



## A NOVA GRANDE MÍDIA: UMA ANÁLISE SOBRE A INFLUÊNCIA DE BLOGUEIROS FITNESS!

*The new big media: an analysis on the influence of fitness bloggers!*

Henrique Guimarães Theodoro<sup>1</sup>  
Franciele Nogueira Fernandes<sup>2</sup>  
Eliane Josefa Barbosa dos Reis<sup>3</sup>

### RESUMO

Com a expansão das redes sociais e o aumento da sua influência em seus usuários, há uma comparação social sobre padrões estabelecido como “belo” pela mídia e sociedade que induzem uma série de insatisfações e inquietações com a aparência física, por esse motivo muito se tem perguntada sobre o impacto que ela pode trazer sobre os olhares da imagem corporal de cada ser. Dessa forma, esse estudo busca evidenciar estudos sobre o que a mídia social traz como imagem corporal e parâmetros de beleza para seus usuários a fim de demonstrar os riscos e benefícios que ela traz a saúde de cada indivíduo. Tratou-se de uma pesquisa integrativa, com artigos, teses e dissertações nacionais dos últimos dez anos, na base eletrônica portal capes. Foram selecionadas 24 pesquisas, com base nos critérios de inclusão e exclusão. Após a seleção, buscou-se verificar o que os autores concordavam ou discordavam entre si, acerca da mídia na imagem corporal. A mídia influencia tantos homens quanto mulheres, tendo maior relevância em sujeitos do sexo feminino. Sendo assim, foi possível concluir que a mídia tem forte influência sobre a imagem corporal e estilo de vida sobre seus usuários. Trazendo tanto malefícios quanto benefícios a seus telespectadores. Espera-se que a mídia sirva como meio de conscientização e reduza a ascensão a todos os tipos de padrões de beleza propostos por esses “blogueiros fitness”.

**Palavras-chave:** Mídias sociais. Padrão de beleza. Insatisfação. Imagem corporal.

### ABSTRACT

With the expansion of social networks and the increase of their influence on their users, the social comparison on the standards established as “beautiful” by the media and society that induce a series of dissatisfactions and concerns about physical appearance, for this reason there is much asked about the impact it can have on the body image of each being. Thus, this study seeks to highlight studies on what social media brings as body image and beauty parameters for its users in order to demonstrate the risks and benefits that it brings to the health of each individual. It was an integrative research, articles, theses and national dissertations from the last ten years, in the electronic base portal capes. 24 researches were selected, based on the inclusion and exclusion criteria. After selection, we sought to verify whether the authors agreed or disagreed with each other about the media in body image. The media influences both men and women, with greater differentiation in the female sex. Thus, it was possible to conclude that the media has a strong influence on body image and lifestyle on its users. Bringing both harm and benefit to its viewers. The media is expected to serve as a means of raising awareness and reducing the rise to all kinds of beauty standards proposed by these “fitness bloggers”.

**Keywords:** Social media. Beauty pattern. Dissatisfaction. Body image.



<sup>1</sup> Professor de Educação Física, Universidade Estadual do Paraná, PR, Brasil. E-mail: rique.guimaraes@hotmail.com  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5201-3490>.

<sup>2</sup> Professora de Educação Física, Universidade Estadual do Paraná, PR, Brasil. E-mail: franciely\_fer@hotmail.com  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0732-5823>.

<sup>3</sup> Doutora em Educação Física, Universidade Estadual do Paraná, PR, Brasil. E-mail: eliane.reis@unespar.edu.br  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0905-2125>.



## INTRODUÇÃO

Com a expansão das redes sociais e o aumento da sua influência em seus usuários, há uma comparação social sobre padrões estabelecido como “belo” pela mídia e sociedade que induzem uma série de insatisfações e inquietações com a aparência física, por esse motivo muito se tem perguntada sobre o impacto que ela pode trazer sobre os olhares da imagem corporal de cada ser.

Entende-se por mídias sociais, como uma rede de comunicações que levam informações em tempo real para seus usuários (MAGALHAES, 2017). A utilização dessas mídias aumentou nos últimos anos em todo mundo. A pesquisa Social Media Trend de 2018, mostrou que no Brasil 78% dos usuários de internet estão em alguma rede social, tais como Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp entre outros (COSTA *et al.*, 2018). Nesta perspectiva, a popularidade dessas redes sociais vem se expandindo, e com isso a exposição da intimidade dos usuários, em relação a sua rotina de treinos e alimentações considerados pelos internautas como “blogueiros fitness”.

Alguns autores mostram os impactos e consequências sobre a influência que a mídia traz aos seus usuários, tais como: baixa autoestima, sintomas depressivos, comportamentos alimentares inadequados, transtornos alimentares e exercícios físicos em excesso (FROIS & STENGEL, 2011; LEONIDAS, 2013; IWAMOTO, 2014; BASTISTA, 2015; FARIAIS, 2016; MAGALHAES, 2017; DE SOUSA SILVA, 2018; COPETTI & QUIROGA, 2018; AZEVEDO, 2018).

Da Costa (2019) aponta que temas relacionados ao corpo, moda, padrão de beleza, alimentação e atividades físicas dominam o cenário atual da internet, fazendo com que as pessoas busquem por um corpo belo e atlético. Zerbini (2016) confirma que as imagens divulgadas nas mídias, tendem a provocar a comparação sobre aparência física gerando a insatisfação corporal.

O padrão de beleza estabelecido pelas mídias sociais tem pressionado, influenciado e custado vidas de adolescentes e jovens adultos, que frequentemente são acometidos por transtornos alimentares (FONTENELE *et al.*, 2019).

Observa-se que, em algumas destas redes é viável identificar imagens de corpos fitness e pessoas realizando exercícios físicos em academias, ao ar livre ou em suas casas e até mesmo fotos de suas refeições diárias. Para Magalhaes (2017), uma celebridade adquire um poder simbólico por meio da mídia, por divulgar seu estilo de vida, desde o que faz, com quem faz e como faz. Ao compartilhar essas informações, passam a ter um estilo de vida desejado, tornando-se assim exemplos ou modelos a serem seguidos.

A imagem corporal pode ser definida como uma construção variada que abrange a avaliação subjetiva do corpo, como nos vemos e como acreditamos que os outros nos veem e também os pensamentos e sentimentos que resultam nesta percepção (PALAZZO, 2016). Almeida e Baptista (2016) definem esse conceito como sendo um processo amplo e dinâmico, relacionado com a representação que cada sujeito faz do seu próprio corpo, isso leva em



consideração os pensamentos, sentimentos e comportamentos de cada um. Desse modo, a imagem corporal diz respeito ao modo como os indivíduos veem e experimentam seus corpos. Esse processo ocorre através da interação com o meio social na qual o indivíduo está inserido.

No século XIX, a culinária exaltava a preparação de alimentos super calóricos para fomentar e manter reservas corporais. No final do século XX e início do século XXI, tornou-se a subestimar o corpo, que anteriormente era algo oculto e controlado, passou-se a expor publicamente como motivo de orgulho idolatrando o corpo “sarado” e “bem definido” (MAGALHÃES, 2018). A pressão social para alcançar os padrões de beleza fortalecem a busca de um emagrecimento incessante, levando a realização de exercícios físicos em excesso, jejum, práticas de vômitos, uso de laxantes e restrições severas de alimentos, muitas vezes esse comportamento é inatingível.

Em tempos de tecnologia, fica claro o aumento de incentivo e o impacto que a mídia vem trazendo sobre “o corpo ideal”, onde se tornou foco de muitas discussões em vários estudos, devido ao modo como as pessoas tratam seu corpo por influências (BARROS, DIAS, 2009; ALVARENGA, SANTOS, 2016).

Considerando o grande número de participantes dessas redes sociais, tornou-se relevante este estudo buscar nas produções científicas o que se tem escrito sobre comportamento e a influência na imagem corporal e nos padrões de beleza, e qual impacto que ela pode trazer aos seus usuários? Para este fim se propõe nesta pesquisa evidenciar estudos sobre o que a mídia social traz como imagem corporal e parâmetros de beleza para seus usuários a fim de demonstrar os riscos e benefícios que ela traz a saúde de cada indivíduo.

## 2 MÉTODOS

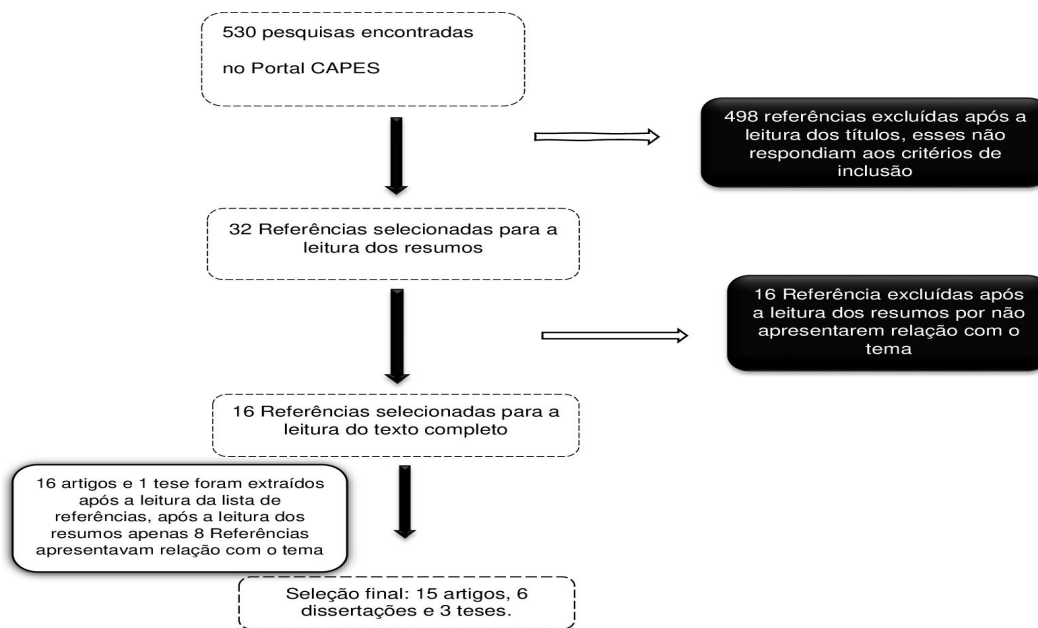
Para este trabalho utilizou-se a Revisão Integrativa, que é um método que oportuniza introduzir literatura teórica e experimental bem como estudos com diferentes abordagens metodológicas quantitativas e qualitativas. A revisão integrativa é a mais ampla abordagem metodológica referente às revisões, permitindo a inclusão de estudos experimentais e não-experimentais para uma compreensão completa do fenômeno analisado (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010).

Para a busca dos dados foi construída uma ficha de pesquisa, com a intenção de padronizar a busca, incluindo as equações de busca, os critérios de inclusão: artigos, teses e dissertações disponíveis online na íntegra, estudos publicados entre 2010 e 2020, estudos no idioma português e os critérios de exclusão: estudos que não se adequava ao objetivo e os critérios de qualidade e validade metodológica. A busca e seleção foi realizada pelo acesso online na base eletrônica: PORTAL CAPES no período entre 15 de abril de 2020 e 15 de maio de 2020. A forma de busca foi realizada pelas palavras chaves: imagem corporal, influência, mídias sociais e comportamento e em alguns casos foram acrescentadas as palavras: fitness, padrão de beleza e insatisfação corporal.



O recorte temporal foi motivado por ser o período em que houve um aumento da utilização das mídias sociais, em especial o ano de 2010 com o começo da popularização do Facebook e Twitter. Após a pesquisa na base de dados Capes, 530 pesquisas foram encontradas, foram pré-selecionadas 32 pesquisas para a leitura dos resumos, após a leitura 16 foram excluídas, na qual 50% não contemplaram ao objetivo do trabalho como demonstra a figura 1.

Figura 01 - Fluxograma da busca dos artigos nas bases de dados, Paranaíba-Paraná-Brasil. 2020.



### 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O método de análise de conteúdo foi utilizado para a análise dos estudos, pois segundo Campos (2004), a técnica por categorização é um conjunto de técnicas de análise de comunicações, assim sendo, é destacada neste campo, a importância da significação para o desenvolvimento do método. Foram encontradas 530 pesquisas que correspondiam as palavras chaves, ano e idioma, sendo selecionados 32 estudos.

Após a leitura mais ampla dos resumos foram excluídas 16 pesquisas, pois eram estudos que não possibilitam a identificação da influência da mídia na construção da imagem corporal. Após esta etapa de exclusões foram selecionadas para esta pesquisa 15 estudos, foi realizado a leitura da lista de referências, após a leitura por títulos foram selecionados 17 estudos, incluídos 8 referências após a leitura dos resumos. Sendo 15 artigos, 6 dissertações e 3 teses, na qual foram realizadas a leitura na integra.



Quadro 1 – Estudos relacionados a influência da mídia sobre a imagem corporal de seus usuários, por autor, título, objetivo, resultados e tipo. Paranavaí – Paraná - Brasil, 2020.

<b>Autores/ Ano</b>	<b>Título</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Síntese dos resultados</b>
Alvarenga <i>et al.</i> (2010)	Influência da mídia em universitárias brasileiras de diferentes regiões	Avaliar a influência da mídia em universitárias e possíveis associações com idade, estado nutricional, renda e escolaridade do chefe da família.	Artigo	Evidenciou que a mídia tem influência em universitárias brasileiras, onde estudantes com excesso de peso foram as mais influenciadas.
Frois <i>et al.</i> (2011)	Mídias e a imagem corporal na adolescência a o corpo em discussão	Discutir a influência da mídia sobre as imagens advindas dos modelos contemporâneos de valorização da adolescentização das idades e a organização da imagem corporal do jovem.	Artigo	Demonstrou que a mídia influencia adolescentes, onde os jovens fazem uma reconstrução de novas imagens corporais a partir do corpo almejado.
Azevedo <i>et al.</i> (2012)	Dismorfia muscular: A busca pelo corpo hiper musculoso	Analisar os aspectos socioculturais, psicológicos e o uso de recursos ergogênicos relacionados à dismorfia muscular, identificando os riscos à saúde Promovidos por esse transtorno.	Artigo	Apontou que dismorfia muscular provoca insatisfação corporal, onde homens e mulheres anseiam pelo o corpo ideal “hiper musculosos” e dificilmente reconhecem limites físicos e psicológicos.
Laus (2012)	Influência do padrão de beleza veiculado pela mídia na satisfação corporal e escolha alimentar de adultos.	Avaliar a influência do “corpo ideal” propagado pela mídia na satisfação com o próprio corpo e na escolha alimentar de estudantes universitários.	Tese	Concluiu que a exposição de imagens idealizadas da mídia, contribuiu para a insatisfação com o próprio corpo e a melhora na escolha alimentar provavelmente com uma tentativa de se encaixar no padrão de beleza socialmente aceito.
Costa (2013)	O corpo e a imagem corporal em adolescentes: Um estudo numa escola pública no bairro de jurujuba / Niterói / RJ.	Observar a relação dos adolescentes com seu corpo e com sua imagem corporal, na perspectiva do cuidado integral à saúde	Dissertação	Apresentou que a mídia influencia a maioria dos adolescentes investigados, onde apresentam alguma insatisfação com o corpo e a imagem corporal, principalmente as do sexo feminino.



<b>Autores/ Ano</b>	<b>Título</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Síntese dos resultados</b>
Leonidas <i>et al.</i> (2013)	Redes Sociais Significativas de Mulheres com Transtornos Alimentares	Investigar o modo como se configuram as redes sociais de mulheres com diagnóstico de TAS, assim como o apoio social percebido por elas e suas possíveis implicações para a evolução do quadro psicopatológico	Artigo	Constatou-se que as redes sociais das participantes desempenhavam funções significativas de ajuda no enfrentamento dos transtornos alimentares, fazendo resultar em melhor qualidade de vida.
Gonçales <i>et al.</i> (2014)	Imagem corporal de adolescentes: um estudo sobre as relações de gênero e influência da mídia	Conhecer as diferenças de gênero em uma amostra de adolescentes em relação à percepção da imagem corporal e percepção da influência da mídia, através de uma Abordagem quantitativa-qualitativa.	Artigo	Evidenciou que a associação entre a insatisfação corporal e a influência da mídia, ao transmitir estereótipos corporais de beleza afetam principalmente mulheres.
Iwamoto (2014)	Relações entre Imagem corporal, dependência de exercícios físicos e padrões de comportamentos observados durante a prática de musculação	Investigar a dependência de exercícios físicos e sintomas de Dismorfia Muscular em indivíduos praticantes de atividade física no ambiente de academia, analisando a topografia de comportamentos durante a prática de atividade física	Dissertação	Apurou que devido á busca incessante por corpo dito “ideal” o indivíduo se engaja em exageradas dietas alimentares e utilização de suplementos, anabolizantes, horas incansáveis dentro da academia sem os devidos acompanhamentos profissionais.
Jacob (2014)	Redes sociais, mulheres e corpo um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram	Traçar um panorama de como operam as estratégias comunicativas das linguagens do sistema cultural alimentação, destacando nelas as estratégias das redes sociais que atuam utilizando representações de uma vida fitness, ou seja, a linguagem da comida saudável de fazer e de comer – segundo os seguidores deste tipo de prática.	Artigo	Detectou que devido as imagens postadas no Instagram de biquíni, de comidas saudáveis influenciam de modo positivo algumas pessoas, mas que, no geral, as pessoas são impactadas negativamente, e que, as mulheres são e serão as mais atingidas.



<b>Autores/ Ano</b>	<b>Título</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Síntese dos resultados</b>
Amaral (2015)	Imagem Corporal de adolescentes: descrição e intervenção preventiva em âmbito escolar	Avaliar a eficácia de uma proposta de intervenção preventiva dos transtornos de Imagem Corporal e Alimentares, em âmbito escolar, a partir da investigação do componente atitudinal da Imagem Corporal e sua associação a outras variáveis psicológicas, tais como autoestima, depressão e sintomas de transtornos alimentares.	Tese	Concluiu que as meninas apresentam maiores níveis de insatisfação corporal em relação aos meninos com ocorrência de sintomas depressivos e de transtornos alimentares, associada a influência sociocultural de pais, amigos e mídia.
Batista <i>et al.</i> (2015)	Dimensão atitudinal da imagem corporal e comportamento alimentar em graduandos de Educação Física, nutrição e estética da cidade de juiz de fora	Analisar a prevalência de insatisfação corporal, comportamento alimentar inadequado e de checagem corporal e a influência da mídia em estudantes dos cursos de Educação Física, Nutrição e estética da cidade de Juiz de Fora – MG.	Artigo	Apresentou que as mulheres tem maior prevalência de insatisfação corporal em relação aos homens, porém alguns homens mostraram índices de anorexia reversa por serem “pressionados” pela mídia
Ferreira (2015)	Reflexões sobre a educação do corpo obeso no contexto midiático: uma análise do programa “além do peso” da rede record de televisão	Analisar e problematizar os discursos sobre o corpo obeso que são publicados pela mídia.	Dissertação	Enfatizou que os indivíduos são influenciados pela mídia de maneira negativa e positiva, desta forma apontou que as pessoas se permitem a modificar comportamentos diários como forma de proporcionar saúde e bem-estar
Leonidas e Santos (2015)	Relacionamentos Afetivo-Familiares em mulheres com Anorexia e Bulimia	Investigar a rede social de apoio de mulheres com anorexia e bulimia, com ênfase em suas relações afetivo-familiares.	Artigo	Constatou que mulheres são influenciadas pela rede social (família e amigos), decorrentes de exigências feitas pelo mesmo, onde são permeados por insatisfações, transtornos e distanciamentos afetivos, e que as mídias sociais contribuem como uma rede de apoio.



<b>Autores/ Ano</b>	<b>Título</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Síntese dos resultados</b>
Farias (2016)	A vaidade e as idealizações do corpo feminino na história: a vaidade e as idealizações do corpo feminino na história uma análise a partir das redes sociais.	Analisar os discursos sobre a busca desenfreada pelo corpo perfeito e como o culto á beleza vem influenciando o modo de ser e existir das mulheres, destacando quais os novos espaços ocupados por elas, a partir da possibilidade de decisão das mesmas com relação ao proprio corpo e ás suas vaidades.	Artigo	Evidenciou que a mídia influencia a sociedade, de modo geral as mulheres, de forma positiva e negativa, contendo em suas publicações conselhos, recomendações e dicas, porém objetivam impor padrões estéticos a serem seguidos por mulheres.
Mastins (2016)	Efetividade de uma intervenção educacional na imagem corporal de adolescentes	Analisar a efetividade de uma intervenção educacional na melhoria da IC de estudantes do 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental da cidade de Florianópolis/SC.	Tese	Permitiu concluir que mulheres e homens possuem insatisfação sobre sua imagem corporal, contudo em atividades de intervenção os homens demonstraram mais sinais positivos que as mulheres.
Zerbini (2016)	A influência da propaganda sobre a imagem corporal das mulheres brasileiras	Identificar se existe influência da propaganda sobre a imagem corporal das mulheres.	Dissertação	Concluiu que a mídia apresenta propagandas com imagens de beleza natural e comprovaram que as mulheres apresentam efeitos positivos gerando satisfação sobre a imagem corporal.
Augusto (2017)	Uso de redes sociais, influência da mídia, imagem corporal e comportamento alimentar entre adolescentes.	Avaliar relações entre a influência da mídia e o uso de redes sociais na imagem corporal e no comportamento alimentar transtornado de adolescentes do sexo feminino	Tese	Demonstrou que adolescentes do gênero feminino estão mais expostas aos padrões de beleza cultuados pela mídia, e para o alcance deste padrão realizam práticas inadequadas para alcançar emagrecimento ou outras formas corporais de formas não saudáveis.
Lira <i>et al.</i> (2017)	Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras	Avaliar relações entre a influência da mídia e o uso de redes sociais na imagem corporal (IC) de adolescentes do sexo feminino.	Artigo	Apresentou que a mídia influencia sobre a insatisfação corporal entre adolescentes do sexo feminino.





<b>Autores/ Ano</b>	<b>Título</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Síntese dos resultados</b>
Magalhães <i>et al.</i> (2017)	A influência de blogueiras fitness no consumo alimentar da população	Avaliar a influência que as blogueiras “fitness” exercem sob a modificação e/ou formação dos hábitos alimentares na população por meio de materiais veiculados nas redes sociais.	Artigo	Apontou que as participantes mesmo estando conectadas em várias redes sociais, a maioria não segue uma blogueira fitness, e mesmo as que acompanham não são influenciadas
Copetti e Quiroga (2018)	A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes.	Discutir como a mídia, com foco na internet, e o padrão estético vigente podem influenciar no desenvolvimento de TAS, nas mulheres adolescentes atualmente.	Artigo	Percebeu que as redes sociais influenciam de maneira negativa nos jovens.
De souza silva <i>et al.</i> (2018)	Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores	Examinar o conteúdo dos discursos associados a fotos que privilegiem a exposição corporal, veiculadas em um perfil fitness do Instagram	Artigo	Observou que a sociedade contemporânea vem sendo influenciada pelas mídias sociais devido a busca pelo corpo magro.
Silva (2018)	Repercussões de uma rede social na percepção e satisfação corporal e no comportamento alimentar de estudantes universitárias	Investigar as repercussões do uso das redes sociais na imagem corporal de seus usuários.	Dissertação	Apurou repercussões negativas das redes sociais na satisfação corporal se relacionadas com imagem divulgadas nesse meio, trazendo uma ilusão de que aquele modelo corporal está no alcance de todos.

Podemos observar no Quadro 1 e mais exemplificado na figura 2, sobre os estudos incluídos nessa pesquisa no qual, 12 estudos apresentaram negatividade da mídia, 03 estudos mostraram aspectos positivos, 04 estudos apontaram aspectos positivos e negativos e 01 estudo não identificou nenhuma influência.

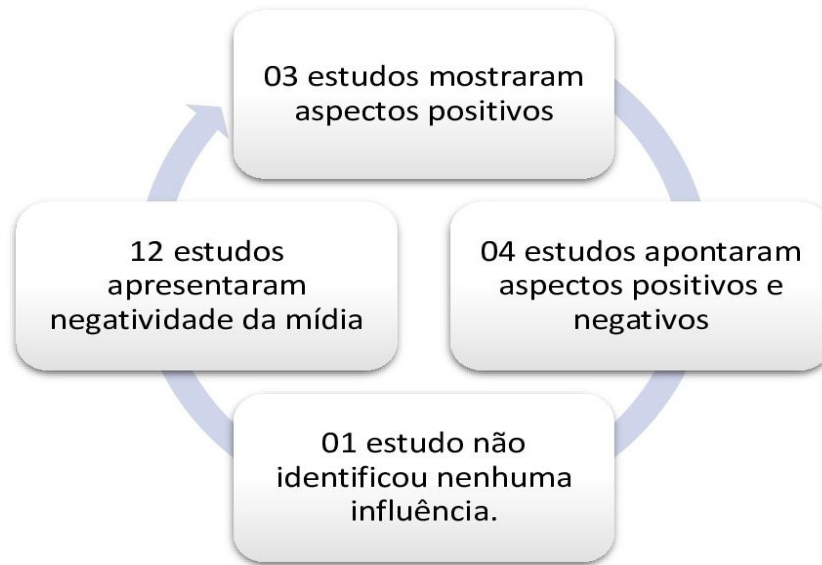
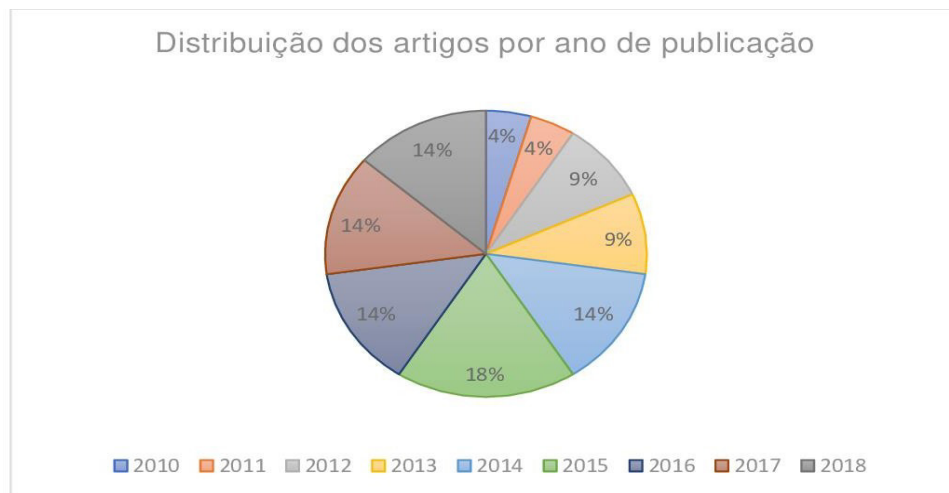


Figura 2 – Resultados dos artigos analisados no quadro 1, Paranavaí- Paraná - Brasil, 2020.

Com base na análise dos dados, podemos identificar na figura 3, que o período com o maior número de estudos publicados foi ano de 2015 (18%; n= 4), visto que nos anos de 2010 e 2011 se enquadravam apenas 1 estudo de cada, nos anos de 2012 e 2013 incluíram 2 estudos de cada e nos anos de 2014, 2016, 2017 e 2018 integraram 3 estudos de cada. O ano de 2015 se tornou foco de muitas discussões, a utilização de mídias sociais tem aumentado exponencialmente nos últimos anos. (MESQUITA, 2017), pois segundo Jacob (2016), vivemos numa ambiência comunicativa midiática, onde não existe fronteiras entre o real e o virtual onde por meio da mídia temos vivências por meio de sentimentos e do pensamento.

Figura 3 – Distribuição dos artigos por ano de publicação, Paranavaí- Paraná, Brasil, 2020.





Quando houve a descrição do curso, apresentou maior frequência em cursos da área da saúde. Como os cursos de Educação Física, Nutrição e Psicologia foram os cursos com maior relevância para este estudo sendo 26% = 05 de Educação Física, 26% = 05 de Nutrição, 42% = 08 de Psicologia e 6% = 04 de outras áreas. Pois de acordo com Copetti (2018), estudantes desses cursos da saúde apresentam maior risco para desenvolvimento de transtornos alimentares e manutenção da imagem corporal por serem pressionados para ter um corpo “perfeito”.

Quadro 2 – Estudos referentes a gênero e idade, Paranavaí- Paraná- Brasil, 2020.

<b>Autor</b>	<b>Idade</b>	<b>Sexo</b>
Zerbini (2016)	15 a 56 anos	Feminino
Magalhaes <i>et al.</i> (2017)	20 a 50 anos	Feminino
Farias (2016)	Sem idade estipulada	Feminino
Batista <i>et al.</i> (2015)	Sem idade estipulada	Feminino
Azevedo <i>et al.</i> (2012)	Sem idade estipulada	Masculino
Mastins (2016)	10 a 17 anos	Feminino
Amaral (2015)	15 a 17 anos	Masculino
Gonçales <i>et al.</i> (2014)	14 a 18 anos	Feminino
Alvarenga <i>et al.</i> (2010)	Menos de 25 anos	Feminino
Laus (2012)	18 a 41 anos	Masculino e Feminino
Costa (2013)	13 a 17 anos	Masculino e Feminino
Leonidas e Santos (2015)	20 a 30 anos	Feminino
Jacob (2014)	Sem idade estipulada	Feminino
Leonidas <i>et al.</i> (2013)	20 a 40 anos	Feminino
Iwamoto (2014)	Sem idade estipulada	Masculino
Lira <i>et al.</i> (2017)	10 a 19 anos	Feminino
Augusto (2017)	10 a 18 anos	Feminino



Dentre estes estudos ilustrados no quadro 2 podemos analisar que indivíduos do sexo feminino são os mais influenciados tendo 54 % = 12 estudos, do sexo masculino 14% = 3 estudos, 9% = 2 estudos identificaram que ambos os sexos são influenciados pela mídia, 23% = 5 estudos não foi possível identificar sexo, onde estes possuíam caráter descritivo sem a identificação de sexo e idade. Tendo em consideração a idade dos participantes das pesquisas podemos certificar que adolescentes e jovens são os mais investigados. De acordo com Martins (2016), a adolescência é caracterizada por grandes transformações biológicas, emocionais e sociais, na qual esses jovens começam numa busca incessante pela construção de sua imagem corporal ideal, e percebe-se seu corpo como a condição fundamental para formação da sua identidade, realizando atos inconscientes para ter um corpo proposto pela sociedade.

### 3.1 Padrão de beleza vigentes em homens e mulheres no mundo social

Partindo para um contexto de análise crítica dos estudos apontados, é possível identificar como a mídia influencia na construção da imagem corporal de homens e mulheres. Ribeiro *et al* (2018), dizem características da imagem corporal desses indivíduos, onde mulheres buscam o corpo “ideal” na magreza e os homens em corpos musculosos e bem definidos.

Em uma pesquisa realizada por Justino (2020), com adolescentes de uma cidade do interior de São Paulo, foi possível identificar a relevância da insatisfação corporal nesses jovens, sendo a maioria as jovens do sexo feminino. Para Augusto (2017), os adolescentes, especialmente as meninas, tendem a apresentar preocupações com a imagem corporal por desejarem um corpo padronizados demonstrados pelas redes sociais.

Já segundo os autores Azevedo, 2012; Iwamoto, 2014 & Amaral, 2015, concluíram em seus estudos que adolescentes do sexo masculino apresentaram bastante interesses por sua imagem corporal. Esses autores citam o treinamento de força e o crescente uso de suplementos alimentares como fontes de aumento de massa muscular, principalmente nos meninos.

Segundo Magalhaes (2017), acredita-se que a prevalência seja maior no gênero feminino, em decorrência da grande parte das blogueiras serem mulheres que sempre evidenciam sua forma física e estilo de vida. Já segundo Silva (2018), as mulheres se tornam mais sensíveis a esses estereótipos de beleza e comportamento, se esforçando ao máximo para alcançar o corpo “ideal” aceitáveis pela sociedade. Mitra, Ray e Das (2015) afirmam que a forma como o corpo é apresentado nos meios de comunicação gera a busca incansável por padrões tidos como normais pela mídia e sociedade.

Em outra pesquisa, a influência de pais e amigos apresentou-se significativa apenas entre os meninos, revelando um aspecto singular desta população (MARTINS, 2016). Amaral (2015), identificou que a pressão percebida dos pais e amigos, sobre o peso e a forma do corpo, predisseram a adoção de estratégias de mudança de peso.

Copetti (2018), mostra que a mídia pode incentivar a fantasia em que basta a mulher querer para adquirir a imagem corporal. Em uma pesquisa qualitativa realizada por Zerbini (2016) concluiu que mulheres que realizam atividades físicas e tem hábitos alimentares sau-



dáveis tem o ponto de vista contrário onde apresentaram melhor satisfação com sua imagem corporal, pois sofreram menos influência das mídias, ou seja, estas mulheres se identificaram com as modelos dotadas de beleza “natural”.

A partir da análise de dados com base descritiva, revelou que a influência da mídia é um dos fatores mais fortes na insatisfação corporal, tanto entre as meninas quanto entre os meninos, sendo este efeito maior nos usuários do sexo feminino.

### 3.2 Percepção das vantagens e desvantagens da imagem corporal da mídia

Em relação a imagem corporal, foi percebida a presença de benefícios quanto malefícios sobre a influência destas mídias, a satisfação corporal é o indivíduo estar bem consigo mesmo e com a imagem refletida no espelho, já a insatisfação é o sujeito não gostar da sua aparência física as vezes por não conseguir “medidas” taxadas como ideal pela sociedade. Lira *et al* (2017), definem pontos contundentes sobre a imagem corporal e estereótipos da mídia, onde os usuários se influenciam a dietas, veiculando o paradigma de beleza imposto, que pressiona a ter um corpo magro.

A satisfação com a imagem corporal foi diversas vezes investigada em estudos de (FARIAS, 2016; AMARAL, 2015; JUSTINO, 2020, DE CASTRO, 2020), que segundo Zerbini (2016), a valorização corporal tem se relacionado a fatores como a prática de hábitos saudáveis, consequentemente o bem-estar, a autoestima, o otimismo, o desempenho sexual e satisfação com a vida. Conforme ele estes fatores são considerados importantes tanto para formação de conceitos teóricos sobre imagem corporal, quanto para a identificação de pontos de intervenção.

Foi possível identificar na maioria dos estudos com amostras quantitativas selecionados para obtenção dos resultados (COSTA, 2013; FERREIRA & LEONINDAS, 2015, MARTINS 2016; MAGALHAES, LIRA & AUGUSTO 2017; SILVA, 2018), que a grande parte desses indivíduos resultam numa insatisfação corporal, apresentando percepção de sobrepeso mesmo de forma mínima. Alguns Pesquisadores como (BASTISTA, 2015; FERNANDES, 2017 QUIROGA, 2018) afirmam que as insatisfações corporais resultam em alguns efeitos negativos, como baixa estima, ansiedade sobre si mesmo, baixa avaliação social, transtornos alimentares e sentimentos depressivos.

Considerando as vantagens De Castro (2020), diz reflexos como a mídia motiva as pessoas na autoaceitação e amor próprio correspondente a seu corpo e imagem refletida no espelho, levando a motivação para uma vida saudável mudando seus hábitos de vida. Reis *et al* (2018), observam a desvantagem dessa influência, onde esses indivíduos não tem um conhecimento entre o ideal e o real, entretanto sofrem psicologicamente por não atingirem aos padrões, por sua vez encontra-se a condição financeira para práticas corporais modificadoras, se sentem excluídas do convívio saudável da sociedade.

Tendo em vista que o maior destaque sobre a utilização desses meios de comunicações é impactos e consequências, entretanto não podemos deixar de citar suas vantagens como a motivação para a procura de um estilo de vida saudável e aceitação das suas imperfeições.



### 3.3 Abordagens de intervenção eficazes sobre a comparação social e o papel da Educação Física escolar

Apesar da Educação Física escolar não ter sido foco desse estudo, foi possível identificar sua relevância como fonte de incentivo e motivação aos jovens em aspectos relacionados ao corpo. Silva (2020), enfatiza que as aulas de Educação Física têm o dever de propiciar para os estudantes um contexto que construa alunos críticos, para que eles possam perceber qual a função do corpo em cada ser humano.

Orientar esses sujeitos por meios de palestras, workshop para ter a consciência de que o mundo virtual e o real são duas realidades diferentes, Aragão (2019), diz que o mundo virtual surgiu para apoiar e melhorar a nossa capacidade de viver no mundo real, e que, as pessoas deveriam utilizar como motivação e não influência, que para Santos (2015), motivar é uma reação a um determinado estímulo e a influência é uma ação sobre alguém, a qual pode ser estímulo ou não, finaliza dizendo “a motivação sempre será um estímulo positivo, a influência nem sempre”.

Cabe ao professor levar conhecimentos aos seus alunos, mostrar que a estrutura física do ser humano vai além da estética e que o corpo é importante para sustentação do indivíduo, para que ele consiga realizar atividades cotidianas, e que a publicidade existe para vender seu produto, e que esses influencers digitais vivem de manipulação da consciência do telespectador. Segundo De Castro (2020), a mídia influencia a mente e a subjetividade da imagem corporal interferindo na autoestima desses usuários. Transparecer também conhecimentos de que cada indivíduo tem seu metabolismo físico e sua forma pré-estabelecida por sua genética.

Ferreira (2015), diz que buscar intervenções nesse campo ajuda a identificar adolescentes em risco. E que segundo Leonidas (2015), profissionais da saúde devem estar atualizados e preparados diante deste tema. Também devemos levar em consideração as condições financeiras desses usuários onde muitas vezes não tem a oportunidade de ter um profissional da área para ter um treinamento adequado ou uma dieta de acordo com suas necessidades fisiológicas. Cabe a esses profissionais presentes nessas redes utilizar recursos tecnológicos para mostrar que caminhar em praças públicas, realizar atividades em casa respeitando suas limitações, escolher alimentos naturais e não dietas da moda, são escolhas eficazes para melhoria da saúde, e meios para diminuir medidas indesejadas. Também cabe ao Sistema Único da Saúde disponibilizar profissionais da área com trabalhos dedicados a população para combater a obesidade e também esses transtornos alimentares que muitas das vezes estão presentes nesses sujeitos insatisfeitos, para que esses indivíduos tenham a disposição de mudar seu estilo de vida.

Em virtude dos fatos mencionados devemos estar preparados para trabalhar em conjunto com outros profissionais da área da saúde (Psicólogos, e Nutricionistas), para tentar minimizar os impactos e as consequências para essa população jovem, buscando desesperadamente o corpo “perfeito, magro, malhado, forte, sarado”.



## 4 CONCLUSÃO

Tendo como referências os estudos analisados foi possível identificar que a influência para ter um estilo de vida melhor se tornou foco de decisões nos indivíduos, segundo o autor Ferreira (2015), a ausência de regras para esses estilos de vida desejados, semelhantes ao das mídias traz atitudes contraditórias em torno dos benefícios e malefícios.

Podemos falar que a mídia tem forte influência sobre a imagem corporal e estilo de vida de seus usuários, impondo a todo tempo maneiras para esses indivíduos seguir, colocando a ideia desse corpo padronizado, como “corpo saudável”. O limite do corpo deve ser respeitado, e a busca da “forma perfeita” também, pois utilizada de maneira errônea o consumo cultural da boa forma visando somente a estética poderá acarretar problemas de saúde, os profissionais devem conscientizar a população para adoção de práticas saudáveis de cuidados com o corpo (BARROS, 2019).

Também temos que dar importância que estética é saúde onde indivíduos insatisfeitos com sua imagem apresentam baixa autoestima, depressão e até transtornos alimentares, de acordo com o blog Manual da Beleza, os cuidados com a autoestima são essenciais para manter não só a nossa beleza externa, como também a nossa saúde mental, sendo de suma importância sua satisfação, não deixando levar-se pela as aparências e padrões sociais, que muitas das vezes é um corpo inatingível tanto para sua condição financeira quanto fisiológica.

Segundo De Castro (2020), a mídia é a única forma para reverter esses padrões, pois os seres humanos em seu tempo livre, ficam mais tempo a telas procurando um estilo de vida a serem seguidos por esses blogueiros fitness. Já o autor Silva (2020), diz que essas influencers mostrassem suas rotinas diárias semelhantes à de uma pessoa comum e fotos de seus corpos sem filtros seria um meio de aceitação para seus seguidores. Muitas mulheres estão assumindo suas medidas, seu corpo, suas marcas corporais, seu tipo de cabelo, suas ideologias. E são esses exemplos que devem encorajar e empoderar mais mulheres (ROCHA, 2018).

Para reverter todos esses aspectos que as mídias impôs é preciso um trabalho conjunto com os profissionais da área da saúde como, da Educação Física, Nutrição e Psicologia, sendo por meio dessas mídias utilizando seus conhecimentos e mostrando que mesmo com suas condições financeiras não deem para ter um profissional da área eles podem sempre fazer as melhores escolhas, então estimular essas pessoas a pensarem assim seria um meio para contribuir para a saúde, aceitação e bem-estar desses indivíduos. Sendo assim, a mídia como forte influência deveria focar com mais prioridade não apenas o que seus usuários podem fazer para se tornarem mais belo, e sim as consequências e os impactos obtidos através de tais esforços para conseguir ficar com o corpo “ideal”. Espera-se que a mídia sirva como meio de conscientização e reduza a ascensão a todos os tipos de padrões de beleza propostos por esses “blogueiros fitness”.

Sugere-se neste estudo incentivar as produções de pesquisas empíricas e estudos de intervenções para um olhar mais crítico dos usuários destas redes e dos profissionais da área da saúde, configurando-se como pioneira na comunidade científica brasileira.



## REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Marle dos Santos *et al.* Influência da mídia em universitárias brasileiras de diferentes regiões. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**. v. 59, n. 2, p. 111-118, 2010.

AMARAL, Ana Carolina Soares. Imagem Corporal de adolescentes: descrição e intervenção preventiva em âmbito escolar. 2015. 261 f. Tese (Doutorado) - Curso de Psicologia, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2015.

ARAGÃO, Thiago. A cilada do mundo virtual. **Revista Correio Braziliense**. Universidade Johns Hopkins/SAIS, 2019.

ARAÚJO, Lidiane Silva *et al.* Preconceito frente à obesidade: Representações sociais veiculadas pela mídia impressa. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**. v. 70, n. 1, p. 69-85, 2018.

AUGUSTO, Ariana Galhardi Lira. Uso de redes sociais, influência da mídia, imagem corporal e comportamento alimentar entre adolescentes. 2017. 89 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Nutrição, Centro Universitário São Camilo, São Paulo, 2017.

AZEVEDO, Andréa Pires *et al.* Dismorfia muscular: A busca pelo corpo hiper musculoso. **Motricidade**. v. 8, n. 1, p. 53-66, 2012.

BARROS, Yuri Isaac Brito *et al.* Imagem corporal e a influência da mídia na construção do corpo feminino. 2019.

BATISTA, Alessandra *et al.* Dimensão atitudinal da imagem corporal e comportamento alimentar em graduandos de Educação Física, Nutrição e Estética da cidade de Juiz de Fora-MG. **Journal of Physical Education**, v. 26, n. 1, p. 69-77, 2015.

COPETTI, Aline Vieira Sá; QUIROGA, Carolina Villanova. A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes. **Revista de Psicologia da IMED**, v. 10, n. 2, p. 161-177, 2018.

COSTA, Muana Lucena da. Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2018.

COSTA, Sandra de Matos Botelho da. O corpo e a imagem corporal em adolescentes: Um estudo numa escola pública no bairro de Jurujuba / Niterói / RJ. 2013. 121 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Saúde Coletiva, Universidade Federal Fluminense, Niterói RJ, 2013.

DE CASTRO, Anny Pereira *et al.* Os impactos da mídia na imagem corporal impacts of media on body image. TCC-Psicologia, 2020.

DE SOUSA SILVA, Ana Flávia *et al.* Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 13, n. 2, p. 395-411, 2018.





FARIAS, Deise Raquel Bezerra. A vaidade e as idealizações do corpo feminino na história: a vaidade e as idealizações do corpo feminino na história uma análise a partir das redes sociais. 2016. 19 f. TCC (Graduação) - Curso de História, Campina Grande, 2016.

FERREIRA, Lorena Nascimento. Reflexões sobre a educação do corpo obeso no contexto midiático: uma análise do programa “além do peso” da rede record de televisão. 2015. 120 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Educação Física, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2015.

FROIS, Erica; MOREIRA, Jacqueline; STENGEL, Márcia. Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão. **Psicologia em estudo**, v. 16, n. 1, p. 71-77, 2011.

GONÇALVES, Francisca Tatiana Dourado *et al.* Imagem corporal feminina e os efeitos sobre a saúde mental: uma revisão bibliográfica sobre a intersecção entre gênero, raça e classe. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, n. 39, p. e2194-e2194, 2020.

GONÇALVES, Vivianne Oliveira; MARTÍNEZ, Juan Parra. Imagem corporal de adolescentes: um estudo sobre as relações de gênero e influência da mídia. **Comunicação & Informação**, v. 17, n. 2, p. 139-154, 2014.

IWAMOTO, Thiago Camargo. Relações entre imagem corporal, dependência de exercícios físicos e padrões de comportamentos observados durante a prática de musculação. 2014. 160 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2014.

JACOB, Helena. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. *Revista Comunicare*, v. 14, n. 1, p. 88-105, 2014. JUSTINO, Maraisa IC; ENES, Carla Cristina; NUCCI, Luciana Bertoldi. Imagem corporal autopercebida e satisfação corporal de adolescentes. **Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil**, v. 20, n. 3, p. 715-724, 2020.

LAUS, Maria Fernanda. Influência do padrão de beleza veiculado pela mídia na satisfação corporal e escolha alimentar de adultos. 2012. 121 f. Tese (Doutorado) - Curso de Psicologia, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2013.

LEONIDAS, Carolina; SANTOS, Manoel Antônio dos. Redes sociais significativas de mulheres com transtornos alimentares. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 26, n. 3, p. 561- 571, 2013.

LEONIDAS, Carolina; SANTOS, Manoel Antônio dos. Relacionamentos afetivo- familiares em mulheres com anorexia e bulimia. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 31, n. 2, p. 181-191, 2015.

LIRA, Ariana Galhardi *et al.* Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 66, n. 3, p. 164-171, 2017.

MAGALHAES, Lilian Moreira *et al.* A influência de blogueiras fitness no consumo alimentar da população. **RBONE-Revista Brasileira De Obesidade, Nutrição E Emagrecimento**, v. 11, n. 68, p. 685-692, 2017.



MARTINS, Cilene Rebolho. Efetividade de uma intervenção educacional na imagem corporal de adolescentes. 2016. 214 f. Tese (Doutorado) - Curso de Educação Física, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

MESQUITA, Ana Cláudia *et al.* As redes sociais nos processos de trabalho em enfermagem: revisão integrativa da literatura. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, v. 51, 2017.

PALAZZO, V. L. (2016). O que é imagem corporal. Fonte: GATDA. REIS, Marcella Lima; TOLENTINO, Kéttura. A influência da mídia sobre a mulher: padrão de beleza brasileiro. 2020.

ROCHA. Tatiane Mendes. “Padrão de beleza” e saúde mental da mulher. **Psicologia acessível**. 14 ago. 2018.

RODRIGUES, Daniela da Silva De Souza. A influência das mídias sociais na autoimagem da mulher e suas relações no desenvolvimento dos transtornos alimentares. 2019.

SILVA, Ana Flavia de Sousa. Repercussões de uma rede social na percepção e satisfação corporal e no comportamento alimentar de estudantes universitárias. 2018. 125 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Psicologia, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Uberaba, 2018.

STOLARSKI, Graciele *et al.* Blogueiros fitness no Instagram: o corpo e o merchandising editorial de suplementos alimentares. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, v. 12, n. 4, 2018.

ZERBINI, Aline Maria dos Santos Silva. A influência da propaganda sobre a imagem corporal das mulheres brasileiras. 2016. 49 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas, São Paulo, 2016.

Submetido em 13/08/2021

Aceito em 18/10/2021

Publicado em 11/2021