12/2014.