

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE  
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO FÍSICA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO ASSOCIADO  
EM EDUCAÇÃO FÍSICA – UEM/UEL

**DEISY DE OLIVEIRA SILVA**

---

**EDUCAÇÃO FÍSICA, MÍDIA E REDES  
SOCIAIS: TECENDO ANÁLISES SOBRE A  
PROFISSÃO**

---

Maringá  
2016

**DEISY DE OLIVEIRA SILVA**

---

**EDUCAÇÃO FÍSICA, MÍDIA E REDES SOCIAIS:  
TECENDO ANÁLISES SOBRE A PROFISSÃO**

---

Dissertação de Mestrado  
apresentada ao Programa de Pós-  
Graduação Associado em Educação  
Física – UEM/UEL, para obtenção  
do título de Mestre em Educação  
Física.

**Orientador: Prof<sup>ª</sup> Dr.<sup>a</sup>. Ieda Parra Barbosa Rinaldi**

Maringá  
2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
(Biblioteca Central - UEM, Maringá, PR, Brasil)

**S624e** Silva, Deisy de Oliveira  
Educação física, mídia e redes sociais: tecendo análises sobre a profissão / Deisy de Oliveira Silva -- Maringá, 2016.  
127 f. : il., color., figs., tabs., quadros.

Orientador: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ieda Parra Barbosa Rinaldi.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Maringá, Centro de Ciências da Saúde, Departamento de Educação Física, Programa de Pós-Graduação Associado em Educação Física - UEM/UEL, 2016.

1. Educação física. 2. Mídia. 3. Tecnologias. 4. Redes sociais. I. Rinaldi, Ieda Parra Barbosa, orient. II. Universidade Estadual de Maringá. Centro de Ciências da Saúde. Departamento de Educação Física. Programa de Pós-Graduação Associado em Educação Física UEM/UEL. III. Título.

CDD 21.ed. 796.06

AHS

DEISY DE OLIVEIRA SILVA

**EDUCAÇÃO FÍSICA, MÍDIA E REDES  
SOCIAIS: TECENDO ANÁLISES SOBRE A  
PROFISSÃO**

Dissertação apresentada à Universidade Estadual de Maringá, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação Associado em Educação Física – UEM/UEL, na área de concentração Práticas Sociais em Educação Física, para obtenção do título de Mestre.

APROVADA em 30 de junho de 2016.



Profa. Dra. **Ida Carneiro Martins**



Prof. Dr. **Fernando Augusto Starepravo**



Profa. Dra. **Ieda Parra Barbosa Rinaldi**  
(Orientadora)

# Dedicatória

---

*Dedico este trabalho ao meu eterno e querido pai,  
exemplo de dedicação, honestidade e amor  
incondicional e insubstituível...*

# Agradecimentos

*Sou grata a Deus por tudo. Obrigada Senhor pela força, conforto e capacidade que só Tu pudeste me dar, tua misericórdia é infinita para com os teus filhos. A Vós, toda honra e toda glória!*

*Meus agradecimentos aos meus bens maiores: Minha família:*

*Ao meu pai (in memorian), amado, inesquecível, meu exemplo de alegria contagiante, de trabalho incessante e amor sem igual. Obrigada por todas as lições ensinadas, por todo apoio e credibilidade que sempre me destes em minha caminhada acadêmica. Sem você nada disso teria sido possível. Serei eternamente grata a você, por onde quer que estejas.*

*À minha mãe, pelo amor, pelo carinho, pela dedicação. Por segurar a barra, por segurar a mão... obrigada por sempre acreditar em mim e na minha capacidade, muitas vezes até mais do que mesma acreditei.*

*Às minhas irmãs, Priscila e, dois anjos criados e enviados por Deus para cuidarem de mim e fazerem meus dias mais felizes, meus finais de semana em casa mais alegres. Obrigada pela forma individual e mais que especial de se preocuparem comigo.*

*Ao Felipe, por todo amor despendido nas mais singelas atitudes e demonstrações de afeto, carinho, preocupação. Pelos sorrisos e lágrimas compartilhadas durante todos esses anos. Amor e gratidão imensuráveis por você.*

*Aos meus amigos, os de infância e os mais atuais, todos com a mesma importância. A alegria de ter amigos é incomparável! Divido com vocês este momento da minha vida e agradeço imensamente pela compreensão de todas as minhas ausências.*

*À Kelly, vizinha de rua durante toda a vida e que, de repente, se tornou vizinha de quarto. Obrigada por todas as conversas, cafés, caronas, almoços, ombros e ouvidos. Grata pela surpresa da vida em nos aproximar assim.*

*Agradeço aos meus amigos e integrantes do Movimento Cenáculo de Maria, pessoas iluminadas que me ajudam a cada dia a olhar a vida de uma nova forma, vocês são obras de Deus, Salve Maria!*

*À minha orientadora, Ieda, pelos oito anos de convivência, orientação, ensinamentos, conselhos, alegrias, pela humanidade que envolve a sua docência. Carinhosa e profundamente, muito obrigada!*

*Aos professores componentes da banca examinadora, Professor Fernando Augusto Starepravo e Ida Carneiro Martins, pelos apontamentos e direcionamentos no trabalho, pelo acolhimento e compreensão*

*Agradeço ao grupo de estudos Gímnica: Formação, Intervenção e Escola, pelas discussões enriquecedoras e laços construídos.*

*À Cia Gímnica, pelos oito anos de ginástica, alegria, diversão e amizades.*

*À Universidade Estadual de Maringá e ao Departamento de Educação Física.*

*Enfim, obrigada a todos que sempre me fizeram acreditar que desistir não é uma opção. Meus sinceros agradecimentos. Sem vocês os caminhos até poderiam ser os mesmos, mas não teriam as mesmas flores.*

*Quando os meus olhos não podiam ver,  
Tua mão segura me ajudou a andar [...].  
Quando os meus sonhos vi desmoronar, me  
trouxeste outros pra recomeçar. Quando  
me esqueci que era alguém na vida, Teu  
amor veio me lembrar... Que Deus me  
ama, que não estou só, que Deus cuida de  
mim, quando fala pela Tua voz, e me diz:  
CORAGEM!*

*(Pe. Fábio De Melo)*

SILVA, Deisy de Oliveira. **Educação física, mídia e redes sociais**: tecendo análises sobre a profissão. 2016. 127f Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Centro de Ciências da Saúde. Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2016.

## RESUMO

---

A sociedade tem sido fortemente influenciada pelos diferentes formatos e extensões da mídia que, com todas as características que lhes são inerentes, causa impacto também nos campos profissionais e, dentre eles, a educação física. A presente dissertação tem como objetivo compreender como a educação física tem sido representada na mídia frente à composição híbrida do ciberespaço, de sua mistura de linguagens, meios e atores. Estruturada no “Modelo Escandinavo”, ela foi composta por três artigos. O primeiro artigo buscou analisar o estado da arte sobre educação física e mídia em artigos científicos indexados no período de 2006 a 2015, a fim de identificar como tem se caracterizado e problematizado os assuntos inerentes à temática em questão. Os desfechos apontaram sobrepujança nos assuntos inerentes aos discursos de saúde, concepções de corpos construídos socialmente e estética, no envolvimento com mídias virtuais, com a internet e tecnologia. O segundo artigo trata-se uma revisão sistemática, que teve como objetivo identificar as especificidades de artigos indexados que abordam as temáticas educação física e redes sociais publicados nos últimos dez anos. Os resultados apontam as redes sociais como um canal de enfrentamento e vazão para debates públicos e uma forte ferramenta pedagógica para o ensino-aprendizagem. O terceiro e último artigo, um estudo qualitativo descritivo objetivou investigar os conteúdos de imagens postadas no Instagram relacionadas a prática profissional da educação física, a fim de identificar como estes se caracterizam e desenvolvem. A coleta de dados se deu a partir da captura de tela (para imagens) e salvamento de vídeos do Instagram, localizados a partir de um conjunto de *hashtags* relacionadas à educação física. Os resultados apontaram uma relação significativa da representação social da área nesta rede social com o “*movimento fitness*”, atrelada sobretudo à exposição da imagem corporal, à autopromoção de serviços, propagandas/marketing de produtos e ainda à uma forma de humor e sátiras que reiteram os padrões corporais “ideais”. Frente às configurações sociais atuais, o Instagram se configurou ainda como um novo e rico campo de pesquisa para a educação física. Assim, concluímos que, se por um lado tivemos uma realidade da educação física brasileira com relativa carência de investigações acerca da mídia, por outro, notou-se uma intensificação na disseminação de questões relacionadas ao campo a partir de um saber formulado, teorizado, incorporado e compartilhado socialmente pelo senso comum no Instagram, configurando a representação social da área pelos usuários desta rede social numa espécie de discussão paralela aos conhecimentos e conteúdos acadêmico-científicos, tratados sobretudo estabelecimentos educativos e na mídia tradicional. Tais constatações nos conduzem a reflexões sobre o direcionamento dos cursos de formação profissional em educação física, mas, em especial, sobre o alcance das pesquisas e conhecimentos gerados nas instituições de ensino superior e pela comunidade científica, que parecem não ecoar de forma significativa na coletividade externa frente aos novos “universos consensuais” socialmente veiculados e partilhados nas redes sociais.

Palavras-Chave: Educação Física. Mídia. Tecnologias. Redes Sociais.



SILVA, Deisy de Oliveira. **Physical education, media and social networks: weaving analysis of the profession.** 2016. 127f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Centro de Ciências da Saúde. Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2016.

## ABSTRACT

---

The society has been strongly influenced by the different formats and extensions of the media, with all the features that are inherent in them, impacts also in professional fields and, among them, physical education. This thesis aims to understand how physical education has been represented by media in front of the hybrid composition of cyberspace, its mixture of languages, means and actors. Structured in the "Scandinavian Model", it consisted in three articles. The first article seeks to analyze the state of the art about physical education and media in scientific articles indexed from 2006 to 2015 in order to identify as it has been characterized and discussed the issues related to the theme in question. The outcomes showed superiority in matters relating to health, socially constructed concepts of body and aesthetics, involvement with virtual media, with the Internet and technology. The second article is a systematic review, which aimed to identify the specifics of indexed articles that discuss the themes physical education and social networking published in the last ten years. The results indicate social networks as a coping channel and flow to public debates and a strong educational tool for teaching and learning. The third and final article, is a descriptive qualitative study aimed to investigate the images content posted on Instagram related to professional practice of physical education in order to identify how they characterize and develop. Data collection occurred from saving images and videos from Instagram, located from a set of hashtags related to physical education. The results showed a significant relationship between social representation of the area in this social network with the "fitness movement", linked mainly to exposure of body image, self-promotion services, advertising / marketing products and also to a form of humor and satire reiterating the standards body "ideals". In the face of current social settings, Instagram is still configured as a rich new field of research for physical education. Thus, we conclude that, on the one hand we had a reality of Brazilian physical education with a relative lack of research on the media, on the other, it was noted an intensification in the dissemination of issues related to the field from a knowledge formulated, theorized, corporate and shared socially by common sense on Instagram, setting the social representation of the area by the users of this social network in a kind of parallel discussion to knowledge and academic-scientific, treated mainly educational establishments and in traditional media. These findings lead us to reflections on the direction of vocational training courses in physical education, but in particular on the scope of research and knowledge generated in higher education institutions and the scientific community, that seem to echo significantly in the community external face of new "consensual universes" socially conveyed and shared on social networks.

**Key words:** Physical Education. Media. Technology. Social Network.

# LISTA DE FIGURAS

---

---

## CAPÍTULO 4

<b>Figura 1 -</b>	À esquerda: exemplos das possibilidades do método de buscas no Instagram apontando o campo de pesquisa geral (nº 1), listagem geral das opções resultantes do campo de busca geral (nº 2), campo de busca próprio para perfis (nº 3), campo de busca próprio para <i>hashtags</i> (nº 4), campo de busca próprio para localizações (nº 5); À direita: exemplo de uma captura de tela na qual se observa uma busca específica no campo das <i>hashtags</i> (nº 6), as <i>hashtags</i> relacionadas sugeridas pelo Instagram (nº 7) e as principais publicações apontadas pelo aplicativo (nº 8). ....	98
<b>Figura 2 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “corpos evidenciados” (captura de tela) .....	103
<b>Figura 3 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “corpos evidenciados” (captura de tela) .....	103
<b>Figura 4 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “apelo sexual” (captura de tela) .	105
<b>Figura 5 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “apelo sexual” (captura de tela) .	105
<b>Figura 6 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “hipertrofia muscular” (captura de tela) .....	106
<b>Figura 7 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “hipertrofia muscular” (captura de tela) .....	106
<b>Figura 8 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “alimentação” (captura de tela) .	107
<b>Figura 9 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “alimentação” (captura de tela) .	107
<b>Figura 10 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “ <i>marketing</i> e propaganda” (captura de tela) .....	109
<b>Figura 11 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “ <i>marketing</i> e propaganda” (captura de tela) .....	109
<b>Figura 12 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “antes e depois” (captura de tela) .....	111
<b>Figura 13 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “antes e depois” (captura de tela) . .....	111
<b>Figura 14 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “humor e sátiras” (captura de tela) .....	112
<b>Figura 15 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “humor e sátiras” (captura de tela) .....	112
<b>Figura 16 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “academia” (captura de tela) .....	113
<b>Figura 17 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “academia” (captura de tela) .....	113
<b>Figura 18 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “esporte” (captura de tela) .....	114
<b>Figura 19 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “esporte” (captura de tela) .....	114
<b>Figura 20 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “dicas de treino” (captura de tela) .....	115
<b>Figura 21 -</b>	Exemplo de imagem da categoria “dicas de treino” (captura de tela) .....	115

# **LISTA DE QUADROS**

## **CAPÍTULO 1**

<b>Quadro 1 -</b>	Estrutura geral da dissertação .....	03
-------------------	--------------------------------------	----

## **CAPÍTULO 2**

<b>Quadro 1 -</b>	Síntese dos artigos originais sobre educação física e mídia (2006-2015) segundo ano de publicação, título e base de dados dos artigos .....	25
-------------------	---	----

## **CAPÍTULO 3**

<b>Quadro 1 -</b>	Ficha de pesquisa da revisão sistemática sobre educação física e redes sociais.....	63
<b>Quadro 2 -</b>	Síntese dos artigos sobre educação física e redes sociais (2006-2015) ...	66

## **CAPÍTULO 4**

<b>Quadro 1 -</b>	Lista de <i>hashtags</i> iniciais de busca e <i>hashtags</i> sugeridas pelo Instagram	97
-------------------	---	----

# LISTA DE TABELAS

---

---

## CAPÍTULO 2

<b>Tabela 1 -</b>	Categorização segundo o foco temático dos artigos	37
	.....	

## CAPÍTULO 4

<b>Tabela 1 -</b>	Distribuição de fotos e vídeos por <i>hashtag</i>	100
	.....	

# **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

<b>UEM</b>	Universidade Estadual de Maringá
<b>UEL</b>	Universidade Estadual de Londrina
<b>CCS</b>	Centro de Ciências da Saúde
<b>DEF</b>	Departamento de Educação Física
<b>ADSL</b>	<i>Asymmetric Digital Subscriber Line</i>
<b>CNE</b>	Conselho Nacional de Educação
<b>IES</b>	Instituição de Ensino Superior
<b>PPG</b>	Programa de Pós-Graduação
<b>CAPES</b>	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
<b>GTT</b>	Grupo de Trabalho Temático
<b>CONBRACE</b>	Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte
<b>CBCE</b>	Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte
<b>TIC</b>	Tecnologias da Informação e Comunicação
<b>RS</b>	Revisão Sistemática
<b>CBF</b>	Confederação Brasileira de Futebol
<b>COL</b>	Comitê Organizador Local da Copa do Mundo
<b>DeCS</b>	Descritores em Ciências da Saúde
<b>URL</b>	<i>Uniform Resource Locator</i>

# SUMÁRIO

<b>Capítulo 1</b>	<b>ESTRUTURA E INTRODUÇÃO GERAL DA DISSERTAÇÃO</b>	03
	1.1 ESTRUTURA .....	04
	1.2 EXPERIÊNCIAS VIVIDAS .....	05
	1.3 APRESENTAÇÃO DA DISSERTAÇÃO.....	09
	REFERÊNCIAS .....	14
<b>Capítulo 2</b>	<b>EDUCAÇÃO FÍSICA E MÍDIA: O ESTADO DA ARTE DE 2006 A 2015</b>	18
	2.1 INTRODUÇÃO .....	20
	2.2 METODOLOGIA .....	21
	2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	24
	2.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	49
	REFERÊNCIAS .....	52
<b>Capítulo 3</b>	<b>EDUCAÇÃO FÍSICA E REDES SOCIAIS: UM ESTUDO DE REVISÃO SISTEMÁTICA</b>	58
	3.1 INTRODUÇÃO .....	60
	3.2 METODOLOGIA .....	61
	3.3 RESULTADOS .....	66
	3.3.1 Apresentação dos resultados .....	66
	3.3.2 Discussão .....	72
	3.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	78
	REFERÊNCIAS .....	81
<b>Capítulo 4</b>	<b>EDUCAÇÃO FÍSICA E INSTAGRAM: QUANDO AS IMAGENS FALAM O QUE AS <i>HASHTAGS</i> NÃO PODEM DIZER</b>	84
	4.1 INTRODUÇÃO .....	86
	4.1.2 Instagram como <i>locus</i> de pesquisa .....	90
	4.2 #PARTIU: O PERCURSO METODOLÓGICO .....	92
	4.2.1. Conectando o Instagram: passo-a-passo da coleta de dados ....	96
	4.2.2 “Ao cadastrar-se, você concorda com nossos Termos e Política de privacidade .....	99
	4.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....	100
	4.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	117
	REFERÊNCIAS .....	119
<b>Capítulo 5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	124

# CAPÍTULO 1

## ESTRUTURA E INTRODUÇÃO GERAL DA DISSERTAÇÃO

### 1.1 ESTRUTURA

A dissertação foi construída a partir do modelo alternativo, também conhecido como “modelo escandinavo”<sup>1</sup>. Esse formato prevê a apresentação de uma coletânea de artigos que se inter-relacionam no decorrer da pesquisa, tendo em comum uma introdução geral que contextualiza o problema, a justificativa, os objetivos e a conclusão geral com as considerações globais da pesquisa. Assim sendo, a dissertação foi estruturada em cinco capítulos, conforme a representação no Quadro 1.

<b>Capítulo 1</b>	<b>Introdução Geral da Dissertação</b> Experiências vividas. Apresentação da Dissertação
<b>Capítulo 2</b>	<b>Artigo original</b> Educação física e mídia: um estudo do estado da arte de 2006 a 2015.
<b>Capítulo 3</b>	<b>Artigo Original</b> Educação física e redes sociais: um estudo de revisão sistemática
<b>Capítulo 4</b>	<b>Artigo Original</b> Educação física e Instagram: quando as imagens falam o que as <i>hashtags</i> não podem dizer
<b>Capítulo 5</b>	<b>Considerações finais</b> Conclusão geral do estudo

**Quadro 1:** Estrutura geral da dissertação.

Neste capítulo inicial, serão expostas também as experiências vividas e a apresentação geral da dissertação, um texto introdutório contendo objetivos, justificativa, problema, referencial teórico e limitações do estudo. Os capítulos dois, três e quatro, serão apresentados em formato de artigos originais.

<sup>1</sup> O modelo alternativo ou “modelo escandinavo” de construção de dissertações e teses, caracterizado pela apresentação de uma coleção de artigos ou capítulos de livro realizado pelo discente, vem sendo apresentado como uma opção ao modelo tradicional e já é aceito e regulamentado por alguns programas de pós-graduação em educação física brasileiros como os da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Universidade Federal do Paraná (UFPR).

O capítulo 2, primeiro artigo original, apresenta um panorama geral sobre os estudos que relacionam as temáticas educação física e mídia entre 2006 e 2015, caracterizando-os segundo o foco de análise e discussão, bem como uma visão e contextualizada sobre o tema. O segundo artigo original que compõe o capítulo 3, trata-se de uma revisão sistemática sobre educação física e redes sociais, que apontará quantos e quais estudos foram realizados relacionando esses tópicos nos últimos dez anos, trazendo suas áreas de conhecimento, discussões e principais resultados. O capítulo 4, levará a um contexto mais específico e abordará sobre a representação da educação física e assuntos inerentes à profissão na rede social Instagram, buscando identificar quais conteúdos tem sido veiculado e as relações estabelecidas. Por fim, o capítulo 5 finaliza a dissertação com as conclusões gerais do estudo.

## 1.2 EXPERIÊNCIAS VIVIDAS

*Todos nós temos nossas máquinas do tempo. Algumas nos levam para trás, são chamadas de memórias. Outras nos levam para frente, são chamadas sonhos.*  
Jeremy Irons

Ao dar início a este trabalho, me<sup>2</sup> pego vagando por minhas "máquinas do tempo" num ir e vir meio a reminiscências, pensamentos e anseios. Vasculhar por estes caminhos significa olhar para si e perceber, dentre tantas coisas, aquilo que outrora lhe fez parte e que ainda lhe impacta de alguma forma. Quando aquilo que está na memória coincide de um modo ou outro com o que está em nossos anseios, começamos a questionar o possível calibre que podemos dar às nossas ações.

O tão crucial ponto de partida parece-nos às vezes escorregar por entre os dedos. Devemos buscar o que nos inspira, nos instiga, o que nos desperta. Um processo delicado, gradativo e convidativo a mergulharmos em nossas máquinas (a)temporais.

Nesse sentido, pode-se dizer que o pontapé inicial para este estudo se deu a partir de duas etapas: o mergulho reflexivo pelo âmago em busca de identificações inspiradoras e o despertar pela demanda sobre a temática. Assim, as primeiras reflexões aqui presentes foram instigadas pela minha experiência de vida com a tecnologia

---

<sup>2</sup> Neste momento inicial da dissertação, permito-me utilizar a primeira pessoa singular para retratar as experiências pessoais vividas, as quais motivaram e influenciaram a escolha pela temática e o direcionamento deste estudo. Porém, para o restante da pesquisa, será adotada para a escrita do texto a primeira pessoa do plural.



virtual.

Desde de minha adolescência, no início dos anos 2000, minha experiência tecnológica começou a avançar, tanto em relação aos meios comunicacionais, como no que diz respeito as ferramentas que auxiliam nos processos escolares. Este foi um marco na transição de uma fase na qual os trabalhos escolares eram realizados com base em pesquisas nas enciclopédias e *cd-roms* (vendidos por fornecedores terceirizados nas escolas ou oriundo de kits de revistas educativas) e, em seguida arquivados em um bom e velho disquete, para um novo momento em que a internet passou a ser acessível para mim, num primeiro momento ainda em sua configuração discada e logo em seguida a internet ADSL<sup>3</sup>.

A partir de então, a curiosidade pelas novidades virtuais também me instigou a ter acesso a minhas primeiras redes sociais, o MSN Messenger<sup>4</sup>, os fotoblogs<sup>5</sup> (ou blogs) fotográficos, o Orkut<sup>6</sup> e por aí em diante.

Apesar da pouca idade e maturidade, desde essa época já me causava um mal-estar alguns tipos de publicações que via pela internet e que ao meu ver eram impróprias. Questões estas que obviamente envolviam quesitos éticos e morais, mas sobretudo algo muito mais complexo chamado liberdade de expressão.

A Constituição Federal Brasileira de 1988 ao tratar sobre os direitos e garantias fundamentais dos cidadãos em seu Art. 5º inciso IV e IX, assegura a liberdade de manifestação do pensamento, da expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independente de censura ou licença, enquanto no inciso X, garante-se ainda a inviolabilidade da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem das pessoas, assegurando o direito de indenização por dano material ou moral decorrente de sua violação (BRASIL, 1988).

É indiscutível, como aponta Casado (2011), a pretensão da Constituição Federal

---

<sup>3</sup> A sigla ADSL significa "*Asymmetric Digital Subscriber Line*", ou seja, uma tecnologia telefônica digital que permite conexões de internet a baixo custo e com alta velocidade, sem discagem e sem espera. A conexão é automática ao ligar o computador e a mesma linha pode ser usada simultaneamente para usar a internet e para falar ao telefone, sem perda de qualidade. Ver mais em: <<http://www.conection.com.br/adsl.htm>>.

<sup>4</sup> MSN Messenger era um programa de mensagens instantâneas entre usuários conectados, através da internet, que permitia conversação com qualquer lugar do mundo, deixou de existir no ano de 2013.

<sup>5</sup> Também conhecidos como *flog* ou *fotolog*, o fotoblog é uma espécie de diário fotográfico na internet, no usuário pode inserir imagens, com ou sem legendas e/ou permissão de comentários. Como o próprio nome sugere, é parecido com blog, porém o que predomina são as imagens e não os textos.

<sup>6</sup> Rede social de relacionamentos, criada em 2004 e extinguida em 2014.

de proteger a livre expressão dos indivíduos desde que tal expressão não atinja outros bens jurídicos, como os apontados no inciso X do Artigo 5º.

Tais direitos e deveres se estendem às esferas sociais como um todo incluindo-se o ambiente virtual, de modo que por muito tempo, frente a carência de legislação mais específica, o aparato legal da Constituição juntamente com outras legislações como Código Penal, o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei n. 8.069/90), a Lei dos crimes de software (ou lei antipirataria, Lei n. 9.609/98) e a Lei de Segurança Nacional (Lei nº 7.170/83) conduziram as apurações de crimes cibernéticos, direcionados como crimes de forma geral (SILVEIRA; 2015), especialmente ligados à honra, calúnia, injúria e difamação (CASADO; 2011; REIS; 2015).

Diante a necessidade de adequar as transformações notadamente ocorridas na sociedade no que atinge as mudanças tecnológicas ao ramo da informática (REIS; 2015; SILVEIRA; 2015), no ano de 2012 foi editada a apelidada Lei Carolina Dieckmann, a Lei nº 12.737/2012 que “dispõe sobre a tipificação criminal de delitos informáticos; altera o Decreto-Lei no 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal; e dá outras providências”, ampliando as possibilidades legislativas nacionais para lidar com as inconveniências e criminalidades do mundo virtual.

Contudo, como afirma Segurado, Lima e Ameni (2014), atualmente, a regulamentação da internet é um assunto demasiadamente polêmico e complexo, que envolve

governos, sociedade civil, comunidades de internet e setores da iniciativa privada na elaboração de princípios, normas, regras e procedimentos decisórios para a regulamentação de ações que podem ou não ser feitas na rede. Trata-se de um campo de grande disputa, reunindo atores com os mais diversos interesses e posicionamentos sobre como a internet deve funcionar e se ela deverá permanecer com a arquitetura livre, colaborativa e com garantia para a liberdade de expressão (SEGURADO; LIMA; AMENI, 2015, p.18)

Alguns anos se passaram e ingressei no curso de graduação em educação física. Nesta fase o mundo virtual e tecnológico passou a fazer ainda mais parte do meu cotidiano com aparelhos celulares cada vez mais modernos, *smartphones*, *tablets*, Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, inúmeros aplicativos. Foi também neste período que despertei mais profundamente sobre as questões midiáticas, avançando minhas antigas pretensões e hábitos virtuais de pequenas pesquisas escolares e relacionamentos pessoais para um novo consumo, uma nova utilidade e, principalmente, tecendo novas considerações acerca do tema.

Durante os cinco anos de curso entre as duas habilitações – licenciatura e bacharelado – a partir de disciplinas curriculares e também de pesquisas de iniciações científicas realizadas, pude acessar estudos e discussões envolvendo a mídia e a educação física em suas diferentes instâncias e sob diferentes perspectivas, despertando-me para os discurso dos meios de comunicação de massa, para a influência da mídia no âmbito da cultura corporal de movimento na imposição de modelos e na construção de novas formas de entretenimento e consumo, na lógica de comercialização e espetacularização das práticas corporais (OLIVEIRA; PIRES, 2005; BETTI, 2006; BETTI; COSTA, 2006).

Instigou-me os discursos acerca da indústria cultural, do interesse e raciocínio sedutor e mercadológico por modelos e padrões “ideais” de corpo e beleza, de um consumo estético incansável que envolve, sobretudo, a saúde dos sujeitos, reconhecendo a mídia como instância mediadora da maior parte dos processos de produção cultural (COELHO, 1996; SILVA, 2001; SERRA; SANTOS, 2003; AZEVEDO; GONÇALVES, 2008; MENDES; PIRES, 2009).

Aquele velho incômodo infanto-juvenil e indagações sobre alguns conteúdos da internet se deram nesse momento a partir de um novo olhar, tomaram uma nova forma, mais acadêmica e madura de pensar a mídia.

Minhas reflexões começaram principalmente em relação aos assuntos inerentes à supervalorização da estética corporal, da cultura do corpo, de questões nutricionais, dos hábitos alimentares, da obesidade, da promoção/manutenção da saúde dentre outros, comumente veiculados nos diferentes meios de comunicação e são/estão diretamente relacionados com a educação física.

Comecei a perceber, notadamente a partir do contato com redes sociais, que tais conteúdos passaram a ser tratados e amplamente divulgados de inúmeras formas e de modo desenfreado por pessoas/perfis e *sites* que oferecem desde notícias a dicas de exercícios físicos e nutrição, quando não a própria prescrição de treinos. Tais fontes deixam a desejar sobre sua fidedignidade, alavancando assim um enfrentamento entre a liberdade de expressão e a legalidade do exercício da profissão da educação física, num emaranhado de irresponsabilidade moral e social.

Deste modo, este momento de dissertar na pós-graduação parece oportuno para que minhas inquietudes se coloquem à tona e, diante de meus anseios e daquilo que

minhas "máquinas do tempo" me instigam, me dedico em melhor compreender essa "Idade Mídia"<sup>7</sup>, dispondo-me a analisar e discutir sobre os estudos que tem tratado sobre a educação física e a mídia de forma conexa, bem como sobre o modo como a profissão tem sido representada na mídia.

Antes de mais nada, cabe esclarecer rapidamente alguns dos caminhos que busquei seguir durante o percurso. Cabe elucidar que a expressão “representação da educação física” utilizada nesta pesquisa, tem embasamento na Teoria da Representação Social. O termo foi utilizado de forma ampla, empregado como sinônimo de representação coletiva de um determinado público, especificamente esclarecido no capítulo 4.

Quanto a terminologia “educação física”, busquei utilizá-la de modo geral enquanto área de conhecimento, contudo, devido aos objetivos específicos de cada artigo, em determinados momentos, as discussões inevitavelmente se afunilaram mais aos domínios profissionais do campo do bacharelado, com os discursos relacionados à saúde, à atividade física de performance, à estética corporal, ao treinamento esportivo etc., embora as pretensões gerais sejam as discussões da profissão como um todo.

Outro termo bastante utilizado ao longo do texto e passível de uma confusão conceitual diz respeito ao vocábulo “conteúdo”.

Ressalvo, porém, que não o utilizei em seu sentido de conteúdos estruturantes da educação física (jogos e brincadeiras, esporte, dança, lutas e ginástica), apesar de que natural e comumente o uso do termo conteúdo neste âmbito remeta a tal interpretação, ou ainda como conteúdo expresso em referenciais que tratam da educação. Neste estudo, o contexto geral do uso do verbete “conteúdo” foi para indicar a essência das publicações (nas redes sociais), o que está contido, suas ideias e assuntos.

Destarte, segue em sequência uma exposição mais detalhada e aprofundada do que se pretende o presente estudo.

---

<sup>7</sup> Termo utilizado por Antonio Albino Canelas Rubim, em sua obra *A contemporaneidade como Idade Mídia* (2000).

### 1.3 APRESENTAÇÃO DA DISSERTAÇÃO

O mercado de trabalho contemporâneo é exigente e multifacetado. Frente à complexidade do modelo de sociedade atual, com o crescimento do mercado consumidor e o progresso tecnológico, exige-se cada vez mais que as prestações de serviços sejam diferenciadas e especializadas, de acordo com suas respectivas profissões.

A educação física, área do conhecimento humano de intervenção acadêmica e profissional, não fica de fora de tais exigências mercadológicas modernas. Se observarmos o percurso histórico da área podemos recapitular que questões sobre a ampliação do mercado de trabalho vem sendo abordadas há algum tempo, como por exemplo, a partir da disponibilização das duas habilitações do curso, licenciatura e bacharelado (Parecer nº215/87 do Conselho Federal de Educação/CNE), mais tarde complementadas e legitimadas pelas Resoluções nº 01/02/CNE e nº 07/04/CNE.

Diferentemente do licenciado que é nominado professor ou docente, a titulação do bacharel varia de acordo com o seu setor de atuação no mercado de trabalho e especificidade de intervenção. Distintas denominações podem ser adotadas como preparador físico, orientador de exercícios fisiocorporais, gestor de educação física e esportes, recreador, ludomotricistas, professor/orientador de iniciação esportiva, educador físico, *personal trainer* (NUNES; VOTRE; SANTOS, 2012; BARROS, 2006) dentre outros.

Seus locais de atuação se caracterizam como campo de trabalho não-escolar e há uma extensa lista de possibilidades. Resumidamente, o bacharel em educação física é um profissional de possibilidade multidisciplinar de atuação com espaço nas diferentes instâncias nas quais configuram-se atividades físico esportivas fora da escola (curricularmente falando), com capacidade de intervir em campos como o esporte, o lazer e a gestão empreendedora nesta área, na prevenção, promoção, manutenção e reabilitação da saúde, na educação e também em projetos sociais.

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).

Este cenário permeado pelo aumento da representatividade e popularização da indústria *fitness* no segmento econômico tem transformado a atividade física, o exercício e o esporte em marcantes fenômenos sociais que exigem recursos humanos cada vez mais preparados para produzir os valores próprios de sua prática (BARROS, 2006; SOEIRO, 2006), tornando-os cada dia mais uma necessidade humana em todas as idades. "Todos podem, e devem praticar educação física nas suas diversas manifestações" (BARROS, 2006, p.250). Em outras palavras, cabe dizer que as novas configurações sociais e suas demandas tem gerado mudanças significativas na área da educação física.

Proporcionalmente ao crescimento no segmento econômico e interligado a ele, a esfera do campo do bacharelado da educação física como o "movimento *fitness*" (JACOB, 2014), da corpolatria, da busca pelo corpo perfeito, da nutrição esportiva, da saúde e da estética tem se expandido e disseminado pela sociedade, sobretudo por intermédio da mídia em seus diferentes formatos.

Segundo Santaella (2003), no sentido amplo a palavra mídia se refere a qualquer tipo de meio de comunicação quer sejam aparelhos, dispositivos ou mesmo programas auxiliares da comunicação, ou seja, ela abrange desde os meios de comunicação de massa informativos ou não (jornal, rádio, televisão, revista ou mesmo uma telenovela), aos meios publicitários como *outdoors* e a todos os processos comunicativos mediados por um computador.

Ao mesmo tempo em que a mídia reflete o movimento da sociedade, ela também integra o sistema de disseminação de significados e contribui para com a construção da realidade social percebida pelos seres humanos, ou seja, ao intermediar a relação pessoas-fatos, orienta-se o modo como elas enxergarão os acontecimentos, pois seus signos e mensagens são capazes de moldar o pensamento e a sensibilidade humana, além de proporcionar o aparecimento de novos ambientes socioculturais (SANTAELLA, 2003; FALCÃO, PEREIRA JÚNIOR, 2013).

Isso significa que ao mesmo tempo em que é influenciada pela sociedade, a mídia e seus conteúdos também a influenciam. Nesse sentido, apesar de tal descrição relacional parecer complexa e paradoxal, entendemos que os meios midiáticos se fazem importantes e necessários pois este ir e vir de conteúdos e notícias ajudam, de certa forma, a legitimar a área, a alertar, noticiar, motivar, divulgar, criticar e, enfim, socializar a educação física e suas propriedades formativas e profissionais.

Sendo assim, podemos apontar a internet como um dos meios comunicativos

mais potenciais para cumprir tais atribuições na atualidade, tendo que ela é o meio de comunicação de massa mais recente e que ganha vantagem dentre os demais meios por sua alta capacidade de velocidade e atualização informacional, permitindo-se ler, ouvir ou assistir uma notícia em tempo simultâneo ao que se ocorre (SILVA et al., 2014).

Dentre as mídias, o ciberespaço com sua fluidez natural tem papel crucial e significativo, pois “rompe com fronteiras nacionais e redimensiona as questões sociais, econômicas e políticas, à medida que modifica a relação tempo/espaço” (SEGURADO; LIMA; AMENI, 2015, p.2), destacando-se pela facilidade e alcance abrangente na sociedade e contribuindo para a disseminação rápida e até mesmo em tempo real de notícias, informações e conteúdos de modo geral seja por meio de *sites*, blogs, portais ou redes sociais, sendo estas últimas, destaque no cenário atual.

Entretanto, autores como Santaella (2003), Lemos (2002) e Rozendo e Montipó (2014) alertam para a natureza heterogênea da cibercultura, para os conteúdos do ciberespaço, sobretudo para o lado democrático das redes sociais onde os protagonistas (dos fatos e narrativas) são pessoas comuns e compartilham suas publicações sem nenhuma espécie de "filtro" que qualifique tais conteúdos.

Esta realidade pode ser percebida nos últimos anos, a partir de escândalos sobre o exercício ilegal da profissão de educação física que estouraram nos noticiários de diferentes meios de comunicação, com casos de leigos atuando em praias, academias dentre outros locais, além de alguns deles usarem as redes sociais para compartilhar e fornecer dicas de treinos e dietas.

Dois casos foram bastante repercutidos na mídia brasileira recentemente, um deles diz respeito a uma jornalista do estado de Recife, “M.E.B”.<sup>8</sup>, que no ano de 2013 resolveu realizar um exercício abdominal visto num perfil de rede social. Ao ficar suspensa numa barra de cabeça para baixo para realizar o exercício, a jornalista caiu, batendo as costas no chão e o pescoço num bloco de madeira. O fato transformou-se em tragédia, deixando-a paraplégica durante um mês e meio e atualmente “M.E.B” leva sequelas desta experiência e anda com dificuldades.

Outro caso que virou notícia nacional refere-se a “R.B.”, namorado de uma das mais famosas "blogueiras *fitness*" brasileira (“G.P.”). Sem formação profissional em educação física e nenhum pudor, “R.B.” se referia como "*lifestyle coach*" (treinador em

---

<sup>8</sup> Apesar de amplamente divulgados na mídia, optou-se por utilizar apenas as iniciais nominais, para preservar a identidade dos sujeitos.

estilo de vida) para seus mais de 170 mil seguidores da rede social Instagram, com dicas de dietas e exercícios físicos, o que lhe rendeu uma autuação do Conselho Regional de Educação Física de São Paulo (CREF-SP)<sup>9</sup>.

Os atributos midiáticos parecem ultrapassar pelos âmbitos da profissão e, de frente estes novos contornos, além dos diferentes conhecimentos da área e suas respectivas competências profissionais apontadas pela Lei 9696/98 (Art. 3) dentre outras mais, tem-se exigido do professor/profissional de educação física uma nova habilidade: manobrar os “professores virtuais” soltos pelas mídias e suas respectivas consequências.

Para além de incesso e de contrariar os princípios de legitimidade, legalidade e autenticidade da formação profissional da área da educação física e todas as conquistas já adquiridas em seu processo histórico, o exercício ilegal da profissão por sujeitos sem formação acadêmica profissional foge à moralidade, é um ato vergonhoso e desrespeitoso não somente com a profissão e seus respectivos profissionais, mas sobretudo com a própria sociedade e com os sujeitos que se envolvem nesse processo, tendo em vista que a falta de conhecimento necessário pode prejudicar a saúde dessas pessoas, causar traumas e danos físicos e psicológicos por vezes irreversíveis, como o caso da jornalista recifense supracitada.

Diante do exposto, este estudo vai ao encontro da necessidade de compreender como a educação física e os assuntos relacionados a sua prática profissional tem sido representado na mídia frente à composição híbrida do ciberespaço, de sua mistura de linguagens, meios e atores.

Nesse sentido, o objetivo geral da pesquisa foi investigar como a educação física se caracteriza na mídia a partir das produções e reproduções midiáticas, a fim de compreender como a profissão tem sido representada e veiculada sob esta ótica.

Para atingi-lo, tivemos como objetivos específicos: analisar o estado da arte sobre educação física e mídia em artigos científicos indexados no período de 2006 a 2015, a fim de identificar como tem se caracterizado e problematizado os assuntos inerentes à temática em questão nos estudos científicos; realizar uma revisão sistemática sobre educação física e redes sociais de artigos indexados no período de 2006 a 2015, a fim de identificar como estes se caracterizam e relacionam suas temáticas; e; explorar como se dão o trato e a veiculação de conteúdos relacionados a educação física na rede

---

<sup>9</sup> Ver mais em: <[http://www.crefsp.org.br/interna.asp?campo=3058&secao\\_id=128](http://www.crefsp.org.br/interna.asp?campo=3058&secao_id=128)>.



social Instagram, buscando identificar como a área tem sido representada nesta mídia a partir de suas postagens e uso de *hashtags*.

O presente estudo se justifica considerando-se o desenvolvimento progressivo das novas tecnologias e o movimento de virtualização do cotidiano social, que tem suscitado mudanças na rotina coletiva e individual da sociedade e em suas inter-relações.

Conduzidos pelos interesses da indústria cultural e utilizando-se muitas vezes de meios e jogos de sedução, os meios midiáticos têm direcionado o consumo e a idealização de padrões corporais estéticos a partir de ideologias, construindo um imaginário social de corpo “aceitável” (AZEVEDO; GONÇALVES, 2008), um modelo de corpo desejado, de modo que muitas vezes não se leva em conta a saúde e/ou os meios para se alcançar tais objetivos.

Neste caminho, as influências midiáticas acabam por interferir positiva e negativamente na intervenção do profissional de educação física que atua nas áreas da saúde, da estética e das práticas corporais altamente ligadas a performance no que tange a composição e imagem corporal: se por um lado há um aumento no incentivo e impulsão na procura pelo ofício, por outro, surgem condutas ilícitas praticadas por agentes não especializados, retratando a lamentável “atuação” de leigos que se passam por profissionais e exercem uma profissão que não lhe condizem.

Além do mais, as temáticas abordadas são contemporâneas e se fazem fortemente presente no cotidiano atual, sobretudo no que diz respeito às redes sociais e mais especificamente à sua produção e reprodução de conteúdos referentes a exercícios físicos, treinos, alimentação, dietas e suplementação nutricional relacionadas ao treinamento físico.

Nesse sentido, este estudo se fundamenta tendo em vista o impacto das mensagens midiáticas na vida dos seres humanos, em seus estilos de vida, seus hábitos diários, seus modos de pensar e agir, transformando a sociedade e consecutivamente o âmbito profissional, educacional, as Instituições de Ensino Superior (IES), os agentes educacionais e a formação profissional dos indivíduos.

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, A. A.; GONÇALVES, A. S. **O corpo na contemporaneidade: a educação física pode resignificá-lo?**. Revista da Educação Física/UEM. Maringá, v. 19, n. 1, p. 119-130, 1. trim.2008.

BARROS, José M Camargo. Profissão, regulamentação profissional e campo de trabalho. In: SOUZA NETO, S.; HUNGER, D. Formação profissional em educação física: estudos e pesquisas. / Samuel de Souza Neto, Dagmar Hunger (orgs.) - Rio Claro: Biblioética, p.245-250, 2006.

BETTI, M. **“Imagens em ação”**: uma pesquisa-ação sobre o uso de matérias televisivas em programas de educação física no ensino fundamental e médio. Movimento, Porto Alegre, v.12, n. 02, p. 95-120, maio/agosto de 2006.

BETTI, M.; COSTA, A. Q. **Mídias e jogos**: do virtual para uma experiência corporal educativa. Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v. 27, n. 2, p. 165-178, jan. 2006.

BRASIL, 2012. **Lei Nº 12.737, de 30 de novembro de 2012**. Dispõe sobre a tipificação criminal de delitos informáticos; altera o Decreto-Lei no 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal; e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/112737.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112737.htm)>. Acesso em: 25 de maio de 2016.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, Senado, 1998.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 29 de julho de 2015.

BRASIL. Lei nº 9.696 de 1 de setembro de 1998. **Dispõe sobre a regulamentação da Profissão de Educação Física e cria os respectivos Conselho Federal e Conselhos Regionais de Educação Física.** Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19696.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19696.htm). Acesso em: 08 de agosto de 2015.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação/ Conselho Pleno. Resolução nº. 01 de 18 de fevereiro de 2002. **Institui diretrizes curriculares nacionais para a formação de professores da educação básica, em nível superior, curso de licenciatura, de graduação plena.** Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/res1\\_2.pdf](http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/res1_2.pdf)>. Acesso em: 09 de maio de 2015.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior. Resolução nº 7, de 31 de março 2004. **Institui as diretrizes curriculares nacionais para os cursos de Educação Física, em nível superior de graduação plena.** Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/ces0704edfísica.pdf>. Acesso em: 05 de maio de 2015.

CASADO, Aline Gabriela Pescaroli. **Cyber bullying**: violência virtual e o enquadramento penal no Brasil. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XIV, n. 95, dez 2011.

Disponível em: < [http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=10882](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=10882) >. Acesso em maio 2016.

COELHO, Cláudia Regina Bergo. **Tecnologias da comunicação e informação na Educação Física Infantil**. Motriz, Rio Claro, v.14 n.3, p.337-345, jul./set. 2008.

COELHO, Teixeira. **O Que é Indústria Cultural**. Coleção Primeiros Passos, vol 08, São Paulo, Editora Brasiliense, 16ª ed., 1996.

CONSELHO REGIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA DA 4ª REGIÃO. CREF/SP. **Caso Barbato: Educadores físicos apontam a importância do CREF para atuar na profissão**. 09/04/2015. Disponível em: [http://www.crefsp.org.br/interna.asp?campo=3058&secao\\_id=128](http://www.crefsp.org.br/interna.asp?campo=3058&secao_id=128).

FALCÃO, Carlysângela Silva; PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Vizeu. **Ciberjornalismo e construção do entretenimento**. Mídia e Cotidiano, Artigos Seção Livre, Número 3, p.376-390, dezembro 2013.

IRIART, Jorge Alberto Bernstein; CHAVES, José Carlos; ORLEANS, Roberto Ghignone de. **Culto ao corpo e o uso de anabolizantes entre praticantes de musculação**. Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, 25(4):773-782, abr, 2009.

JACOB, Helena. **Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram**. Revista Comunicare – Dossiê Feminismo, Volume 14 – Nº 1 – 1º Semestre de 2014.

LEMOS, André. **Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre, Sulinas, 2002.

MENDES, D. S.; PIRES, G. L. **Desvendando a janela de vidro: relato de uma experiência escolar de mídia-educação e educação física**. Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v. 30, n. 3, p. 79-94, maio 2009.

NUNES, Marcello Pereira; VOTRE, Sebastião Josué; SANTOS, Wagner dos Santos. **O profissional em educação física no Brasil: Desafios e perspectivas no mundo do trabalho**. Motriz, Rio Claro, v.18 n.2, p.280-290, abr./jun. 2012. doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S1980-65742012000200008>.

OLIVEIRA, M. R. R.; PIRES, G. L. **O primeiro olhar: experiência com imagens na educação física escolar**. Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v. 26, n. 2, p. 117-133, jan. 2005.

PORTAL DA EDUCAÇÃO FÍSICA. **Falso professor de educação física é preso por dar aula em praia do Espírito Santo**. Política e legislação. 23 de janeiro de 2014. Disponível em: <http://www.educacaofisica.com.br/carreiras2/politica-legislacao/falso-professor-de-educacao-fisica-e-presos-por-dar-aula-em-praia-do-es/> . Acesso em: 10 de agosto de 2015.

PORTAL DA EDUCAÇÃO FÍSICA. **Leigos que dão dicas de exercícios e dieta**

**cometem crime e podem ser presos.** Política e legislação. 13 de abril de 2015. Disponível em: <http://www.educacaofisica.com.br/carreiras2/leigos-que-dao-dicas-de-exercicios-e-dieta-cometem-crime-e-podem-ser-presos/> . Acesso em: 10 de agosto de 2015.

PPGEDF-UFPR. Norma 01/2011- **Instruções e procedimentos normativos para elaboração e defesa de dissertações e teses.** Programa de Pós-Graduação em Educação Física da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011. Disponível em: <<http://www.pgedf.ufpr.br/downloads/Norma%2001%20PPGEDF.pdf>>. Acesso em: 24/05/2016.

PPGEF-UFSC. **Norma 02/2008.** Programa de Pós-Graduação em Educação Física, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em: <<http://ppgef.ufsc.br/files/2012/04/Norma02PPGEF2008.pdf>>. Acesso em: 24/05/2016.

PPGEF-UNICAMP. **INFORMAÇÃO CCPG/001/2015.** Substitui Informação CCPG/002/2013 e Altera a redação da versão aprovada pela CCPG em 17/06/2015). Normas sobre o formato e a impressão das dissertações de mestrado e teses de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Educação Física da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2015. Disponível em: <[http://www.fef.unicamp.br/feff/sites/uploads/alteracao\\_da\\_informacao\\_ccpg\\_001\\_2015\\_alterada\\_em\\_14\\_10\\_2015\\_2.pdf](http://www.fef.unicamp.br/feff/sites/uploads/alteracao_da_informacao_ccpg_001_2015_alterada_em_14_10_2015_2.pdf)>. Acesso em: 24/05/2016.

REIS, Wanderlei José dos. **Delitos cibernéticos:** implicações da lei nº 12.737/12. Connection Line – Revista eletrônica da UNIFAG, n.13, 2015, p.127-134. DOI: <http://dx.doi.org/10.18312%2F1980-7341.n13.2015.251>.

ROZENDO, Suzana.; MONTIPÓ, Criselli. **Boas histórias que o jornalismo quase deixou de contar:** as redes sociais como pauta para a produção jornalística. Mídia e Cotidiano Artigos Seção Livre. Número 4, p.88-104, Junho 2014.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **A contemporaneidade como idade média.** Interface (Botucatu), Ago 2000, vol.4, no.7, p.25-36. ISSN 1414-3283. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/icse/v4n7/03.pdf>. Acesso em: 30 de junho de 2015.

SANTAELLA, Lúcis **Culturas e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulos, 2003.

SEGURADO, Rosemary; LIMA, Carolina Silva Mandú de; AMENI, Cauê S. **Regulamentação da internet:** perspectiva comparada entre Brasil, Chile, Espanha, EUA e França. Hist. cienc. saude-Manguinhos vol.22 supl. Rio de Janeiro dez. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-59702014005000015>.

SERRA, Giane Moliari Amaral; SANTOS, Elizabeth Moreira dos. **Saúde e mídia na construção da obesidade e do corpo perfeito.** Ciência & Saúde Coletiva, 8(3):691-701, 2003

SILVA, Ana Márcia. **Corpo e diversidade cultural.** Rev. Bras. Cienc. Esporte, v. 23, n. 1, p. 87-98, set. 2001.

SILVA, Roberto Nascimento Braga da; TALAMONI, Guilherme Augusto; TAVARES JUNIOR, Antonio Carlos; CRESSONI, Franz Eric de Goes; TEBALDIA, Marina; PAJANIAN, Flávio; OLIVEIRA, André Luis de; DRIGO, Alexandre Janotta. **Futebol e a construção da imagem de treinadores pela mídia**: um estudo a partir das notícias de um site de grande visitação na web. Rev Bras Ciênc Esporte. 2014;36(3):648-655

SILVEIRA, Artur Barbosa da. **Os crimes cibernéticos e a Lei nº 12.737/2012**. Conteúdo Jurídico, Brasília-DF: 22 jan. 2015. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.52253&seo=1>>. Acesso em: 26 maio 2016.

SOEIRO, Maria Isaura Plácido. Educação física, profissão e mercado. In: SOUZA NETO, S.; HUNGER, D. Formação profissional em educação física: estudos e pesquisas. / Samuel de Souza Neto, Dagmar Hunger (orgs.) - Rio Claro: Biblioética, p.257-264, 2006.

SOUZA, Márcia Rebeca Rocha de.; OLIVEIRA, Jeane Freitas de.; NASCIMENTO, Enilda Rosenda do.; CARVALHO, Evanilson Souza de Santana. **Droga de corpo! Imagens e representações do corpo feminino em revistas brasileiras**. Rev Gaúcha Enferm. 34(2): p.62-69.2013.

# CAPÍTULO 2

---

## EDUCAÇÃO FÍSICA E MÍDIA: O ESTADO DA ARTE DE 2006 A 2015

**Resumo:** Em função de sua legitimidade nos diferentes setores sociais, a mídia e as tecnologias informacionais e comunicacionais tem sido alvo de pesquisadores da educação física, que buscam revelar os seus desdobramentos, possibilidades e consequências para a área e sua prática profissional. O presente estudo teve como objetivo analisar o estado da arte sobre educação física e mídia em artigos científicos indexados no período de 2006 a 2015, a fim de identificar como tem se caracterizado e problematizado os assuntos inerentes à temática em questão. Para esta pesquisa qualitativa de cunho descritivo, a coleta de dados ocorreu nas bases indexadoras Eric, Lilacs, PubMed e Web of Science, sendo os dados tratados a partir de análise de conteúdo e estatística descritiva. Nos estudos encontrados, predominaram os focados em discutir assuntos inerentes à promoção da saúde e à construção social do corpo ligada à padrões estéticos, ressaltando-se também nos artigos a primazia do envolvimento com mídias virtuais, com a internet e a tecnologia. Os aspectos multidisciplinares dos estudos e a importância de uma pluralidade de olhares e perspectivas sob um mesmo objeto de pesquisa também foram pontos em destaque nos mesmos. Ressaltamos a relevância de um maior número de estudos na educação física envolvendo a mídia e seus desdobramentos, mas, sobretudo, apontamos a necessidade de que os educadores conduzam esforços para além das pesquisas, direcionando as orientações para a população sobre esta temática mutante, fluída e de inúmeras reflexões possíveis. Dirigimos tais considerações sobretudo no que tange aos alunos, parcela social mais próxima de nós educadores a quem nos cabe o papel e a responsabilidade sobre a formação.

**Palavras-chave:** Educação Física. Mídia. Produção do conhecimento.

## **PHYSICAL EDUCATION AND MEDIA: STATE OF ART FROM 2006 TO 2015**

**Abstract:** Because of its legitimacy in different social sectors, the media and the informational and communicational technologies has been the subject of physical education researchers who seek to reveal its developments, possibilities and consequences for the area and its professional practice. This study aimed to analyze the state of the art about physical education and media in scientific articles indexed from 2006 to 2015 in order to identify how it has been characterized and discussed the issues related to the theme in question. For this qualitative research of descriptive nature, data collection occurred in indexing databases Eric, Lilacs, PubMed and Web of Science, and the data processed from content analysis and descriptive statistics. In the studies found, predominated focused on discussing issues related to the promotion of health and social construction of the body linked to the aesthetic standards, also pointing out to us the primacy of articles involvement with virtual media, with the Internet and technology. The multidisciplinary aspects of the studies and the importance of a plurality of views and perspectives on the same object of research were also points highlighted in them. We highlighted the importance of a greater number of studies in physical education involving the media and its consequences, but above all, we point out the need for educators lead efforts beyond research, directing guidelines for the population of this mutant and fluid theme with numerous reflections possible. We drove such considerations especially to the students, closer social portion of us educators who we are have the responsibility for training.

**Key words:** Physical Education. Media. Knowledge Production.

## 2.1 INTRODUÇÃO

A produção do conhecimento científico exige saberes básicos e específicos por parte de quem o faz, seja para produzir inovações ou análises dedicadas em compreender e desvendar os fenômenos sociais. Para que o mundo e a humanidade se desenvolvam em seus diferentes aspectos, sejam eles econômicos, culturais ou sociais, a ciência se faz condição primordial, considerada mola propulsora para o progresso da nação (OLIVEIRA et al., 2012).

As tecnologias informacionais e comunicacionais têm conduzido a disseminação das investigações científicas de forma extensiva sobretudo devido à internet e seus desdobramentos, conceituada um dos maiores mecanismos da globalização cultural e uma das invenções mais revolucionárias do século (MIRANDA; FARIAS, 2009; GONÇALEZ; JORENT, 2013).

Acessível e veloz, a internet instituiu sua importância e legitimidade não somente pela sua capacidade de comunicação entre as pessoas pelo mundo, mas pelo seu papel imprescindível em outros campos, como a economia e a educação, e os conteúdos produzidos e/ou veiculados pelas mídias virtuais ultrapassam as telas e culminam nas diferentes esferas sociais.

Na educação física, há tempos a mídia tem sido alvo de pesquisadores nacionais, que buscam compreender e desvelar suas influências e consequências positivas ou negativas, suas relações para com os seus conteúdos e práticas, pedagogia e formação profissional, dentre outras implicações para a área, (KENSKI, 1995; BETTI, 1998; OLIVEIRA, 2004; BATISTA; BETTI, 2005; MACHADO; ZANETTI; MOIOLI, 2011; LEITÃO, 2013; SILVA et al., 2014; COELHO, 2015; PEREIRA et al., 2015).

Ao depararmos-nos com a relevância da mídia na atualidade e sua forte presença e papel exercido em todos os âmbitos sociais, inclusive nos diferentes campos profissionais e, portanto, na educação física, algumas inquietações emergiram instigando a realização da pesquisa em questão, dentre elas: Como tem se caracterizado a produção do conhecimento comprometida em discutir sobre mídia, educação física e/ou os objetos de estudo que dizem respeito ao seu campo de conhecimento e prática profissional? Quais tipos de mídia as pesquisas têm tratado e com quais temáticas têm se relacionado? Os estudos que vêm abordando essas temáticas são de qual área do conhecimento disciplinar?

No anseio por respostas para tais indagações, este trabalho teve como principal objetivo analisar o estado da arte sobre educação física e mídia em artigos científicos



indexados no período de 2006 a 2015, a fim de identificar como tem se caracterizado e problematizado os assuntos inerentes à temática em questão. Para alcançar tal objetivo, foi necessário: mapear e selecionar os artigos referentes ao objeto de pesquisa, indexados nas bases de dados Eric, Lilacs, Web of Science e PubMed entre os anos de 2006 a 2015; elaborar um banco de dados da produção do conhecimento encontrada a partir dos dados de identificação, objetivos, metodologia, área do conhecimento e foco temático do estudo; categorizá-los e analisá-los por meio de análise de conteúdo.

Baseados no suporte teórico utilizado para embasamento das premissas iniciais da pesquisa, acreditamos que os estudos que relacionam a mídia, educação física e/ou objetos de estudo inerentes a ela sejam, predominantemente, provenientes da área da educação física; frente a conformação atual da sociedade e suas relações fortemente permeadas e entrelaçadas pela internet e pela alta tecnologia, supõe-se que os tipos de mídia mais retratados nos estudos sejam os virtuais; e dentre as temáticas inerentes à educação física, os conteúdos referentes a saúde e a estética corporal se sobressaíam nos focos temáticos dos estudos.

## **2.2 METODOLOGIA**

A presente pesquisa delinea-se como qualitativa de cunho descritivo que, de acordo com Cervo e Bervian (1996, p.54) “observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los”. Segundo os mesmos autores o estudo caracteriza-se ainda como bibliográfico, tendo o objetivo de explicar um determinado problema a partir de referenciais teóricos publicados em documento.

Mais especificamente, trata-se de um estado da arte, também conhecido como “estado do conhecimento”, um tipo de estudo definido e caracterizado como bibliográfico do qual alguns autores abordam com maior afinco. Vosgerau e Romanowski (2014) caracterizam o estado da arte como um tipo de revisão de literatura, que se dá a partir de um levantamento bibliográfico organizado por procedência quer seja por fontes científicas como artigos, teses e dissertações, ou por fontes de divulgação de ideias como revistas, sites, vídeos, dentre outros.

Nesses estudos, as produções bibliográficas acadêmicas de determinada área do conhecimento são mapeadas, analisadas e discutidas, gerando o estado da arte de um tópico particular, evidenciando quais aspectos, dimensões, ideias, métodos, temas e subtemas têm sido enfatizados e/ou desprivilegiados na literatura selecionada, em épocas e lugares específicos (FERREIRA, 2002; NORONHA; FERREIRA, 2000).

Para Rocha (1999), um estudo de estado da arte pode ainda contribuir com a consolidação de uma determinada área de conhecimento e a constituição de orientações práticas pedagógicas para o delineamento de medidas de formação profissional desta área, pois, ao estabelecer relações com produções antecedentes, permite-se a identificação das temáticas mais recorrentes, mas também o lançar de novos olhares e perspectivas.

O levantamento de dados se deu a partir das bases de dados Eric<sup>10</sup>, Web of Science<sup>11</sup>, PubMed<sup>12</sup> e Lilacs<sup>13</sup>. A opção por tais plataformas se deu de forma intencional, tendo em vista o caráter de suas indexações (um abrangente índice de literatura técnica e científica que aborda temas sociais, de saúde e desenvolvimento com caráter educacional; uma base de dados integrada e multidisciplinar; uma base de pesquisa com foco em temas biomédicos e provenientes das ciências da vida; uma característica biblioteca online de pesquisas educacionais e informacionais, respectivamente) bem como suas abrangências internacionais, quer seja de um modo mais geral ou mais especificamente voltadas para a América Latina.

Respeitando as especificidades de cada base de dados, alguns termos de busca foram testados para que se obtivesse um resultado similar de combinação de termos de pesquisa em cada plataforma, chegando ao seguinte resultado: educação física, educação física e treinamento, Mídia de massa, Efeitos da mídia de massa, Mídia social e Mídia educacional (*Physical Education, Physical Education and Training, Mass Media, Mass Media Effects, Social Media, Educational Media*).

Foram selecionados para a pesquisa apenas artigos científicos publicados em periódicos nos anos de 2006 a 2015 em língua inglesa, portuguesa e espanhola, descartando-se os estudos de revisão em seus diferentes delineamentos (revisões de literatura, sistemáticas, narrativas, integrativas, etc.) bem como os artigos que não possuem texto integral disponível de forma gratuita.

Após o mapeamento da produção do conhecimento, um banco de dados foi construído e cronologicamente organizado, apresentando os dados identificativos dos artigos (autor, título, nome do periódico e base de dados no qual foi encontrado), objetivo, metodologia, área de conhecimento da publicação e o foco temático do estudo.

---

<sup>10</sup> Ver mais em: <http://eric.ed.gov>

<sup>11</sup> Ver mais em: <http://isiknowledge.com>

<sup>12</sup> Ver mais em: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed>

<sup>13</sup> Ver mais em: <http://lilacs.bvsalud.org>

Observou-se ainda o país de origem dos artigos de acordo com o local de realização/coleta de dados dos mesmos e, quando não disponíveis tais dados em função do delineamento da pesquisa, a origem foi identificada a partir do país da instituição de vínculo dos autores, informado nos artigos.

Primeiramente realizou-se a leitura de títulos, resumos e palavras-chave e num segundo momento concretizou-se a seleção final de publicações a partir da leitura dos trabalhos na íntegra.

Os artigos foram categorizados e analisados por meio de análise de conteúdo, um “conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 1977, p.38). Assim sendo, a categorização se consolidou a partir das temáticas centrais enfocadas nos estudos e as subcategorias, consecutivamente, dizem respeito a assuntos inerentes às anteriores. Como apoio analítico e para melhor exposição dos resultados, o estudo fez uso ainda de dados quantitativos, empregando-se a estatística descritiva.

Destaca-se ainda que, apesar do presente estudo se tratar de uma pesquisa da área da educação física a seleção não se restringiu apenas a artigos científicos da mesma, isso porque consideramos que diversas temáticas são transversais e compartilham da interdisciplinaridade, logo, podem (e devem) ser abordadas e discutidas por mais de uma área de conhecimento, pois sozinha a educação física não daria conta de estudar as vertentes de todos os fenômenos.

Acreditamos que a partir de diálogos interdisciplinares a educação física se apropria e ressignifica “projetos e propostas de outras áreas, trazendo para o seu interior possibilidades inovadoras para o trato com os fazeres e saberes próprios e os emprestados pelo campo” (PIRES; LAZZAROTTI FILHO; LISBÔA, 2012, p.55-56). Abranger este acolhimento é abrir os olhos para outras perspectivas e tratamentos de um mesmo objeto de estudo, assim, buscamos superar a fragmentação e linearidade do saber unilateral e uni disciplinar por

entendemos que as interações estabelecidas com os diversos campos de conhecimento precisam ser melhor elaboradas, visando produzir novos saberes e fazeres que tenham organicidade e respondam às especificidades da Educação Física, quaisquer que sejam seus quadros conceituais de referência. (PIRES; LAZZAROTTI FILHO; LISBÔA,, 2012, p.74).

Nesse sentido, por meio da realização de um estudo de estado da arte e a partir do contato com as produções encontradas nos últimos dez anos sobre a temática em

questão, pretendeu-se identificar os assuntos de destaque nas discussões acadêmicas bem como possíveis lacunas, buscando uma articulação com a realidade da área e da formação profissional.

### **2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A coleta de dados foi realizada em outubro de 2015, resultando num total de 2.903 pesquisas encontradas. Após a exclusão de arquivos duplicados, o número parcial de estudos indexados em cada plataforma e suas respectivas porcentagens relativas apresentaram-se da seguinte forma: Eric, com 2.687 estudos (92,9%); Lilacs, com 127 estudos (4,4%); PubMed, com 45 estudos (1,6%) e; Web of Science, com 35 estudos (1,1%).

Conforme as características de indexação de cada plataforma, os dados encontrados apontaram, inicialmente, uma prevalência de estudos caracterizados por temas sociais e informacionais, de saúde e desenvolvimento com ênfase educacional.

No primeiro momento de seleção dos dados a partir da leitura de títulos, resumos e palavras-chave, 2.826 estudos foram descartados devido a não adequação aos critérios de inclusão estabelecidos para o estudo (ser um artigo científico, publicado em periódicos entre 2006 e 2015 nas línguas inglesa, portuguesa e espanhola e indexados nas bases utilizadas Eric, Lilacs, Web of Science e PubMed) e/ou pela conformidade com os critérios de exclusão (ser estudo de revisão em seus diferentes desdobramentos, não possuir texto integral de acesso gratuito), restando para a fase posterior 63 artigos.

Com a leitura integral, se pode identificar mais 15 estudos inadequados aos critérios de inclusão, excluídos por serem artigos sem relação com a educação física (n=10) ou sem relação com a mídia (n=1), artigos de revisão de literatura (n=2), artigo publicado em conferência (n=1) e estudo que não se tratava de artigo científico (n=1). Enfim, chegou-se ao número final de 48 artigos científicos coletados e selecionados, a partir dos quais o banco de dados foi construído possibilitando nossas análises.

O pressuposto inicial sobre a predominância sequencial das bases de dados supracitado se confirmou, haja vista que, apesar da distribuição mais equilibrada entre as demais bases, a plataforma Eric manteve sua colocação no topo da lista representando 60,4% dos artigos selecionados (29 artigos). Na sequência, PubMed e Web of Science representaram igualmente 16,7% cada uma (com 8 artigos cada, respectivamente) e, por fim, a base de dados Lilacs com 6,2% de representatividade (3 artigos).

Os 48 artigos originais publicados entre 2006 e 2015 e elegidos para este estudo estão apresentados no Quadro 1 a seguir, estruturado de acordo com os autores, ano de publicação, título, objetivos e delineamento metodológico dos artigos, seguidamente da base de dados na qual foi localizado.

<b>Autores/ Ano</b>	<b>Título</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Base de dados</b>
Azzarito, L.; Solmon, M. A. A. (2006)	A feminist poststructuralist view on student bodies in physical education: Sites of compliance, resistance, and transformation.	Investigar, como estudantes do ensino médio identificam-se com imagens de corpos fisicamente condicionados em revistas esportivas e como os significados dos alunos sobre seus corpos influenciam sua participação ou resistência à educação física.	Web of Science
Bessenoff, G. R. (2006)	Can the Media Affect Us? Social Comparison, Self-Discrepancy, and the Thin Ideal.	Explorar a auto-discrepância da imagem corporal como moderadora e a comparação social como mediadora nos efeitos em mulheres a partir de imagens de magreza ideal na mídia, bem como examinar os efeitos negativos de tais comparações.	Eric
Harrison, M.; Burns, C. F.; McGuinness, M.; Heslin, J.; Murphy, N. M. (2006)	Influence of a health education intervention on physical activity and screen time in primary school children: 'Switch Off--Get Active'	Avaliar a eficácia de "Switch Off-Get Active" (Desligar-Ser ativo), uma intervenção de educação em saúde controlado de 16 semanas, para aumento da atividade física e redução do tempo de tela e IMC em crianças de escola primária, e comparar crianças com altos e baixos tempo de tela.	PubMed
Salmon, J.; Hume, C.; Ball, K.; Booth, M.; Crawford, D. (2006)	Individual, social and home environment determinants of change in children's television viewing - the Switch-Play intervention.	Investigar a contribuição de fatores individuais, sociais e ambientais domésticos na mudança na visualização de TV ao longo de um período de 21 meses entre crianças australianas de 10 anos de idade.	PubMed
Lines, G. (2007)	The impact of media sport events on the active participation of young people and some implications for PE pedagogy,	Analisar um intenso período de cobertura de esportes midiáticos na imprensa britânica durante campeonatos masculinos de futebol europeus (Euro 96, Wimbledon Lawn Tennis Championships e os Jogos Olímpicos de Atlanta) e como jovens do Reino Unido que consomem estes produtos criam oportunidades e desafios para a sua própria participação esportiva.	Eric
Heiland, T. L.	Body image of dancers	Baseado em teorias feministas e	Eric

Murray, D. S.; Edley, P. P. (2008)	in Los Angeles: the cult of slenderness and media influence among dance students	foucaultianas do corpo, o estudo examinou o culto da magreza entre os estudantes de dança que cresceram na área de Los Angeles e irão seguir carreiras na indústria do entretenimento.	
Legenbauer, T.; Ruhl, I.; Vocks, S. (2008)	Influence of Appearance-Related TV Commercials on Body Image State	Investigar a influência da exposição de mídia no estado de imagem corporal em pacientes com distúrbios alimentares, a fim de mostrar que os comerciais que caracterizam o ideal magro pode ser considerado como estímulos que desencadeiam esquemas relacionados com o corpo, levando à avaliação negativa do corpo e, portanto, um estado de imagem corporal negativo.	Eric
Anctil, E. (2009)	Institutional Advancement and Spectator Sports The Importance of Television	Explorar a ideia de "advertainment", sugerindo que os esportes são entretenimento e as universidades um produto de fusão por meio espectador do esporte televisionados.	Eric
Azzarito, L. (2009)	The Panopticon of physical education: pretty, active and ideally white	Explorar a construção social do corpo ideal em homens e mulheres jovens em aulas de educação física, utilizando imagens do corpo retirados de revistas populares de condicionamento físico e de esporte	Eric
Tsai, C. T. L. (2009)	Media systems and their effects on women's sport participation in Taiwan	Estudar sistemas de mídia e seus efeitos sobre a participação no desporto feminino em Taiwan, para compreender os choques culturais entre as ideologias de Confúcio e as ocidentais	Eric
Clocksinn, B. D.; Wattson, D. L.; Williams, D. P.; Randsell, L. (2009)	Integrated health and physical education program to reduce media use and increase physical activity in youth	Determinar/comparar se a saúde com base na Teoria Cognitiva Social e integrada ao currículo de educação física podem reduzir o uso de mídia e aumentar a atividade física mais do que a saúde tradicional e não integrada e currículos de educação física em adolescentes do ensino médio.	Eric
Daniels, E. A. (2009)	Sex Objects, Athletes, and Sexy Athletes: How Media Representations of Women Athletes Can Impact Adolescent Girls and College Women	Examinar como as imagens de atletas de desempenho, atletas sexualizadas, modelos sexualizadas e modelos não sexualizadas impactam as adolescentes e geram tendência em mulheres universitárias à auto-objetificação	Eric
Lowry, R.; Lee, S. M.; Fulton, J. E.; Kann, L. (2009)	Healthy People 2010 Objectives for Physical Activity, Physical Education, and Television Viewing	Compreender a extensão em que os objetivos do "Healthy People 2010" para a atividade física, educação física e visualização da televisão (TV) entre os adolescentes estão	PubMed

	Among Adolescents: National Trends From the Youth Risk Behavior Surveillance System, 1999–2007	sendo alcançados.	
Okely, A. D.; Trost, S. G.; Steele, J. R.; Cliff, D. P.; Mickle, K (2009)	Adherence to physical activity and electronic media guidelines in Australian pre-school children.	Avaliar a prevalência de níveis recomendados de atividade física e uso de meios eletrônicos em crianças de 2-5 anos, entre crianças urbanas de dois estudos em Brisbane e Greater Wollongong (Austrália).	PubMed
Silva, C. L.; Daolio, J. (2009)	Experiência pedagógica: análise de anúncios publicitários junto a estudantes de educação física Portugueses.	Descrever uma experiência pedagógica junto a estudantes de educação física do curso de Ciências do Desporto da Faculdade de Motricidade Humana, em Portugal	Web of Science
Azzarito, L. (2010)	Future Girls, transcendent femininities and new pedagogies: toward girls' hybrid bodies?	Defender a necessidade do envolvimento de estudiosos, educadores e meninas em conversas críticas sobre mídia, gênero, o corpo e identidade e discutir sobre o "corpo dócil", destacar discursos monoculturais contemporâneos do 'Alpha Girl' e 'Girl Future,' analisando as formas como estas novas imagens envolvem raça, classe, religião e deficiência.	Eric
Brengman, M.; Wauters, B.; Macharis, C.; Mairesse, O. (2010)	Functional effectiveness of threat appeals in exercise promotion messages	Analisar como o processo de combinação de elementos de recursos de ameaça e eficácia provocam diferentes respostas, a fim de compreender como as mensagens promocionais devem se constituir para levar efetivamente a uma resposta comportamental desejada.	Eric
Hayes, S. Tantleff-Dunna, S. (2010)	I'm too fat to be a princess? Examining the effects of popular children's media on young girls' body image	Examinar os efeitos da exposição à mídia popular (desenho animado infantil) na imagem corporal de meninas e comportamentos de aparência relacionada a eles.	Eric
Kretschmann, R. (2010)	Developing competencies by playing digital sports-games.	Postular competências desenvolvidas por jogar COTS-esportes computadorizados e jogos de vídeo e compará-los com aqueles desenvolvidos por atletas "reais" na prática de esportes "reais".	Eric
Rivera, I. R.; Silva, M. A.; Silva, R. D.; Oliveira, B. A.; Carvalho, A. C. (2010)	Physical inactivity, TV-watching hours and body composition in children and adolescents	Estabelecer nível de atividade física (NAF) e número diário de horas de TV (HTV) e a associação e/ou correlação destas variáveis com faixa etária, sexo, classe econômica, escola pública/privada, excesso de peso e obesidade, em	PubMed

		crianças/adolescentes.	
Sharpe, P. A.; Burroughs, E. L.; Granner, M. L.; Wilcox, S.; Hutto, B. E.; Bryant, C. A.; Peck, L.; Pekuri, L. (2010)	Impact of a Community-Based Prevention Marketing Intervention to Promote Physical Activity Among Middle-Aged Women.	Avaliar o efeito de estratégias de marketing social em aumentar a atividade física dos indivíduos.	Eric
Silva, C. L. (2010)	“Morangos com açúcar” na telinha: experiência pedagógica junto a estudantes portugueses de educação física	Descrever e analisar uma experiência pedagógica realizada junto a estudantes portugueses de Educação Física, que consiste na problematização de uma série televisiva, denominada “Morangos com açúcar”.	Lilacs
Tiggemann, M.; Polivy, J. (2010)	Upward and Downward: Social Comparison Processing of Thin Idealized Media Images	Examinar mais de perto os processos subjacentes envolvidos nas respostas das mulheres a imagens midiáticas de magreza idealizadas através da manipulação das condições ao abrigo do qual as imagens da mídia (anúncios de revista de moda) foram visualizadas e por avaliação da forma de processamento em que as mulheres individuais envolvidas.	Eric
Colasante, M. (2011)	Using Video Annotation to Reflect on and Evaluate Physical Education Pre-Service Teaching Practice.	Explorar explicar o uso e a eficácia de uma ferramenta de anotação de mídia (MAT) nas atividades de aprendizagem e avaliação de um curso de ensino de graduação (educação física).	Eric
Frimming, R. E.; Polsgrove, M. J.; Bower, G. G. (2011)	Evaluation of a health and fitness social media experience.	Realizar um levantamento de reflexões dos alunos sobre uma experiência de mídia social.	Eric
Halliwel, E.; Malson, H.; Tischner, I. (2011)	Are Contemporary Media Images Which Seem to Display Women as Sexually Empowered Actually Harmful to Women?	Investigar o impacto de enquadrar imagens publicitárias de mulheres idealizadas como objetos sexuais passivas e/ou relacionadas a assuntos sexuais como agentes sobre as mulheres na insatisfação peso e auto-objetificação.	Eric
Ogden, J.; Smith, L.; Nolan, H.; Moroney, R.; Lynch, H. (2011)	The impact of an educational intervention to protect women against the influence of media images	Avaliar o impacto de uma intervenção educativa para proteger as mulheres contra o efeito prejudicial de imagens da mídia, além de motivar a discussão, ensinando as mulheres a serem críticas frente a tais imagens midiáticas.	Eric
Racine E. F.; DeBate, R. D.; Gabriel, K. P.;	The relationship between media use and psychological and	Examinar a associação entre a mídia e os ativos psicológicos (ie, autoestima, satisfação do tamanho do	Eric



High, R. R. (2011)	physical assets among third- to fifth-grade girls.	corpo, e compromisso com a atividade física) e físicos (isto é, atividade física) entre meninas de terceira a quinta série, algumas das quais anteriormente participaram de um programa desenvolvido exclusivamente para meninas pré-adolescentes.	
Barahona, J. D. (2012)	La enseñanza de la Educación Física implementada con TIC.	Explicar como colocar as TIC's a serviço da educação física, professores e alunos, e não o contrário, como às vezes acontece, traçando um caminho através da educação atual e colocando a EF no contexto da multialfabetização e competência.	Lilacs
Diniz, I. K. S.; Rodrigues, H. A.; Darido, S. C. (2012)	Os usos da mídia em aulas de educação física escolar: possibilidades e dificuldades.	Analisar algumas possibilidades e dificuldades de uma proposta de aulas desenvolvida em uma escola pública, em um município do interior de São Paulo, que abordou conteúdos da cultura corporal por meio de notícias publicadas pelo Jornal A Folha de São Paulo nas aulas de educação física.	Web of Science
García, Y. S. M.; Cortés, A. B. R. (2012)	Imaginarios de belleza en estudiantes de Educación Física.	Descrever os imaginários dos estudantes a respeito do corpo e a educação física em sua relação com a beleza.	Web of Science
Hill, J. L.; Azzarito, L. (2012)	Representing valued bodies in PE: a visual inquiry with British Asian girls.	Explorar diferentes formas que meninas britânicas asiáticas visualizam e fazem o sentido de seus próprios corpos como ativos ou desportivos, e o que isso significa para o seu (des) envolvimento em atividade física.	Eric
Hinkley, T.; Salmon, J.; Okely, A. D.; Crawford, D.; Hesketh, K. (2012)	Preschoolers' Physical Activity, Screen Time, and Compliance with Recommendations	Identificar o percentual de tempo que uma amostra de crianças pré-escolares australianas passa a ser fisicamente ativas; quanto tempo os pré-escolares gastam em comportamentos baseados em tela; as diferenças em atividade física e comportamentos baseados em tela por sexo e idade; determinar a prevalência de adesão às recomendações publicadas para atividade física e de entretenimento baseados em tela em crianças pré-escolares.	PubMed
McNeill, M. C.; Fry, J. M. (2012)	The Value of ICT from a Learning Game-Playing Perspective.	Determinar as respostas dos alunos em formação de professores de educação física a uma TIC reforçada com jogos construtivistas pedagógicos, o seu meio de	Eric

		transmissão preferido e sua relevância percebida e impacto das TIC entre os domínios de aprendizagem.	
Rad, A. G.; Aghdam, E. M.; Moghadam, J. B.; Zolfagari, A.; Salehian, M. H. (2012)	The investigation of the mass media role in females trending towards general and competitive sports training.	Avaliar o papel dos meios de comunicação de massa na tendência para a formação no esporte competitivo de mulheres na província Azarbaijão -Leste	Web of Science
Sandercock, G. R. H.; Ogunleye, A.; Voss, C. (2012)	Screen Time and Physical Activity in Youth: Thief of Time or Lifestyle Choice?	Analisar a relação entre o tempo de tela e atividade física em crianças e adolescentes, e determinar quais elementos específicos da atividade física foram mais estreitamente associados com o tempo de tela.	PubMed
Kremer, P.; Elshaug, C.; Leslie, E.; Toumbourou, J. W.; Patton, G. C.; Williams, J. (2013)	Physical activity, leisure-time screen use and depression among children and young adolescent	Examinar a associação entre atividade física, uso de tela, lazer e sintomas depressivos entre crianças e adolescentes australianos.	PubMed
Mendes, D. S.; Silva, A. F.; Souza, C. M.; Sousa, G. R.; Prado, M. C.; Morais, R. A. R.; Barbosa, T. G. (2013)	A campanha #foraricardoteixeira no Twitter: interações sociais e debate público a respeito do esporte.	Investigar como são os debates públicos sobre fatos esportivos na Rede Social Twitter, a partir de um estudo de caso da campanha “Fora Ricardo Teixeira”.	Lilacs
Polsgrove, M. J.; Frimming, R. E. (2013)	A Creative Way to Utilize Social Media to Enhance Fitness and Health Knowledge	Descrever a forma como o site de mídia social Facebook poderia ser usado para melhorar a aptidão do aluno e conhecimento em saúde.	Eric
Nielson, H. E.; Reel, J. J.; Galli, N. A.; Crookston, B. T.; Miyairi, M. (2013)	Body Image and Westernization Trends Among Japanese Adolescents	Investigar a relação entre a imagem corporal e a aculturação aos ideais ocidentais na mídia entre adolescentes do sexo masculino e feminino em Okinawa, Japão.	Eric
Pérez-López, I. J. (2013)	Physical education on spanish television series: ¿fiction or reality?	Avaliar a imagem de educação física que é transmitida em três séries da TV espanhola (Compañeros”, “Física o Química” e “El Internado”).	Web of Science
Lwin, M. O.; Malik, S. (2014)	Can Exergames Impart Health Messages? Game Play, Framing, and Drivers of Physical Activity Among Children	Investigar os efeitos combinados de dois tipos de intervenção, <i>exergaming</i> , especificamente jogando <i>exergames</i> Wii, e o fornecimento de mensagens de educação em saúde, especificamente o PMT, baseado em intervenções de	Web of Science

		mensagens de saúde sobre os antecedentes da intenção de atividade física e comportamento entre as crianças.	
Peels, D. A.; van Stralen, M. M.; Bolman, C.; Golsteijn, R. H. J.; de Vries, H.; Mudde, A. N.; Lechner, L. (2014)	The differentiated effectiveness of a printed versus a Web-based tailored physical activity intervention among adults aged over 50.	Comparar a eficácia de uma intervenção, cópia impressa ou entrega baseada na Web (com ou sem informação ambiental adicional), para estimular a atividade física entre pessoas com mais de 50 anos de idade,	Eric
Pérez-López, I. J.; Garcia, E. R.; Cervantes, C. T (2014)	Social imaginary of Physical Education built from Spanish TV “teen series”.	Descrever e interpretar os estereótipos sociais atribuídos à disciplina e seus personagens, por meio da análise das “séries <i>teen</i> ” mais significativas na Espanha, recriado em contextos escolares e que vai ao ar no horário nobre.	Web of Science
Sari, S.V.; Aydın, B. (2014).	Problematic internet use and body mass index in university students.	Verificar a relação entre o nível de uso abusivo da internet entre estudantes universitários turcos e seu índice de massa corporal.	Eric
Gowin, M.; Cheney, M.; Gwin, S.; Wann, T. F. (2015)	Health and Fitness App Use in College Students: A Qualitative Study	Descrever a forma como os estudantes universitários no sudoeste dos Estados Unidos utilizam aplicativos de saúde e fitness para mudar o comportamento, a fim de observar preferências e escolhas deste grupo sobre aplicativos para adicionar à pequena base de pesquisa disponível para educadores de saúde que desejam se engajar a estudantes universitários através da tecnologia.	Eric
Pearl, R. L.; Dovidio, J. F.; Puhl, R. M (2015)	Visual portrayals of obesity in health media: promoting exercise without perpetuating weight bias	Identificar o conteúdo visual não-estigmatizante para materiais de educação em saúde que podem promover o exercício entre pessoas de diversas status de peso.	Eric
Smith, Ben J.; Bonfiglioli, Catriona M. F. (2015)	Physical Activity in the Mass Media: An Audience Perspective	Explorar a exposição, entendimentos, crenças e reações dos australianos sobre a cobertura da mídia de massa sobre atividade física, com objetivo de obter <i>insights</i> para informar mais comunicação estratégica e eficaz sobre esta prioridade de saúde pública.	Eric

**Quadro 1:** Síntese dos artigos originais sobre educação física e mídia (2006-2015) segundo ano de publicação, título e base de dados dos artigos.

**Fonte:** O autor.

A partir dos dados expostos, foi possível identificar que os anos de 2009, 2010 e 2012 se sobressaíram quantitativamente, verificando-se oito publicações por ano. Em seguida, os anos de 2011 e 2013 apareceram com cinco artigos cada. Em 2006 e 2014, quatro artigos foram publicados por ano, três artigos em 2015, dois em 2008 e, por fim, o ano de 2007 apresentou apenas uma publicação.

Pode-se notar que as publicações apresentaram um aumento súbito em 2009 se mantendo durante cinco anos (variando entre 5 e 8 publicações por ano), e volta a números menores nos últimos dois anos pesquisados. Entretanto, faz-se importante frisar que a coleta de dados ocorreu em outubro de 2015 e que, portanto, a quantidade de artigos publicados neste período pode ter se modificado e aumentado até o findar do ano.

Quanto ao delineamento metodológico das pesquisas, três tópicos principais puderam ser levantados:

- a) O tipo metodológico predominante foi o qualitativo (n=29; 60,4%) que, mesclado a métodos quantitativos, ficou também em segundo lugar com os estudos quali-quantitativos (n=13; 27,1%) e, posteriormente, tomam postos os quantitativos (n=6; 12,5%);
- b) Conforme o auto relato dos artigos, os estudos experimentais (f=8), de caso (f=5), descritivos (f=5), teóricos (f=4) e de campo (f=4) tiveram maior frequência<sup>14</sup>, quer seja de modo isolado ou conjuntamente a outras formas metodológicas.
- c) Os instrumentos utilizados mais frequentemente foram questionários (f=23), entrevistas (f=13), escalas (f=10) e imagens de revistas (f=5).

No que diz respeito a frequência dos questionários (f=23), em quinze ocorrências foram identificados como replicações, tratavam-se de questionários previamente validados informando suas respectivas fontes. Em outros momentos, os questionários relataram ter sido elaborados pelos próprios pesquisadores (f=4) e outrem não forneceram tais informações (f=4). Por outro lado, entre as dez frequências de escalas utilizadas apenas uma foi relatada como de autoria dos pesquisadores.

---

<sup>14</sup> Neste momento, optou-se pela utilização da frequência (f) em função dos itens entre os estudos ou da utilização de mais de um deles numa mesma pesquisa.

Grande parte dos instrumentos validados utilizados nos estudos são originários da Psicologia, como questionários comportamentais, de auto percepção de imagem, escalas de humor, de restrição alimentar, dentre outros.

Borsa, Damásio e Bandeira (2012, p.430) assinalam que os pesquisadores têm se atentado de forma especial para os estudos transculturais nas últimas décadas nesta área, sobretudo no campo da saúde mental, o que tem exigido “maior rigor e preocupação quanto à qualidade e à adequação das medidas adaptadas e validadas para uso em diferentes contextos”.

Esse tipo de estudo permite a verificação de diferenças entre culturas diversas e a compreensão de semelhanças entre as mesmas e os seus indivíduos, quando aplicado um mesmo instrumento de medida. Para tanto, faz-se necessário instrumentos adequadamente adaptados que proporcionem equivalência das medidas, independente do contexto no qual for utilizado.

Em suma, Borsa, Damásio e Bandeira (2012) nos alertam para a importância do uso de instrumentos devidamente validados e adaptados para outras culturas, pois isso faz com que as pesquisas sejam consideradas válidas e significativas diante da comunidade acadêmica e científica internacional.

Nesse sentido, os dados obtidos sobre os instrumentos utilizados indicam que os artigos parecem estar em conformidade com as exigências internacionais de qualidade, aceitação e sobretudo de validade científica, pois a partir da utilização de instrumentos já validados e utilizados por outros estudiosos, tornam-se ponto de referência e comparação com outros estudos que utilizem os mesmos meios instrumentais.

Dentre os demais instrumentos, as pesquisas apontaram ainda a utilização de anúncios e propagandas publicitárias (f=4), observações (f=3), diário (f=3) e diário de campo (f=3), debates e discussões (f=3), intervenções (f=3), inventários de distúrbios alimentares (f=2), jornais e arquivos públicos (f=2), ferramentas de mídia/*software* (f=2), uso de vídeos e métodos visuais (f=2), capítulos de séries de TV (f=2), relatos (f=2), conversas formais (f=1) e informais (f=2), mensagens de saúde (f=1), variáveis de imagem corporal (f=1), comparação de aparência (f=1) e relatório (f=1). Os instrumentos e os tipos de estudo salientados vão de encontro às características particulares das pesquisas qualitativas, também evidenciada nos artigos.

No que diz respeito ao país/continente de origem das publicações, verificou-se maior concentração de trabalhos na América (n=20; 41,6%) sendo desses a maior parte dos Estados Unidos (n=16), seguido das publicações do Brasil (n=3) e Colômbia (n=1).

O continente europeu (n=15; 31,3%) foi representado pelos países: Inglaterra/Reino Unido (n=5), Espanha (n=3), Alemanha (n=2), Portugal (n=2), Bélgica (n=1), Holanda (n=1) e Irlanda (n=1). O terceiro continente com maior número de artigos foi a Oceania, com publicações somente na Austrália (n=7; 14,6%) e por fim, os países de Singapura (n=2), Azerbaijão (n=1), Japão (n=1), Taiwan (n=1) e Turquia<sup>15</sup> (n=1) representaram o continente asiático (n=6; 12,5%). Destaca-se que nenhum artigo foi mapeado em países da África, América Central e Antártica.

Notou-se ainda que dos autores responsáveis pelos artigos da amostra, oito tiveram mais de uma publicação nesses dez anos, sendo que um deles publicou 4 artigos (AZZARITO, L.) e os sete restantes, 2 artigos cada um (CRAWFORD, D.; OKELY, A. D.; SILVA, C. L.; FRIMMING, R. E.; POLSGROVE, M. J.; PÉREZ-LOPEZ, I. J.). Alguns deles trabalharam em conjunto como Salmon e Crawford (SALMON et al., 2006), Salmon, Crawford e Okely (HINKLEY et al., 2012), e Frimming e Polsgrove (FRIMMING et al., 2011; POLSGROVE; FRIMMING, 2013).

Esses autores e seus respectivos estudos publicados e aqui discutidos, representam 13 artigos da coleta total (48). Tais pesquisas foram realizadas nos Estados Unidos da América (n=5), Austrália (n=3), Portugal (n=2), Espanha (n=2) e Inglaterra (n=2). Em suma, pode-se dizer que os autores que mais publicaram sobre educação física e mídia nos últimos dez anos, têm concentrado e realizado suas pesquisas principalmente no continente europeu, na América do Norte e Oceania, respectivamente.

Todavia, sabe-se que em muitos casos os autores publicam fora de seu país de naturalidade, em função da realização de cursos de graduação e sobretudo de pós-graduação realizados internacionalmente.

Além do mais, ressalta-se também as configurações mundiais de internacionalização da produtividade científica em todas as áreas de conhecimento. Desde a década de 1990, a produção/publicações em periódicos internacionais da área da educação física no Brasil tem aumentado apressadamente, fato que interliga-se diretamente com a realidade dos programas de pós-graduação (PPG) *stricto-sensu* do país e das políticas orientadoras que vêm direcionando o funcionamento e avaliação adotando a expansão da inserção internacional como meta (BRASIL, 2004; 2010; 2013;

---

<sup>15</sup> A Turquia é um país transcontinental, euroasiático, porém a localização da Universidade Técnica de Karadeniz, instituição de realização da pesquisa, situa-se na parte asiática do país, na cidade de Trabzon.

KOKUBUN, 2003), visando “manter o foco da internacionalização na busca constante da excelência acadêmica” (BRASIL, 2013, p.13).

Compõem o *roll* de critérios de avaliação dos programas de PG a sua proposta, o corpo docente e discente, as dissertações e teses, a produção intelectual em forma de artigos e a inserção social, entretanto, como frisam Marchlewski, Silva e Soriano (2011), o artigo científico é o indicador predominante e mais valorizado para a avaliação de desempenho dos programas, pois, “mesmo quando se tem como foco da avaliação as dissertações e teses, compreendemos que os seus resultados globais ou parciais, quando disseminados, necessariamente, acabam impactando no quesito ‘produção intelectual’” (p.105).

Assim, após finalizadas e defendidas as teses e dissertações são comumente divulgadas e publicadas em formato de artigos científicos. Concomitantemente, como reforçado por Tani (2007), as publicações em revistas internacionais têm maior valor e qualidade perante a comunidade científica, fator que se reitera por meio dos critérios avaliativos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) no sistema Qualis, o que pode desestimular a publicação em revistas nacionais (MUGNAINI, 2006).

Por outro lado, sabe-se que em muitos casos a adequação das pesquisas não cabe a revistas estrangeiras, tendo em conta seus contextos regionais e, portanto, sua disseminação tem mais sentido se realizada numa revista ou mesmo em evento nacional, de modo que os resultados acrescentem, contribuam e cheguem mais facilmente a parte da sociedade interessada.

Não podemos deixar de mencionar, por exemplo, a relevância do Grupo de Trabalho Temático (GTT) Comunicação e Mídia do Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte (CONBRACE), um dos principais eventos da área da educação física e Ciências do Esporte do país que acontece periodicamente a cada dois anos.

Tal GTT é definido e caracterizado pelo Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE) como a aglomeração de pesquisas que se relacionam com a comunicação e com a mídia de modo geral (documentos ou meios midiáticos: TV, jornal, revista, rádio, internet e cinema) no contexto das Ciências do Esporte/educação física, e que se empenham em função da “análise crítica e interpretação dos processos

de produção, difusão e recepção das informações, das mídias e tecnologias comunicacionais e suas implicações políticas, econômicas, culturais e pedagógicas”<sup>16</sup>.

Desde sua criação em 1997 até 2015, ano da última edição do evento, o GTT Comunicação e Mídia, teve duzentos e oitenta e sete trabalhos apresentados e publicados, e vem cada vez mais aglutinando pesquisadores de comum interesse e se consolidando como forte polo de sistematização, reflexão, produção e propagação de conhecimento acerca da temática no país.

Seriam as produções científicas apresentadas num evento como este, não “impactantes”? O assunto é polêmico, mas fundamental. Apontamentos sobre o paradoxo de questões como esta foram tecidas por alguns autores como Andrade e Galembeck (2009) e Kokubun (2006), sobretudo com maior veemência por este último, assinalando que a pesquisa considerada “relevante”<sup>17</sup> é aquela que se faz dentro dos padrões do “rigor” científico, importando assim, o “impacto” determinado pelos indicadores bibliométricos dos periódicos e a visibilidade dos mesmos e não a qualidade das produções e/ou o impacto social que essas produzem. Kokubun (2006) defende que o impacto de uma pesquisa vai além da assiduidade metodológica e que se faz necessário diminuir a generalização e aumentar também os conhecimentos particulares e locais.

Não podemos deixar de reconhecer a imprescindibilidade do rigor científico e metodológico e seu papel norteador para os pesquisadores bem como a legitimidade da Capes, pois apesar das fragilidades do sistema avaliador Qualis, ele continua sendo um dos mais influentes meios que estimulam o desenvolvimento científico brasileiro, inclusive na educação física (TANI, 2007).

Contudo, concordamos que é preciso “considerar a especificidade dos vários saberes e fazeres científicos presentes na área de Educação Física, sob risco de tomarmos o critério avaliativo como finalidade de todo e qualquer pesquisador que quiser participar de programas de pós-graduação” (DAOLIO, 2007, p.55). No campo da produção acadêmica e, sobretudo da pós-graduação, quando o assunto concerne a definições e cognições de “impacto”, o passo deve ser cauteloso.

---

<sup>16</sup> Notas do site do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte/CBCE. Para mais informações acesse: <http://www.cbce.org.br/gtt-detalle.php?id=2>.

<sup>17</sup> Optamos por manter o uso das aspas nas palavras “relevante”, “rigor” e “impacto” para preservar a escrita e suas significações pretendidas pelo autor Eduardo Kokubun (2006).



Destarte, considera-se que assim como no Brasil, noutros países pode haver demais pesquisas significativas que digam respeito à temática pesquisada em nosso estudo, mas que por tais motivos acima discutidos ou por outras razões que podem dizer respeito aos critérios metodológicos do estudo, não tenham emergido em nossa busca, em contrapartida, podem estar disseminados interna e regionalmente em seus países sem atingir os indicadores internacionais de fatores de impacto, mas impactando de fato em realidades mais locais.

Neste momento chegamos às categorias elencadas com base nas análises dos artigos, ponto crucial de nosso estudo. A Tabela 1 apresenta as categorias finais elencadas segundo suas subcategorias ou categorias intermediárias, e os estudos representados por totalidade e percentual.

**Tabela 1:** Categorização segundo o foco temático dos artigos.

**Fonte:** o autor.

<i>Categorias/Foco temático do estudo</i>	<i>Subcategorias</i>			<i>Artigos (N)</i>	<i>%</i>		
<i>Promoção da saúde</i>	Saúde pública	Promoção da atividade física	Sedentarismo	15	31,2		
	Obesidade	Depressão	Tempo de tela			Saúde mental	
	Diminuição do uso de mídia		Uso compulsivo da internet				
	Eficácia/benefícios dos <i>exergames</i>						
<i>Construção social do corpo</i>	Autopercepção de imagem		Padrões corporais “ideais”		14	29,2	
	Insatisfação corporal		Influência midiática				Culto à magreza
	Mídia popular		Distúrbios alimentares				Cultura do consumo
	Discursos hegemônicos		Anúncios publicitários				
	Objetificação e sexualização do corpo		Identidade e gênero				
<i>Mídia como um recurso didático-pedagógico</i>	Jogos digitais		TIC's na EF		8	16,7	
	Inovação no ensino		Tecnologia de vídeo				
	Prática docente reflexiva		Formação de professores				
	Uso da mídia em aulas de EF escolar		Rede social – Facebook				
<i>Mídia e motivação para a atividade física e/ou esportes</i>	Pedagogia da EF		Tecnologia de vídeo		6	12,5	
	Papel persuasivo/apelativo da mídia		Formação de professores				
	Participação esportiva feminina		Rede social – Facebook				
	Cobertura da mídia no esporte		Notícias de Jornal				
<i>Mídia e motivação para a atividade física e/ou esportes</i>	Mídia como ferramenta motivacional		Aplicativos de saúde		3	6,2	
	Participação nos esportes (dentro e fora da escola)		Estereótipos sociais atribuídos à EF				
	Formação profissional		Lazer de massa				
<i>Mídia/TV/série televisiva</i>	Representação da EF em programas/séries de TV		Assuntos esportivos		1	2,1	
	Mobilização popular		Rede social Twitter				
	Debates públicos		Interações sociais a partir das # ( <i>hashtags</i> )				
<i>Esporte nas redes sociais</i>	Esporte entretenimento		Esporte televisionado		1	2,1	
	Prestígio de universidades		Estratégias de marketing				
<b>Total</b>				<b>48</b>	<b>100</b>		

Como citado anteriormente, a categorização se deu a partir de Bardin (1977) com base nos temas centrais dos estudos, emergidos por meio da leitura a análise dos

textos e seus respectivos objetivos, ou seja, do foco substancial dos mesmos, e as subcategorias, por sua vez, emergiram também de acordo com os respectivos conteúdos.

As categorias iniciais conformaram as primeiras impressões acerca da realidade estudada e, as intermediárias, também tratadas nesse estudo com subcategorias, emergiram do agrupamento das categorias iniciais (não apresentadas neste momento em função da inviabilidade espacial). A unção das categorias intermediárias deu origem às categorias finais, conforme exposto na Tabela 1.

Sete categorias foram elegidas, em ordem de prevalência: 1) Promoção da saúde, 2) Construção social do corpo, 3) Mídia como um recurso didático-pedagógico, 4) Mídia e motivação para a atividade física e/ou esportes, 5) Mídia/TV/série televisiva, 6) Esporte nas redes sociais e 7) Marketing esportivo.

As categorias 1, 2 e 3 foram as que apresentaram picos de aglomeração de publicações mais significativos (Promoção da Saúde: em 2009 e 2014; Construção social do corpo: em 2010; Mídia como um recurso didático-pedagógico: em 2012). Para além, os demais trabalhos tanto pertencentes a estas quanto às outras categorias, se repartiram de forma linear durante a temporada, distribuindo-se em dois, um, ou nenhum trabalho por ano.

Já no que diz respeito a distribuição do total de trabalhos durante o período pesquisado, observa-se que os anos de 2009, 2011 e 2013 se sobressaíram quantitativamente com oito artigos publicados cada, enquanto os demais anos não passaram de cinco publicações ou menos.

Os estudos referentes a categoria **Promoção da Saúde** (n=15; 3,2%) abordaram sobretudo uma preocupação com a saúde física e mental de crianças e adolescentes, mas também de adultos e idosos. Inevitavelmente, discussões acerca da obesidade, do sedentarismo e da promoção de atividade física foram tratadas, bem como um olhar cuidadoso para com o uso excessivo da internet e do tempo de tela (televisão, computadores, *notebooks*, *tablets*, etc.) e suas consequências físicas e psicológicas nas pessoas.

Como aponta Nahas, Garcia e Totaro (2010) as explosivas transições pelas quais o mundo vem passando no último século transformaram nossa vida pessoal drasticamente, fazendo surgir o que há de melhor e pior em termos de qualidade de vida e bem-estar, de modo que a área da saúde pública ganhasse destaque e valorização e, por consequência, as áreas acadêmicas e profissionais que abordam esta temática.

A saúde é um campo inter e multidisciplinar complexo de investigação e atuação no qual se articula diferentes aspectos como os biológicos, psicossociais, econômicos e culturais e, consecutivamente, para dar conta de todos eles, requer conhecimentos e práticas de diferentes áreas do conhecimento.

Por sua vez, a educação física se inclui nesse grupo profissional seja como disciplina escolar, na universidade ou enquanto profissão regulamentada, e ganhou reconhecimento como uma das principais áreas responsáveis por educar e motivar as pessoas a mudarem seus comportamentos, criando oportunidades para que elas alcancem uma melhora na qualidade de vida e saúde. Nesse sentido,

as universidades passaram a ter uma responsabilidade ainda maior na produção do conhecimento, seja na identificação de problemas, descrição de características das populações e sua associação com saúde e qualidade de vida, na experimentação de novos processos e na formação de profissionais mais competentes e em consonância com as expectativas da sociedade (NAHAS; GARCIA; TOTARO, 2010, p.136).

Se antes os profissionais educacionais da saúde já tinham a desafiadora tarefa de focar sobre a atividade física ao longo da vida, frente as necessidades atuais, as responsabilidades são maiores e mais complicadas e a atenção se redobra, sobretudo, para abordar os efeitos do comportamento sedentário como o tempo de tela e o tempo sentado (HARRISON et al., 2006; RACINE et al., 2011; SANDERCOCK.; OGUNLEYE; VOSS, 2012; KREMER et al., 2013; MELTON et al., 2014; D'ALBUNDO; SIDMAN; FIALA, 2015).

Contudo, independentemente da área de conhecimento envolvida, a promoção da saúde não é apenas uma responsabilidade dos educadores e profissionais da saúde e bem-estar, nem tampouco tem sustentado tamanha incumbência.

O uso da tecnologia e da internet tem sido sugerido como forma de aumentar as oportunidades educacionais para que os estudantes aumentem seus conhecimentos sobre a saúde (FRIMMING; POLSGROVE, 2011; D'ALBUNDO; SIDMAN; FIALA, 2015; GOWIN et al., 2015.), pois, “como diz o velho ditado, se você não pode vencê-los, junte-se a eles” (D'ALBUNDO; SIDMAN; FIALA, 2015, p. 164, tradução nossa.), afinal, não parece que o uso da tecnologia vai diminuir entre os estudantes universitários, nem sequer noutros níveis educacionais e na sociedade de modo geral.

Por via de regra, o maior e árduo desafio da Saúde Pública no presente, na qual se insere os empenhos da educação física, se resume em “desenvolver ações que visem promover a saúde, prevenir doenças, mudar comportamentos de risco e, ao mesmo tempo, atender às expectativas e interesses da maioria das pessoas em questões de bem-estar e qualidade de vida” (NAHAS; GARCIA; TOTARO, 2010, p.146).

A categoria **Construção social do corpo** (n=14; 29,2%) se compôs por estudos que discutem os padrões estéticos corporais impostos pela sociedade, notabilizando sobretudo o corpo magro e esbelto. Tais padrões, fortemente divulgados e alavancados pelos diversos tipos de mídia, interferem na forma como as pessoas enxergam seus corpos e se (in)satisfazem com a autoimagem refletida no espelho, influenciando a cultura do consumo por produtos de beleza, cosméticos, suplementos alimentares, procedimentos cirúrgicos e a procura incessante por atividade física em busca de um corpo “perfeito”, além de englobar problemas de saúde física e psicológica como distúrbios alimentares e distorção da autoimagem. Discutiu-se ainda o processo de objetificação e sexualização do corpo e dos estereótipos relacionados a mulheres atletas, que por muitas vezes tem sua imagem erotizada em função de sua aparência.

Os estudos sobre a construção do corpo na sociedade se tornaram essenciais nos discursos contemporâneos de diferentes setores do conhecimento. Destarte, pensar na educação física, no corpo e nas suas relações com a beleza é pensar num campo de investigação crucial e amplo que “permite compreender a importância de abordar o corpo e as práticas de intervenção de forma crítica” (GARCÍA; CORTÉS, 2012, p. 110, tradução nossa), evidenciando o valor da área.

As imagens de corpos produzidos pela aptidão física e pela moda da indústria *fitness*, amplamente divulgadas pela mídia e pelo mundo de imagens que é a sociedade moderna, transpassa entre os cidadãos através de mensagens culturais, sobretudo por meios de comunicação como a televisão, a internet, mas, principalmente, por revistas de moda, esportes, condicionamento físico e saúde, e se tornam modelo de corpo ideal, valioso, objeto de desejo pessoal, cultural e econômico (AZZARITO; SOLMON, 2006; AZZARITO, 2009).

Apesar deste assunto parecer propriamente adulto, pesquisadores tem mostrado que até mesmo as crianças já estão sendo atingidas e tem começado a se preocupar com a imagem e estética de seus corpos cada vez mais cedo, impactadas pela comercialização de imagens que ditam padrões e que, conseqüentemente, sensibilizam

seus autoconceitos corporais intensificado a ansiedade e o autopolicimento, sobretudo no sexo feminino. (AZZARITO; SOLMON, 2006).

Em contrapartida, Hayes e Tantleff-Dunna (2010) apontam que apesar da evidência objetiva de que a mídia direcionada para crianças apresenta muitas mensagens que poderiam afetar a insatisfação com o corpo nessa faixa etária, na infância, meninas parecem não ser atingidas por tais mensagens em comparação com seus colegas mais velhos, o que segundo os autores, pode estar relacionado com o fato de que imersas no mundo lúdico da brincadeira onde se pode ser o que se quer, as crianças, sendo crianças ou incorporadas em personagens, podem não ser capazes de realizar comparações sociais assim, tão sutis.

Já na adolescência, fase repleta de modificações corporais e acentuada pela necessidade de sentimento de aceitação social por seus pares, a distorção da imagem é intensificada, tornando-se fator de preocupação pois começa a influenciar nos comportamentos adolescentes, que passam a se avaliar de maneira mais intensa conforme entendimentos estereotipados de corpo (FIELD et al., 1999; GROESZ; LEVINE; MURNEN, 2002; CAMPAGNA; SOUZA, 2006; RIBEIRO et al., 2015).

Outrossim, estes mesmos assuntos que antes atingiam em maior parte as mulheres, atualmente tem disseminado também de maneira abundante padrões de corpos masculinos, muitas vezes associados a problemáticas como a insatisfação corporal, ansiedade e distúrbios alimentares, especialmente no que tange a vigorexia.

A vigorexia ou dismorfia muscular é o desejo extremo e obsessivo pelo ganho de massa muscular, caracterizada por um conjunto de comportamentos e atitudes singulares como a antipatia e até a repugno pelo próprio corpo e o desejo de modifica-lo por meio de aumento de exercícios físicos, de ingestão alimentar proteica, uso de suplementos e até mesmo de esteroides anabolizantes, potencializados pelos “defeitos” estéticos que a pessoa tem ou pensa ter (OLIVARDIA; POPE; HUDSON, 2000; GRIEVE, 2007; SOLER et al., 2013).

Nessa patologia na qual os processos de análise da imagem corporal são alucinantes e a insatisfação com os resultados é infundável, a pessoa pratica exercícios físicos com finalidade única e exclusiva sobre sua aparência (SOLER et al., 2013). Em poucas palavras, a vigorexia nada mais é do que quando a busca pela perfeição física se transforma em doença.

Embora a dismorfia muscular/vigorexia seja mais comum entre os homens, o número de mulheres com a enfermidade vem crescendo de forma considerável

(VARGAS, 2013). Podemos aliar este fato em consideração a realidade brasileira, cujos padrões estéticos de corpo feminino parecem estar se modificando nos últimos anos, no qual a busca pelo modelo corporal magro tem sido substituído pelo corpo atlético e forte, com músculos bem trabalhados, evidentes e baixo percentual de massa adiposa (ZANETTI et al., 2012), contudo, tais apontamentos parecem ainda não ser alvos concretos de pesquisadores.

Esses corpos híbridos, pós-humanos e remodelados (SANTAELLA, 2003) caracterizados por mutações a partir do *body-building*, de procedimentos cirúrgicos de remoção ou enxertos e que se robustecem por tratamentos estéticos e cosméticos, são representações da liquidez moderna da sociedade atual, cuja cultura e economia estão centradas no excesso de ofertas para seus consumidores, no qual as mercadorias em seus diversos contornos e os anúncios publicitários apostam no poder de sedução para suscitar desejos e vontades (BAUMAN, 2010).

Enfim, infinitas seriam as discussões e reflexões que poderíamos traçar acerca de tais temáticas que, com razão, se destacaram nos artigos pesquisados neste estudo, pois são atuais, instigantes e muito inerentes a realidade da educação física.

Na categoria **Mídia como um recurso didático-pedagógico**, como se sugere o próprio nome, os estudos (n=8; 16,7%) abordaram sobre as possibilidades pedagógicas para o ensino a partir de meios midiáticos, quer seja na escola, no ensino superior ou em contexto não escolar. Frente à realidade moderna de atualizações constantes e de grande proximidade das pessoas com a tecnologia, sobretudo das crianças e jovens, a inserção de mídias como meio de ensino se faz cada vez mais pertinente, tendo em vista o interesse por parte dos estudantes bem como a necessidade de inovação no ensino e na formação continuada e atualização do docente.

A mídia é um fenômeno cultural que nos últimos tempos tem ocupado um espaço expressivo no dia-a-dia das pessoas, sobretudo na dos jovens que são conhecedores da tecnologia moderna. Esse contexto e suas implicações atingem toda a sociedade, inclusive e diretamente o contexto educacional nos diferentes níveis de ensino.

A escola enquanto instituição social e a educação física como componente curricular, conseqüentemente, não se isentam desse contexto de desenvolvimento que envolve as mídias, recebem influências do mesmo e, portanto, precisam se manter antenados nas transformações para problematizar e refletir sobre tais questões e acompanhar o ritmo dos alunos (DINIZ; RODRIGUES; DARIDO, 2012).

Em consonância, McNeill e Fry (2012) discutem sobre a atual demanda das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) no ensino universitário e sobre o quão se tornou necessidade melhorar a qualidade da formação dos professores de educação física por meio da aprendizagem eletrônica para atender as interações pedagógicas com os alunos, de modo que os professores universitários precisam compreender a realidade tecnológica, a alta velocidade de acesso a dados da internet por diferentes meios, e usá-la dentro como fora da sala de aula.

De modo geral, faz-se necessário a atualização constante dos métodos de ensino nas aulas de educação física e que o currículo se encaixe no estilo de vida dos alunos no contexto atual, ou seja, se vivemos uma realidade na qual a tecnologia e a informação se tornou modo de vida, destarte, já não se pode mais retroceder e ficar apenas no antigo “quadro branco e marcador” (MCNEILL; FRY, 2012).

Na quarta categoria elencada, **Mídia e motivação para a atividade física e/ou esportes** (n=6; 12,5%) as pesquisas se esforçaram em evidenciar o forte poder motivacional da mídia para a prática esportiva e/ou para a aderência à atividade física, que pode se dar por meios pedagógicos, pela cobertura e exibição esportiva extenuante nos meios de comunicação ou mesmo por força apelativa e persuasiva.

Rad et al. (2012) frisam a importância da ação da mídia, sobretudo da mídia de massa e dos meios de comunicação, conjuntamente em campanhas motivacionais com o intuito de promoção da saúde, para incentivar as pessoas para a prática de exercícios e alimentação correta, pois estes fatores contribuem não somente para a longevidade, mas principalmente para prevenir muitas doenças.

Por outro lado, Brengman et al. (2010) apontam que, embora as campanhas de mídia de massa sejam um primeiro e importante passo na sensibilização das pessoas sobre a atividade física e saúde, por poucas vezes tem se questionado sobre a clareza e eficácia de tais campanhas. Os mesmos autores argumentam que muitas campanhas de marketing social frequentemente usam mensagens de apelo, ameaça e medo para informar as pessoas sobre os possíveis risco para a saúde, tentando convencê-las a acabar com os comportamentos então indesejados e promover outros não prejudiciais e mais saudáveis.

Em outras palavras, esse tipo de marketing tem como objetivo assustar as pessoas para que assim elas se atentem aos malefícios e consequências de determinadas práticas (ou a falta delas) e, portanto, deixem de fazê-la, modificando seus modos de vida. A partir de sua pesquisa, Brengman et al. (2010) revelaram que a eficácia deste

tipo de campanha de mídias de massa não é evidente e nem garantida, haja vista a individualidade dos seres humanos, que faz com que cada pessoa receba a mensagem de ameaça de uma forma e, conseqüentemente também responda de maneiras diferentes.

Em geral, a mídia foi apontada como elemento positivo quanto aos aspectos motivacionais para ajudar a combater as patologias mais comuns relacionadas ao sedentarismo, à inatividade física, a alimentação inadequada dentre outros hábitos considerados não saudáveis, tendo em conta seu alto poder de alcance e disseminação entre as pessoas, sobretudo atualmente com os modernos telefones celulares e outros dispositivos móveis que tornam a internet onipresente, por meio de aplicativos e conteúdos midiáticos em geral que atingem permeiam a população.

Alguns autores destacam a mídia por identificarem nela um teor pedagógico motivacional como, por exemplo, ao se levar em conta a utilização de mídias sociais por educadores e profissionais da área de saúde em termos de apoio social e capacitação de aspectos motivadores, quer seja com populações universitárias ou outras, beneficiando-se, mais uma vez, da acessibilidade e baixos custos, fatores que diminuem barreiras (GOWIN et al., 2015).

Do mesmo modo, ao analisar megaeventos esportivos (Wimbledon Lawn Tennis Championships, campeonatos de futebol europeus – Euro 96 e os Jogos Olímpicos de Atlanta) e os seus impactos na em jovens adolescentes, Lines (2007) identificou que a cobertura midiática, especialmente por meio da televisão, incentivou a prática esportiva e se fez fator motivador para a participação e melhoria do desempenho nos esportes.

Sendo assim, a educação física deve acolher este impacto e considerar formas de trabalhar em parceria com os produtos de esporte e mídia, haja vista que tais eventos podem desencadear o desejo pela participação esportiva escolar e, mesmo após os eventos, essa motivação pode se manter (IDEM).

As pesquisas referentes a categoria **Mídia/TV/série televisiva** (n=3; 6%) foram precisas em estudar os rótulos atribuídos à educação física escolar em programas televisivos destinados ao público adolescente, e também se frisou sobre a importância e necessidade de problematizar e discutir em meio acadêmico sobre educação física e Mídia, para ampliar a compreensão dos estudantes universitários acerca das manifestações juvenis, dos discursos televisivos e do lazer de massa para sua formação profissional.



Os três artigos desta categoria teceram suas análises com base em séries televisivas “*teen*” europeias, transmitidas na tevê portuguesa (SILVA, 2010) e espanhola (PÉREZ-LÓPEZ, 2013; PÉREZ-LÓPEZ; GARCÍA; CERVANTES, 2014).

Os estudos revelaram que a imagem da educação física escolar nas séries da televisão espanhola<sup>18</sup> é totalmente restrita, e o valor social a ela atribuído é baixo, tanto por parte dos estudantes, como dos professores e gestores escolares das séries analisadas.

Em ambos os estudos a disciplina apresentou frouxidão e distanciamento de seus objetivos segundo o currículo real (não fictício), e foi caracterizada como uma educação física com métodos de ensino totalmente tradicionais, não diferenciada entre os níveis de ensino, tomada por exercícios repetitivos como flexões, saltos, abdominais e corridas, sem objetivos explícitos, com utilização escassa de materiais, processos avaliativos voltados para a aptidão física e professores com perfis de escolaridade intelectual baixa, que mais parecem preocupados com sua aparência física do que em cumprir seu devido papel e responder as demandas disciplinares.

Para além desta (decepcionante) descrição, destacou-se ainda o uso errôneo e ultrapassado do conceito “ginástica” para se referir a educação física escolar. Todos estes fatores indicam grande ignorância e confusão terminológica, além de um profundo desconhecimento e desatualização sobre os objetivos curriculares e comprometimento da disciplina, causando sérias consequências para a imagem da área (PÉREZ-LÓPEZ; GARCÍA; CERVANTES, 2014). Tais apontamentos são preocupantes pois,

a presença maciça das mídias como dispositivos tecnológicos de comunicação e (in) formação cultural, que fazem circular informações e valores que propõem modelos e padrões de consumo e práticas relacionadas à cultura corporal de movimento [...] é decisiva nos rumos atuais da Educação Física (LEITÃO, 2013, p.17).

Além do mais, “a televisão pode ser considerada como um lugar privilegiado de aprendizagem social, de formação de valores e atitudes, que concorre com os lugares tradicionais de educação e socialização - a escola e a família” (LEITÃO, 2013, p.15).

---

<sup>18</sup> As séries analisadas foram: “Compañeros” “Física o Química” e “El Internado”, exibidas na televisão espanhola.

As informações audiovisuais emitidas pela televisão contribuem e influenciam a formação de conceitos e valores dos estudantes em relação aos conteúdos da educação física e na forma de vivenciá-los (BATISTA; BETTI, 2005), fazendo-se necessário conhecer melhor tais influências, “afinal, quando constatamos que a TV influencia a formação do cidadão, torna-se tarefa da comunidade educativa estar preparada para compreender o processo em curso e nele interferir” (Ibid, p.136)

Nesse sentido, deve-se atentar para a forma como os conteúdos televisivos tem tratado a educação física, pois eles podem estar (des) construindo não somente uma imagem, mas conceitos e concepções não congruentes com a área.

Já o enredo da série<sup>19</sup> analisada por Silva (2010) não tinha relação direta com a educação física, contudo, os objetivos de sua pesquisa de debater sobre discursos televisivos e sobre o lazer de massa com acadêmicos universitários se justificam ainda mais perante os resultados obtidos em Pérez-López (2013) e Pérez-López, García e Cervantes (2014), resultados estes muito preocupantes pelo seu teor obsoleto no que diz respeito aos estereótipos atribuídos à disciplina.

Destarte, corroboramos com tais autores sobre a necessidade de levar discussões contextualizadas acerca da mídia para as aulas na universidade, suscitando discussões pertinentes e necessárias para a formação dos futuros profissionais, que provavelmente encontrarão em suas futuras práticas dilemas dos quais precisarão lidar.

As duas últimas categorias expostas a seguir, designaram-se igualmente com apenas um artigo cada uma (2,1% cada). Entretanto, respeitando a objetividade e pertinência das temáticas emergidas elas se fizeram plenamente necessárias.

A categoria **Esportes nas redes sociais** movimentou discussões sobre a força de interação e mobilização social que tem as redes sociais, um meio midiático popular que frequentemente incita debates por meio de fóruns, expressões textuais ou imagéticas, não sendo diferente quando se trata de assuntos e polêmicas esportivas.

O artigo tratou especificamente sobre o Twitter, apontando-o como um local onde a necessidade das pessoas de dar vazão ao excesso de informações e estímulos recebidos no cotidiano encontram suporte e abertura, fazendo-se, pois, espaços possíveis de resistências e tensões sociais, resultando em debates públicos acerca de assuntos esportivos na internet de maneira ampla, com considerável grau de autonomia e crítica (MENDES et al., 2013).

---

<sup>19</sup> A série analisada foi “Morangos com açúcar”, exibida na televisão portuguesa.

Alguns estudos têm debruçado seus esforços em discutir as redes sociais relacionadas com a educação física, em especial com o Twitter, como Rebusini et al. (2012), Rebusini e Machado (2015), Pereira et al. (2015) e Coelho e Almeida (2015), tratando assuntos como o esporte na cobertura jornalística, a forma como a mídia olha para as redes sociais, a repercussão de megaeventos esportivos no Twitter e o uso desta rede social no esporte de alto rendimento, com suas discussões voltadas em geral para futebol, o que não é de estranhar, se tratando do Brasil.

Esta rede social permite uma interação em tempo real entre os usuários por meio do uso das *hashtags*, facilitando a aglutinação e encontro de interesses e/ou assuntos específicos e, no esporte de alto rendimento, o Twitter tem se destacado de modo intenso “como forma de divulgação do cotidiano dos atletas e clubes, arrebatando milhares de seguidores que recebem, transmitem e discutem as mensagens postadas de todas as naturezas” (REBUSINI; MACHADO, 2015, p. 381), apesar da rigidez e limitação exigida pelas instituições superiores como forma de controlar as publicações impróprias e evitar escândalos (IDEM).

Já em **Marketing esportivo**, o destaque foi para questões sobre a espetacularização do esporte, sobretudo na televisão, como entretenimento, mas principalmente como um meio de influenciar a popularidade de universidades, um lance de marketing na busca de torna-las referência preferencial de ensino, ainda que a referência em si se encontre apenas no âmbito esportivo.

No artigo constatado, Anctil (2009) explorou a forma como a televisão encoraja as pessoas a se identificar com as instituições, sugerindo que a exposição televisiva e o sucesso atlético profetizam melhorias na captação de recursos e admissões para universidades, além de atrair a preferência de novos estudantes.

O autor apontou ainda que a união de esporte e marketing permite conexões que não aconteceriam de outras formas, pois as pessoas se dispõem a pagar muito por determinadas marcas ou “nomes” porque elas agregam valor e dão prestígio, no caso, por uma universidade conhecida e legitimada por meio do esporte, que oferecem um “algo a mais” pela presença na mídia. “As pessoas querem associar-se a organizações que outros conhecem e respeitam, e estar na televisão, mesmo que brevemente, durante os destaques esportivos, faz uma instituição mais proeminente” (ANCTIL, 2009, p.41, tradução nossa).

O referido estudo acima aborda sobre a realidade norte americana, contudo, acolhe em suas discussões um assunto que é mundial, o esporte espetáculo.

Potencializado especialmente pelo discurso audiovisual da televisão, o esporte espetáculo ultrapassa os limites das quadras, jogadores, arquibancadas e torcedores pois é transformado em produto de consumo (LEITÃO, 2013) pois, como nos relembra Bauman (2010), a nossa sociedade é uma sociedade de consumidores, uma sociedade líquido-moderna onde tudo se faz mercadoria, regidas pelas leis da oferta e sedução.

Nesse sentido, relembramos a importância daquilo que Betti (1998) apontou como uma das tarefas da educação física escolar: preparar os alunos nas escolas a incorporarem os conteúdos da cultura corporal de movimento, o que implica, antes de mais nada, prepara-los para serem consumidores de esporte espetáculo, direcionando-os para um olhar crítico acerca do sistema esportivo profissional e das informações veiculadas pelos meios de comunicação sobre as temáticas envolvidas.

Do mesmo modo, acrescentamos ainda a relevância de tais discussões em âmbito acadêmico, com estudantes universitários de educação física, não somente por questões de discernimento e olhar crítico para aquilo que é veiculado na mídia e/ou utilizado por universidades ou outras instituições como estratégias de marketing, mas também porque tais assuntos e discussões alertam para aquilo que eles poderão encontrar em suas futuras práticas profissionais, ou seja, pressão e cobrança por um esporte ou, melhor dizendo, por uma educação física que se é pretendida, esperada e, sobretudo, interessada por partes exteriores mas que regem o funcionamento social institucional.

Quanto aos tipos de mídia abordadas pelos estudos, constatou-se que as que tiveram maior domínio foram aquelas que dizem respeito a análises do tempo de tela, em especial sobre computadores, notebooks, videogames e, mais atualmente, os *exergames*, *tablets* e *smartphones*, mas também abordaram meios mais tradicionais como a televisão e Dvd's.

As pesquisas debateram atenciosamente também sobre anúncios publicitários e imagens veiculadas em revistas populares, esportivas e de entretenimento, dentre outros meios como jornais e o uso da internet em geral. A partir de 2009, aparenta-se um aumento na preocupação com assuntos cibernéticos, enquanto de 2011 a 2013 os trabalhos voltados às TIC's, às redes sociais (Facebook e Twitter) e aos jogos de videogame inteligentes vêm à tona, caracterizando o momento informacional e tecnológico emergente, anteriormente discutido.

No quesito área de conhecimento dos artigos, a maioria dos estudos foram provenientes da educação física (n=25). A segunda área do conhecimento predominante

foi a Psicologia, seguida da área médica com a Medicina Esportiva. Para além destas, a Medicina de forma isolada bem como as áreas da Dança, Educação, Saúde/Saúde Pública, Marketing, Comunicação e Mídia se fizeram presentes.

Tais resultados corroboram com a concepção de multidisciplinariedade e transversalidade dos conteúdos e dos objetos de estudo, compartilhados e estudados por diferentes áreas profissionais. Integralidade que é própria das humanidades, haja vista a peculiaridade dos seres humanos e suas características, sobretudo as sociais, biológicas e psicológicas.

Destaca-se que, apesar da variedade de áreas do conhecimento envolvidas, em geral os estudos apresentaram abordagens e preocupações próximas, prevalecendo as discussões acerca da saúde, das concepções/imagens do corpo e do envolvimento midiático com tais temáticas, bem como no esporte, na atividade física e todos os desdobramentos atrelados a estes. Discussões pertinentes, infundáveis e cíclicas que se fazem necessárias na mesma medida em que caminha a sociedade.

### **2.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente estudo teve como objetivo analisar o estado da arte sobre educação física e mídia em artigos científicos indexados de 2006 a 2015, a fim de identificar como tem se caracterizado a as problematizações realizadas que são próprias da temática estudada.

Os estudos detectados foram predominantemente da área da educação física, os tipos de mídia mais evidenciados nos estudos foram as mídias virtuais, entrelaçadas com a internet e tecnologia e as temáticas mais abordadas estavam estreitamente ligadas a discussões sobre os discursos de saúde, imagem corporal e estética.

Os quarenta e oito artigos científicos detectados se distribuíram em sete categorias temáticas das quais, notoriamente, as categorias Promoção da saúde e Construção social do corpo se sobressaíram em relação às demais e, juntas, representaram mais que o dobro das publicações, confirmando nossa hipótese de que os assuntos pertinentes a saúde e à estética teriam destaque nas publicações.

A princípio, chamou-nos a atenção o fato das duas categorias acima terem se aproximado em quantidades de artigos (isso porque a categoria Promoção da saúde se delineou principalmente por artigos das áreas biológicas e a categoria Construção social do corpo, por sua vez, pela área de humanas) pois, em razão de sua especificidade

metodológica e compreensão do fenômeno que se investiga, a produção de conhecimento das ciências humanas e sociais se caracteriza pela lentidão do processo de construção (DAOLIO, 2007) enquanto as ciências biológicas apresentam maior agilidade e rapidez. Entretanto, a primeira categoria se diferenciou por um artigo a mais apenas, o que demonstra, em contrapartida, a relevância dos temas tratados na categoria Construção social do corpo e seus desdobramentos atuais na sociedade na qual as concepções de corpo e estética têm trazido diferentes – e preocupantes – consequências.

Ainda que as demais categorias tenham sido menos representadas no sentido quantitativo dos artigos, ressaltamos a relevância e magnitude de todas, de seus conteúdos, discussões e reflexões, no entanto, seus focos temáticos precisam ser mais desenvolvidos por demais esquiadores da área.

Os dados apontaram uma carência de estudos brasileiros sobre educação física e mídia, dos quais representaram apenas 6,2% das publicações, com três artigos. Entretanto, ressaltamos que tais resultados emergiram de acordo com um dos critérios de análise dos artigos adotados, do qual apontaríamos o país das publicações conforme o local de realização dos estudos, ou seja, onde se deu a amostra e realizou-se a coleta de dados.

Contudo, foi possível perceber que mais dois artigos foram realizados por pesquisadores brasileiros, mas efetuados em Portugal. No entanto, ainda assim, alertamos para a carência de pesquisas/pesquisadores brasileiros emergidos.

Damos ainda destaque para a multidisciplinaridade encontrada nos estudos, fator importante pois, ao tratar de assuntos e problemáticas eminentemente sociais, nada mais necessário que olhares de diferentes perspectivas sobre um mesmo objeto de estudo.

No mais, entendemos e advertimos que os resultados aqui encontrados se deram de acordo com os critérios estabelecidos para o estudo e que, dentre e partir deles, algumas limitações podem ter surgido, como a combinação dos termos de busca nas bases de dados e a escolha por não realizar adicionalmente uma busca manual de artigos em outras fontes diretas.

Percebemos, ao longo das análises, que as categorias e, conseqüentemente, os diversos assuntos tratados entre elas estão fortemente ligados. Pode-se dizer que a mídia se apresentou como início, meio e fim para a discussão das temáticas, de modo isolado ou sincrônico.

Início, pois, é ponto de partida para questionamentos de como tem sido tratado os assuntos inerentes à educação física nos meios informacionais e comunicacionais e

quais as influências e consequências de tais tratamentos e discursos hegemônicos na vida das pessoas, na sua saúde física, mental e psicológica, na sua relação com o próprio corpo e com o corpo alheio, nos seus excessos em frente as telas.

A mídia é também – e, principalmente - meio, pelo qual se legitima suas indicações enquanto início, mas que também se faz facilitador de aproximações e adequações ao modelo de sociedade moderna de tecnologia altamente desenvolvida, rápida e acessível. A mídia enquanto meio atua como uma forma de retroalimentação daquilo que ela mesmo também produz: inovação, atualização constante e o uso de seus produtos (jogos, vídeos, internet, redes sociais, aplicativos, meios de comunicação, etc.). Ela se faz instrumento para melhorar e adequar o mundo e a sociedade às novas necessidades que ela mesma contribui para a criação. É ao mesmo tempo vilã e mocinha, numa relação de “morde e assopra” que valida, justifica e sustenta sua existência.

E é fim, quando usa de seus meios para – e novamente poderíamos usar o termo retroalimentação – se auto beneficiar, como fazer uma jogada de marketing para aumentar a própria visibilidade midiática e a popularidade social.

Difícil é definir onde começa um e onde termina o outro. Onde a mídia é começo, onde é meio e onde é fim. A sensação experimentada é a de um aprisionamento substancial e por vez frustrante sem o qual não se é mais possível sobreviver, pois não se trata apenas da educação física, dos seus conteúdos, dos seus interesses, mas da vida de seres humanos que tem sido alimentada e direcionada cada vez mais por essa “bola de neve” midiática.

Assim como diversas outras temáticas sociais, a mídia é um conjunto de questões e incertezas das quais muitas vezes não damos conta de lidar ou mesmo de perceber, pois sua permeabilidade é tamanha que parece escorrer por entre os dedos, fugindo de nosso controle.

Cabe a nós educadores conduzir nossos esforços para pesquisas, lembrando que seu objetivo maior é o impacto social e sua relevância para a sociedade, mas também esforços em direção à orientações e norteamentos para a população sobre novos olhares e reflexões, sobretudo no que tange aos alunos, que são a parcela social mais próxima de nós da qual participamos e temos papel e responsabilidade sobre a formação, seja ela na escola ou no ensino superior.

## REFERÊNCIAS

ANCTIL, ERIC. **Institutional advancement and spectator sports the importance of television.** Wiley InterScience, New directions for higher education, no. 148, Winter, 2009. DOI: 10.1002/he.366.

ANDRADE, J. B.; GALEMBECK, F. **Qualis: quo vadis?** Editorial. Química Nova, São Paulo, v. 32, n. 1, p. 1, 2009.

AZZARITO, Laura. **The Panopticon of physical education: pretty, active and ideally white,** Physical Education and Sport Pedagogy, 14:1, 19-39, 2009. DOI: 10.1080/17408980701712106

AZZARITO, Laura; SOLMON, Melinda A. **feminist poststructuralist view on student bodies in physical education: Sites of compliance, resistance, and transformation.** Journal of Teaching in Physical Education, 2006, 25, p.200-225.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977.

BATISTA, Sidnei Rodrigues; BETTI, Mauro. **A televisão e o ensino da educação física na escola: uma proposta de intervenção.** Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v. 26, n. 2, p. 135-148, jan. 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo Parasitário: e outros temas contemporâneos.** Trad. Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2010.

BETTI, M. **A janela de vidro: esporte, televisão e educação física.** Campinas: Papirus, 1998.

BORSA, Juliane Callegaro; DAMÁSIO, Bruno Figueiredo; BANDEIRA, Denise Ruschel. **Adaptação e Validação de Instrumentos Psicológicos entre Culturas: Algumas Considerações.** Paidéia, set.-dez. 2012, Vol. 22, No. 53, 423-432. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-43272253201314> .

BRASIL. **Plano nacional de pós-graduação (PNPG) 2005-2010.** Ministério da Educação e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES 2004. Disponível em: [http://www.capes.gov.br/images/stories/download/editais/PNPG\\_2005\\_2010.pdf](http://www.capes.gov.br/images/stories/download/editais/PNPG_2005_2010.pdf) . Acesso em: 10 abril. 2016.

BRASIL. **Plano nacional de pós-graduação (PNPG) 2011-2020 (Vol. 1).** Ministério da Educação e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES 2010. Disponível em: <https://www.capes.gov.br/images/stories/download/Livros-PNPG-Volume-I-Mont.pdf> . Acesso em: 27/04/2016.

BRASIL. **Relatório Final 2013** - Comissão Especial de Acompanhamento do PNPG 2011-2020 e Elaboração da Agenda Nacional de Pesquisa. Ministério da Educação e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES 2013.



Disponível em: < <http://www.capes.gov.br/images/stories/download/PNPG-Relatorio-Final-11-12-2013.pdf>> . Acesso em: 27/04/2016.

BRENGMAN, Malaika; WAUTERS, Birgit; MACHARIS, Cathy; MAIRESSE, Olivier. **Functional effectiveness of threat appeals in exercise promotion messages.** *Psicológica* (2010), 31, 577-604.

CAMPAGNA, Viviane Namur; SOUZA, Audrey Setton Lopes de. **Corpo e imagem corporal no início da adolescência feminina.** *Boletim de Psicologia*, 2006, Vol. LVI, Nº 124: 09-35

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica:** para uso dos estudantes universitários. 4. Ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

CBCE. **Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte.** Disponível em: <http://www.cbce.org.br/conbrace.php> . Acesso em: 10/03/2016.

COELHO, Isabel Colucci; ALMEIDA, Éverton Vasconcelos de. **Cultura da participação e da convergência na copa do mundo FIFA 2014:** um estudo a partir de imagens compartilhadas no Twitter. *Motrivivência* v. 27, n. 45, p. 138-153, setembro/2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8042.2015v27n45p138>.

D'ALBUNDO, Michelle Lee; SIDMAN, Cara L.; FIALA, Kelly A. **Sitting Behavior and Physical Activity of College Students:** Implications for Health Education and Promotion. *International Journal of Adult Vocational Education and Technology*, 6(3), 61-78, July-September 2015.

DAOLIO, Jocimar. **O ser e o tempo da pesquisa sociocultural em educação física.** *Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas*, v. 29, n. 1, p. 49-60, set. 2007.

DINIZ, Irla Karla dos Santos; RODRIGUES, Heitor de Andrade; DARIDO, Suraya Cristina. **Os usos da mídia em aulas de Educação Física escolar:** possibilidades e dificuldades. *Movimento, Porto Alegre*, v. 18, n. 03, p. 183-202, jul/set. de 2012.

FERREIRA, N. S. A. **As pesquisas denominadas “estado da arte”.** *Educação & Sociedade*, ano XXIII, n o 79, agosto/2002.

FIELD, A. E., Cheung, L., Wolf, A. M., Herzog, D. B., Gortmaker, S. L., & Colditz, G. A. (1999). **Exposure to mass media and weight concerns among girls.** *Pediatrics*, 103, 54-60.

GARCÍA, Yeny Samay Marca; CORTÉS, Astrid Bibiana Rodríguez. **Imaginos de beleza en estudantes de Educación Física.** *Avances en Psicología Latinoamericana/Bogotá (Colombia) /Vol.30 (1) /pp. 108-117/2012.*

GONÇALEZ, Paula Amorim; JORENT, Maria Jose Vicentini. **Arquivos permanentes na web:** disseminação da informação. In: V SEMINÁRIO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – SECIN - DE AMBIENTES ESTÁTICOS PARA A COMUNICAÇÃO MÓVEL. Eixo temático: Mídias sociais e dispositivos móveis. *Anais... Londrina*, 2013, p. 563 – 583. Disponível em:

<<http://www.uel.br/eventos/cinf/index.php/secin2013/secin2013/paper/viewFile/123/96>>. Acesso em 20 de maio de 2016.

GOWIN, Mary; CHENEY, Marshall; GWIN, Shannon; WANN, Taylor Franklin. **Health and Fitness App Use in College Students: A Qualitative Study**, American Journal of Health Education, 46:4, 223-230, 2015. DOI: 10.1080/19325037.2015.1044140

GRIEVE, Frederick G. **A Conceptual Model of Factors Contributing to the Development of Muscle Dysmorphia, Eating Disorders**: The Journal of Treatment & Prevention, 15:1, 63-80, (2007) DOI: 10.1080/10640260601044535.

GROESZ, L. M.; LEVINE, M. P.; MURNEN, S. K. **The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review**. International Journal of Eating Disorders, 31, 1-1, 2002.

HARRISON, M.; BURNS, C. F.; MCGUINNESS, M.; HESLIN, J.; MURPHY, N. M. **Influence of a health education intervention on physical activity and screen time in primary school children: 'Switch Off--Get Active'**. Journal of Science and Medicine in Sport. (2006), 388-394.

HAYES, Sharon; TANTLEFF-DUNNA, Stacey. **I'm too fat to be a princess? Examining the effects of popular children's media on young girls' body image**. British Journal of Developmental Psychology (2010), 28, 413–426.

KREMER, P.; ELSHAUG, C.; LESLIE, E.; TOUMBOUROU, J. W.; PATTON, G. C.; WILLIAMS, J. **Physical activity, leisure-time screen use and depression among children and young adolescent**. J. Sci. Med. Sport (2013). <http://dx.doi.org/10.1016/j.jsams.2013.03.012>.

KENSKI, Vani M. **O impacto da mídia e das novas tecnologias de comunicação na educação física**. Motriz, Volume 1, Número 2, 129-133, Dezembro/1995.

KOKUBUN, Eduardo. **Pós-graduação em educação física no brasil**: indicadores objetivos dos desafios e das perspectivas. Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v. 24, n. 2, p. 9-26, jan. 2003.

KOKUBUN, Eduardo. **Pós-Graduação em Educação Física**. Rev. bras. Educ. Fís. Esp., São Paulo, v.20, p.31-33, set. 2006. Suplemento n.5. Anais do XI Congresso Ciências do Desporto e Educação Física dos Países de Língua Portuguesa (PALOPS) - v.20 s.5 2006.

LEITÃO, Arnaldo Sifuentes Pinheiro. **Desenhos animados televisivos, ética e educação física nos anos iniciais do ensino fundamental**. [Recurso eletrônico]: diálogos possíveis / Arnaldo Sifuentes Pinheiro Leitão. – Porto Alegre: Orquestra, 2013, 103 p.

LINES, Gill. **The impact of media sport events on the active participation of young people and some implications for PE pedagogy**, Sport, Education and Society, 12:4, 349-366, 2007.

MACHADO, Afonso Antonio; ZANETTI, Marcelo Callegari; MOIOLI, Altair. **O corpo, o desenvolvimento humano e as tecnologias**. Motriz, Rio Claro, v.17 n.4, p.728-737, out./dez. 2011.

MARCHLEWSKI, Camila; SILVA, Priscilla Maia da; SORIANO, Jeane Barcelos. **A influência do sistema de avaliação Qualis na produção de conhecimento científico: algumas reflexões sobre a Educação Física**. Motriz, Rio Claro, v.17 n.1, p.104-116, jan./mar. 2011. doi: <http://dx.doi.org/10.5016/1980-6574.2011v17n1p94>.

MCNEILL, Michael C.; FRY, Joan M. **The Value of ICT from a Learning Game-Playing Perspective**. ICHPER-SD Journal of Research, v.7, n.2, p45-51. Fall-Win 2012.

MENDES, Diego de Sousa. et al. **A campanha #foraricardoteixeira no Twitter: interações sociais e debate público a respeito do esporte**. Rev. Bras. Ciênc. Esporte, Florianópolis, v. 35, n. 4, p. 929-946, out./dez. 2013

MIRANDA, L.M.; FARIAS, S.F. **As contribuições da internet para o idoso: uma revisão de literatura**. Interface - Comunic., Saúde, Educ., v.13, n.29, p.383-94, abr./jun. 2009.

MUGNAINI, R. **Caminhos para adequação da avaliação da produção científica brasileira: impacto nacional versus internacional**. 2006. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) -Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

MELTON, B. F., BIGHAM, L. E., BLAND, H. W., BIRD, M., & FAIRMAN, C. **Health-related Behaviors and Technology Usage among College Students**. America Journal of Health Behavior, 38(4), 510–518. (2014). DOI:10.5993/AJHB.38.4.4 PMID:24636113.

NAHAS, Markus Vinicius; GARCIA, Leandro Martin Totaro. **Um pouco de história, desenvolvimentos recentes e perspectivas para a pesquisa em atividade física e saúde no Brasil**. Rev. bras. Educ. Fís. Esporte, São Paulo, v.24, n.1, p.135-48, jan./mar. 2010.

NORONHA, D. P.; FERREIRA, S. M. S. P. **Revisões de literatura**. In: CAMPELLO, B. S.V. C.; CENDÓN, B. V.; KREMER, J. M. (Org.). Fontes de informação para pesquisadores e profissionais. Belo Horizonte: UFMG, 2000.

OLIVARDIA, R.; POPE, H. G., Jr.; HUDSON, J. I. **Muscle dysmorphia in male weight lifters: A case control study**. American Journal of Psychiatry, v.157, p.1291–1296, 2000.

OLIVEIRA, Marcio Vieira; TRINDADE, Gilma Santos; VOTTO, Ana Paula de Souza; FILGUEIRA, Daza de Moraes Vaz Batista. **Uma discussão acerca do que é fazer ciência: algumas considerações sobre comunicação e divulgação científica para a promoção da saúde**. VITTALLE, Rio Grande, 24(2): 53-62, 2012.

OLIVEIRA, Cristina Borges de. **Mídia, cultura corporal e inclusão:** conteúdos da educação física escolar. Lecturas: Educación física y deportes, n.º. 77, 2004. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=989043>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2016.

PEREIRA, Rogério Santos et al. **A cobertura jornalística da cerimônia de abertura dos jogos olímpicos de Londres 2012 e a repercussão na rede social Twitter.** Motrivivência v. 27, n. 45, p. 154-171, setembro/2015.

PÉREZ-LÓPEZ, Isaac J.; GARCIA, Enrique Rivera; CERVANTES, Carmen Trigueros. **Social imaginary of Physical Education built from Spanish TV “teen series”.** Movimiento, Porto Alegre, v. 20, n. 3, p. 853-871, jul./set. de 2014.

PÉREZ-LÓPEZ, Isaac J. **Physical education on spanish television series: ¿fiction or reality?** Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte vol. 13 (50) pp. 199-216, 2013.

RACINE, Elizabeth F.; DEBATE, RitaD.; GABRIEL Kelley P.; HIGH, Robin R. **The relationship between media use and psychological and physical assets among third- to fifth-grade girls.** J Sch Health. V.81, p749-755, 2011.

RAD, Amir Ghiami; AGHDAM, Esmail Moharami; MOGHADAM, Jafar Barghi; ZOLFAGARI, Asgar; SALEHIAN, Mir Hamid. **The investigation of the mass media role in females trending towards general and competitive sports training.** Life Science Journal, v.9, n.4, 2012.

REBUSTINI, Flávio. et al. **Novas mídias no esporte: um olhar sobre o Twitter.** Coleção Pesquisa em Educação Física - Vol.11, n.5, 2012.

REBUSTINI, Flávio. MACHADO, Afonso Antonio. **Análise cross-cultural da repercussão do Twitter no esporte.** Estudos em Jornalismo e Mídia Vol. 12 Nº 2 Julho a Dezembro de 2015.

RIBEIRO, Karla; SILVA, Josevânia; SANTOS, Marcela Silva; ALBUQUERQUE, Juliana Rodrigues; PICHELLI, Ana. **Vulnerabilidade aos Transtornos Alimentares em Adolescentes:** fatores que afetam à satisfação com o corpo. Investigação Qualitativa em Saúde/Investigación Cualitativa en Salud, Volume 1, 2015.

ROCHA, E. A. C. **A pesquisa em Educação Infantil no Brasil: trajetória recente e perspectiva de consolidação de uma pedagogia da educação infantil.** Florianópolis: UFSC, Centro de Ciências da Educação, Núcleo de Publicações, 1999.

SANDERCOCK, G. R.; OGUNLEYE, A.; VOSS, C. **Screen Time and Physical Activity in Youth: Thief of Time or Lifestyle Choice?** Journal of Physical Activity and Health, 2012, 9, 977-984.

SANTAELLA, Lúcis **Culturas e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulos, 2003.

SILVA, Cinthia Lopes da. “**Morangos com açúcar**” na telinha: experiência pedagógica junto a estudantes portugueses de educação física. *Licere*, Belo Horizonte, v.13, n.1, mar/2010.

SILVA, Roberto Nascimento Braga da; TALAMONI, Guilherme Augusto; TAVARES JUNIOR, Antonio Carlos; CRESSONI, Franz Eric de Goes; TEBALDIA, Marina; PAJANIAN, Flávio; OLIVEIRA, André Luis de; DRIGO, Alexandre Janotta. **Futebol e a construção da imagem de treinadores pela mídia**: um estudo a partir das notícias de um site de grande visitação na web. *Rev Bras Ciênc Esporte*. 2014; 36(3):648-655.

SOLER, Patrícia Tatiana; FERNANDES, Helder Miguel; DAMASCENO, Vinicius Oliveira; NOVAES, Jefferson Silva. **Vigorexia e níveis de dependência de exercício em frequentadores de academias e fisiculturistas**. *Rev Bras Med Esporte – Vol. 19, N o 5 – Set/Out, 2013*.

TANI, G. **Educação Física: por uma política de publicação visando à qualidade dos periódicos**. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, Campinas, v. 29, n. 1, p. 9-22, set. 2007. Disponível em: <http://revista.cbce.org.br/index.php/RBCE/article/view/6/12> . Acesso em: 12/04/2016.

VARGAS, Camila Serro et al. **Prevalência de dismorfia muscular em mulheres frequentadoras de academia**. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, São Paulo. v. 7. n. 37. p.28-34. Jan/fev. 2013. ISSN 1981-9927

VOSGERAU, D. S. A. R.; ROMANOWSKI, J. P. **Estudos de revisão**: implicações conceituais e metodológicas. *Rev. Diálogo Educ.*, Curitiba, v. 14, n. 41, p. 165-189, jan./abr. 2014.

ZANETTI, Marcelo Callegari; MOIOLLI, Altair; SCHIAVON, Mauro Klebis; REBUSTINI, Flávio; MACHADO, Afonso Antonio. **Corpos belos nos ambientes virtuais**: estudo por meio da sociologia visual. *Rev. Educ. Fis/UEM*, v. 23, n. 3, p. 411-420, 3. Trim. 2012.

# CAPÍTULO 3

---

## EDUCAÇÃO FÍSICA E REDES SOCIAIS: UM ESTUDO DE REVISÃO SISTEMÁTICA

**Resumo:** O presente estudo trata-se de uma revisão sistemática de caráter qualitativo, cujo objetivo geral foi realizar uma revisão sistemática sobre educação física e redes sociais de artigos indexados no período de 2006 a 2015, a fim de identificar como estes se caracterizam e relacionam suas temáticas. A pesquisa se deu a partir de quatro bases de dados: Lilacs, Eric, Web of Science e PubMed, e os resultados obtidos foram tratados pela análise de conteúdo. A partir das fases da pesquisa inerentes a metodologia de análise, com a aplicação dos critérios de exclusão e leitura integral dos trabalhos foram identificados três artigos científicos sobre educação física e mídia com foco nas redes sociais, categorizados separadamente em: (1) tecnologia e inovação no ensino superior; redes sociais e ambientes interativos; aprimoramento do ensino em saúde e *fitness*; (2) redes sociais e enfrentamento crítico; força de mobilizações populares nas redes sociais; esporte telespetáculo e a falação esportiva; (3) tecnologia, mídia social e comunidades de prática; formação profissional e inovação no ensino. Os resultados apontaram carência na produção de conhecimento em artigos científicos sobre educação física e redes sociais. Os três artigos trataram de forma isolada e especificamente das redes sociais Twitter e Facebook sob olhares sociais e educacionais, abordando questões acerca da formação profissional, do uso da tecnologia e de mídias sociais como forma (e necessidade) de inovação no ensino superior, bem como sobre o caráter crítico e de enfrentamento social que as redes sociais exercem frente aos demais meios de comunicação.

**Palavras-chave:** Educação Física. Mídia. Redes Sociais.

## **PHYSICAL EDUCATION AND NETWORKS: A REVIEW OF SYSTEMATIC STUDY**

**Abstract:** This study is a qualitative systematic review, whose general objective was to conduct a systematic review of physical education and social networks of articles indexed in the period of 2006-2015 in order to identify how they characterize and relate its themes. The survey was conducted using four databases: Lilacs, Eric, Web of Science and PubMed and the results were processed by content analysis. From the stages of research involved the methodology analysis, with application of the exclusion criteria and full reading of the work, three scientific articles on physical education and media were identified with a focus on social networks, categorized separately: (1) technology and innovation in higher education; social networking and interactive environments; improvement of education in health and fitness; (2) social networks and critical confrontation; strength of popular mobilizations in social networks; sports teleshows and sports chatter; (3) technology, social media and communities of practice; vocational training and innovation in teaching. The results showed deficiency in the production of knowledge in scientific articles on physical education and social networks. The three articles treated in isolation and specifically social networks Twitter and Facebook in social and educational looks, addressing questions about professional training, use of technology and social media as a way (and need) to innovation in higher education and on the critical and social coping character that social networks exert front of the other media.

**Key words:** Physical education. Media. Social Network.

### 3.1 INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea tem sido fortemente influenciada pelas mudanças tecnológicas e informacionais ocorridas nos últimos tempos e intensificadas rapidamente a cada dia a partir de constantes atualizações, transformando a vida social, os hábitos diários e as formas de se relacionar com o outro e com o mundo.

No contexto educacional, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) assumem uma relação complexa e progressivamente necessária que vem quebrando paradigmas e ganhando espaço em diferentes direções e desdobramentos.

Para além da utilização de meios e ferramentas eletrônicas básicas que auxiliam na preparação e desenvolvimento de aulas, as TIC possuem uma capacidade interativa significativa considerando sua forte relação e permeabilidade com um dos mais inovadores e vantajosos meios comunicacionais característico pela sua veloz capacidade de atualização de informação, que é a internet (MIRANDA; FARIAS, 2009; GONÇALEZ; JORENT, 2013; SILVA et al., 2014).

Não se pode negar o impacto da diversidade da cibercultura bem como da mídia de modo geral no contexto educacional em diferentes orientações, seja pela necessidade de atualização e formação tecnológica do professorado ou pela bagagem pessoal dos alunos levada do seu mundo particular para o ambiente educativo (COELHO, 2008; MENDES; PIRES, 2009; SILVA; DAOLIO, 2009; SALES; PARAÍSO, 2010; PIRES; LAZZAROTTI FILHO; LISBÔA, 2012; LEITÃO, 2013; BIANCHI; PIRES, 2015).

Atualmente, nota-se na educação física uma expressiva forma desta repercussão e influência midiática, a partir da pluralidade de conteúdos associados a área e disseminados na internet. Em geral, ressaltam-se aqueles diretamente relacionados a saúde e prática de exercícios físicos, assuntos exaltados em discursos sobre a prevenção de doenças, hábitos saudáveis e resultados estéticos provenientes de tais práticas, sejam eles considerados consequências ou finalidades. Não obstante, demais temáticas que dizem respeito a educação física como um todo são reportadas na internet e de maneira especial nas redes sociais, refletindo também na realidade vivida no ambiente educacional.

É preciso levar em conta ainda a aproximação fluente de jovens estudantes e universitários com esses meios e a necessidade de formação profissional e continuada dos professores, para que possam acompanhar este movimento e a indispensabilidade da inovação no ensino superior (BORGES; HUNGER, 2012; MCNEILL; FRY, 2012; BARBAS et al., 2014; LEKA; GRINKRAUT, 2014).



Considerando que a aprendizagem e experiências sobre a educação física ultrapassam as paredes das escolas e universidades e diante das atuais configurações que envolvem as redes sociais, entendemos a necessidade de estudos que as investiguem, por serem elas um forte ponto de partida e reflexão na área educacional e um meio eficiente de pensar a sociedade contemporânea, em busca de compreendê-la a partir das movimentações sociais constituídas nessas mídias. Como tal, faz-se imprescindível que a educação física busque acompanhar este fluxo e demanda emergente em busca de assimilar, absorver e aprimorar sua prática de ensino, aprendizagens e reflexões.

Diante de tais apontamentos tivemos algumas perguntas de pesquisa iniciais: Qual a produção de conhecimento em artigos científicos sobre educação física e redes sociais? Como estas temáticas tem se relacionado nos estudos? Sobre quais redes sociais os estudos têm tratado e quais são seus desdobramentos? Para tentar responder a tais questionamentos, o objetivo geral deste estudo foi realizar uma revisão sistemática sobre educação física e redes sociais de artigos indexados no período de 2006 a 2015, a fim de identificar como estes se caracterizam e relacionam suas temáticas. Os objetivos específicos se compuseram em: fazer um levantamento de dados a partir das bases indexadoras Lilacs, Eric, Web of Science e PubMed; estruturar um banco de dados para avaliação, categorização e análise dos artigos.

Esperamos com este estudo visualizar como tem ocorrido a elaboração de pesquisas que envolvam em suas temáticas as redes sociais relacionadas com a educação física e seus desmembramentos pertinentes, buscando reiterar a relevância desses estudos para o desenvolvimento da área e da formação profissional.

### **3.2 METODOLOGIA**

Trata-se de uma revisão sistemática (RS), uma metodologia de pesquisa embasada em critérios pré-definidos e evidências científicas consistentes, que tem como propósito oferecer uma síntese aprofundada sobre investigações preliminares de um campo específico e avaliar a qualidade e aplicabilidade dos mesmos, utilizando-se de métodos de busca explícitos e sistematizados que reduzem a probabilidade de vieses e erros casuais (KOFINAS; SAUR-AMARAL, 2008; THOMAS; NELSON; SILVERMAN, 2012; GOMES; CAMINHA, 2014).

Em função da pergunta de pesquisa objetivos, caracteriza-se como uma revisão sistemática qualitativa, um tipo de RS que congrega resultados de outros estudos mas que não utiliza análise estatística de maneira global, e que possibilita que pesquisadores

entendam e interpretem “questões sociais, emocionais, culturais, comportamentos, interações ou vivências que acontecem no âmbito do cuidado em saúde ou na sociedade” (DE-LA-TORRE-UGARTE-GUANILO; TAKAHASHI; BERTOLOZZI, 2011, p.1262), podendo subsidiar ainda proposições de novas teorias.

Neste tipo de RS os resultados podem ser apresentados em forma de síntese, análise ou conclusão, e sua principal finalidade é considerar as similaridades e disparidades entre os estudos buscando estender as interpretações possíveis dos resultados em (re)leituras amplificadas (HOEFELMANN; SANTOS; MORETTI-PIRES, 2012).

Quando bem estruturada, além de realizar um acompanhamento do curso científico de um período particular, uma RS alcança seu ápice ao descobrir lacunas e direcionamentos viáveis que impulsionem e quiçá possam sustentar uma atualização em determinado campo profissional (GOMES; CAMINHA, 2014). Nesse sentido, concordamos com os últimos autores que a revisão sistemática se configura como um útil e eficaz método de pesquisa para as ciências do movimento humano.

Esse tipo de estudo transcende um mero encastelamento de informações, pois uma revisão sistemática bem estruturada para além de realizar um acompanhamento do curso científico de um período particular, alcança seu ápice ao descobrir lacunas e direcionamentos viáveis que impulsionem e quiçá possam sustentar uma atualização em determinado campo profissional (GOMES; CAMINHA, 2014). Nesse sentido, concordamos com os últimos autores que a revisão sistemática se configura como um útil e eficaz método de pesquisa para as ciências do movimento humano.

Tomamos como base as orientações do *Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses* (PRISMA)<sup>20</sup>, mais especificamente o PRISMA-P (SHAMSEER et al., 2015), uma listagem com 17 itens numerados (26 com os subitens) recomendados para a construção de um protocolo de pesquisa em RS, tendo como objetivo melhorar sua qualidade, ajudando potencialmente os autores na condução e documentação de um roteiro “a priori” para sua avaliação sistemática (MOHER et al., 2015).

Neste sentido, a construção de uma ficha de pesquisa se concretizou como o primeiro passo executado, com o intuito de sistematizar a pergunta e os objetivos da pesquisa, os critérios de inclusão e exclusão, o âmbito e as equações de pesquisa, bem

---

<sup>20</sup> Ver mais em: <http://www.prisma-statement.org>

como os critérios de qualidade e validade metodológica a serem aplicados. A ficha de pesquisa (Quadro 1) foi aplicada de forma independente por dois pesquisadores.

<b>Ficha de pesquisa</b>	
<b>Pergunta de pesquisa</b>	Qual a produção de conhecimento em artigos científicos sobre educação física e redes sociais? Sobre quais redes sociais os estudos têm tratado e quais são seus desdobramentos?
<b>Objetivo da pesquisa</b>	Realizar uma revisão sistemática sobre educação física e redes sociais e identificar como estes se caracterizam e relacionam as duas temáticas.
<b>Âmbito da pesquisa</b>	A pesquisa será realizada nas bases de dados eletrônicas PubMed, Lilacs, Web of Science e ERIC. A escolha por tais plataformas se deu pelo fato destas serem fontes de conteúdos científicos que abordam tanto a área da saúde como a área educacional e das ciências sociais e humanas, abrangendo, pois, nosso foco de pesquisa.
<b>Bases de dados/Equação de pesquisa</b>	<b>PUBMED</b> ("Physical Education and Training" [Mesh] OR "Physical Education" [Text Word]) AND ("Mass Media" [Mesh] OR "Mass Media"[Text Word] OR "Mass Media Effects"[Text Word] OR "Social Media"[Mesh] OR "Social Media"[Text Word] OR "Educational Media "[Text Word])
	<b>LILACS</b> (mh: physical education and training) OR (tw: physical education)) AND ((mh: mass media) OR (tw: mass media) OR (tw: mass media effects) OR (mh: social media) OR (tw: social media) OR (tw: Educational media))
	<b>WEB OF SCIENCE</b> ("Physical Education and Training" OR "Physical Education") AND ("mass media" OR "Mass Media Effects" OR "social media" OR "Educational media")
	<b>ERIC</b> ("Physical Education") AND ("Mass Media" OR "Mass Media Effects" OR "Social Media" OR "Educational Media")
<b>Crítérios de inclusão</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Artigos científicos publicados em periódicos no período entre 2006 e 2015;</li> <li>2. Serão consideradas todas as metodologias, exceto estudos de revisão.</li> <li>3. Serão considerados os estudos de áreas do conhecimento para além da educação física, desde que a temática abordada esteja em conformidade com o objetivo;</li> <li>4. Serão considerados apenas os estudos publicados nos idiomas: inglês, português e espanhol;</li> <li>5. Serão considerados apenas os artigos com foco em redes sociais.</li> </ol>
<b>Crítérios de exclusão</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudos que não sejam artigos científicos;</li> <li>2. Artigos científicos que sejam estudos de revisão de literatura/bibliográfica (revisão sistemática, revisão narrativa, revisão integrativa, estado da arte);</li> <li>3. Artigos sem texto integral disponível gratuitamente;</li> <li>4. Artigos que tratem as temáticas educação física ou redes sociais de forma isolada;</li> <li>5. Artigos que não enfoquem as redes sociais.</li> </ol>
<b>Crítérios de qualidade e validade metodológica</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. O presente protocolo de pesquisa será utilizado por dois investigadores independentes. Em caso de resultados diferentes, haverá reuniões para discussão que levem a um consenso, sendo que as diferenças deverão ser identificadas e explicadas;</li> <li>2. Os critérios de inclusão e exclusão serão aplicados rigorosamente;</li> <li>3. Os passos da pesquisa serão registrados;</li> <li>4. A aplicação dos critérios será justificada;</li> </ol>
<b>Avaliação das informações</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dados de identificação - Autor (es), ano de publicação, título do artigo, nome do periódico;</li> <li>2. Foco do estudo;</li> <li>3. Área de conhecimento do periódico</li> <li>4. Objetivos;</li> <li>5. Delineamento da pesquisa - metodologia (s), instrumentos utilizados;</li> <li>6. População/amostra;</li> <li>7. Principais resultados;</li> </ol>

**Quadro 1:** Ficha de pesquisa da revisão sistemática sobre educação física e redes sociais.

**Fonte:** Adaptado de Kofinas e Saur-Amara (2008).

Apesar da dominância da língua inglesa e de sua relação direta aos padrões de qualidade científica, optou-se por considerar também os estudos publicados nos idiomas português e espanhol, na pretensão de aumentar o alcance de pesquisas sobre a temática pesquisada, sobretudo no que diz respeito ao contexto nacional e da América Latina.

Elegeram-se a última década para investigação tendo em vista a aceleração do desenvolvimento das redes sociais neste período, sobretudo pelo surgimento dos telefones celulares inteligentes (*smartphones*) e a popularização da internet móvel, possibilitando o acesso de praticamente qualquer lugar, e influenciando ainda mais o aumento da criação de novas redes sociais para suprir a demanda do entretenimento social dos consumidores e utilizadores da tecnologia.

Foram descartados os estudos que não eram artigos científicos e os artigos científicos que: eram revisões de literatura/bibliográfica (revisão sistemática, revisão narrativa, revisão integrativa, estado da arte); não continham texto integral disponível gratuitamente; não tinham foco nas redes sociais; tratavam as temáticas educação física ou redes sociais de forma isolada.

Ressalta-se que a abordagem sobre mídia foi embasada nos preceitos de Santaella (2003), considerando toda e qualquer forma de meio de comunicação (informativos ou não), quer sejam meios de comunicação de massa como jornal, rádio, televisão, revistas, telenovelas, etc., meios publicitários como *outdoors*, anúncios e outros, bem como aparelhos, dispositivos, programas auxiliares de comunicação e todos processos comunicativos mediados pelo computador.

Como ilustrado no Quadro 1, a busca pelos dados primários da pesquisa ocorreu no dia 21 de outubro de 2015, em quatro bases de dados *online*: PubMed<sup>21</sup>, Lilacs<sup>22</sup>, Web of Science<sup>23</sup> e Eric<sup>24</sup>, escolhidas em função de dimensões, representatividade e, respectivamente, às publicações indexadas, que tangem à área da educação física, da saúde e da educação de modo geral. Além do mais, as bases indexadoras em questão permitem um sistema de busca e coleta de informações a partir de termos-chaves e o armazenamento dos mesmos em formatos documentais, favorecendo os processos e andamento da pesquisa.

---

<sup>21</sup> Ver mais em: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed>

<sup>22</sup> Ver mais em: <http://lilacs.bvsalud.org>

<sup>23</sup> Ver mais em: <http://isiknowledge.com>

<sup>24</sup> Ver mais em: <http://eric.ed.gov>

Conforme as especificidades dos meios de pesquisa de cada base, termos equivalentes foram testados e, consecutivamente utilizados, chegando a resultados similares que permitiram atingir o mesmo objetivo. Utilizou-se o *software* EndNote para auxiliar na classificação e manejo dos dados.

Obtivemos inicialmente o resultado de 2.903 estudos (Eric= 2695; Lilacs= 128; PubMed= 45; Web of Science= 35), reduzindo para 2.891 após a eliminação dos arquivos duplicados (Eric= 2687; Lilacs= 127; PubMed=45; Web of Science= 32).

A primeira triagem se deu a partir da leitura de títulos, resumos e palavras-chave, chegando ao número de 63 artigos (2.826 artigos foram eliminados com base na adequação aos critérios de inclusão e exclusão do estudo). Entretanto, até este momento apenas a relação das temáticas educação física e mídia foram atendidas, pois considerou-se que limitar nessa fase os artigos quanto ao trato sobre redes sociais a partir apenas de seus respectivos títulos, resumos e palavras-chave seria uma ação precipitada que poderia prejudicar os resultados.

A partir da leitura integral dos artigos e da aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, identificamos e selecionamos os artigos científicos sobre educação física e mídia com foco nas redes sociais, obtendo o número final de 3 artigos.

Para a categorização dos artigos foi utilizada a análise de conteúdo, processo que consiste em uma “classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos” (BARDIN, 1977, p. 117), sendo as categorias, portanto, classes que aglutinam um grupo de elementos comuns. A categorização não apriorística foi escolhida por propiciar maior aprofundamento do pesquisador com o material de pesquisa e aumentar as possibilidades e perspectivas de análise até se chegar ao resultado final.

Com base na exploração e codificação do material a partir de unidades de registro, seguiu-se o processo de categorização inicial e intermediária, chegando às categorias finais estabelecidas e tematicamente diferenciadas seguindo os princípios de exclusão mútua, homogeneidade, pertinência e objetividade. Nesse sentido, as categorias iniciais conformaram as primeiras impressões acerca da realidade estudada, as intermediárias emergiram do agrupamento das categorias iniciais (ambas não apresentadas neste momento em função da inviabilidade espacial) e, por fim, a unção das categorias intermediárias deu origem as categorias finais de análise.

Os artigos foram organizados e expostos para apreciação de acordo com os dados de identificação, foco do estudo, área de conhecimento<sup>25</sup>, objetivos, delineamento metodológico, população/amostra e principais resultados da pesquisa.

## 3.2 RESULTADOS

### 3.3.1 Apresentação dos resultados

O Quadro 2 apresenta a síntese dos três artigos originais selecionados a partir dos critérios de inclusão e exclusão, publicados entre 2006 e 2015.

	<b>Autores (Ano) / Título /Área do conhecimento</b>	<b>Objetivo do Estudo</b>	<b>Delineamento metodológico</b>	<b>População/ Amostra</b>	<b>Principais resultados</b>
1	Frimming, Polsgrove e Bower (2011) <i>Evaluation of a health and fitness social media experience.</i> Educação física	Realizar um levantamento de reflexões dos alunos sobre uma experiência de mídia social.	Qualitativo/ Quantitativo. Estudo de caso (Fórum de interações na rede social Facebook para discussões; questionário).	127 estudantes de dois cursos Departamento de EF (92= Ciência da Saúde Pessoal; 35= Princípios de Aplicação de Treinamento Físico).	A universidade é um ambiente ideal para compartilhar conhecimentos de saúde e fitness através da mídia social. Os participantes de ambos os grupos acreditavam que o uso do Facebook poderia ser um valioso recurso a longo prazo para compartilhar e discutir sobre a temática.
2	Mendes et al. (2013) A campanha #foraricardoteixeira no Twitter: interações sociais e debate público a respeito do esporte. Educação física	Investigar como são os debates públicos sobre fatos esportivos na Rede Social Twitter, a partir de um estudo de caso da campanha "Fora Ricardo Teixeira".	Qualitativo/ Quantitativo. Estudo de caso descritivo (Observações assistemáticas com registros em diário de campo; análise de conteúdo).	725 <i>tweets</i> coletados durante nove dias sequenciais entre 18 e 26 de outubro de 2011.	O Twitter é uma forma de mídia, um espaço invadido e retroalimentado por ela e, ao mesmo tempo, um canal de enfrentamento, interpretações e críticas dos meios de comunicação de massa. Se a EF pretende promover ações pedagógicas acerca de mídia e Educação, é preciso que a área considere o que os jovens têm feito nas redes sociais.
3	Polsgrove e Frimming (2013)	Descrever a forma como o site de mídia	Qualitativo Estudo teórico,	Não consta.	O Facebook é uma ferramenta inovadora e poderosa de ensino-

<sup>25</sup> Com base no critério de inclusão número 4, o qual define que os estudos incluídos na pesquisa poderiam ser de outra área de conhecimento para além da educação física, desde que a temática abordada estivesse em conformidade com o objetivo, que tratassem de conteúdos inerentes a ela, como por exemplo, questões pertinentes ao corpo, podem se mesclar com áreas como a Fisioterapia, Estética, Dança, Educação, Artes Cênicas e Ciências Sociais e Humanas, de modo geral.

	<i>A Creative Way to Utilize Social Media to Enhance Fitness and Health Knowledge</i>	social Facebook poderia ser usado para melhorar a aptidão do aluno e conhecimento em saúde.	descritivo.		aprendizagem sobre saúde e <i>fitness</i> para estudantes de EF universitários e equipes esportivas, é um ambiente interativo online e instantâneo de comunicação entre professores/alunos, treinadores/atletas, onde membros mais experientes podem colaborar para o amadurecimento dos novatos.
	Educação física				

**Quadro 2:** Síntese dos artigos originais sobre educação física e redes sociais (2006-2015).

**Fonte:** O autor.

Como apresentado, os artigos que compuseram os dados finais foram publicados a partir da segunda metade do período pesquisado, em 2011 e 2013, e todos são procedentes da educação física. Predominantemente os estudos foram submetidos a análises qualitativas, sendo um deles eminentemente qualitativo e os outros dois abordaram os dados qualitativamente, mas também se utilizaram de métodos quantitativos, por meio da estatística descritiva como parte de apoio para as análises.

Quanto à população/amostra dos estudos, um artigo teve como alvo estudantes de Educação Física (FRIMING; POLSGROVE; BOWER, 2011), um fez sua coleta a partir de *tweets* (mensagens postadas) na rede social Twitter (MENDES et al., 2013) e o terceiro artigo não apresentou este quesito devido ao seu delineamento metodológico.

Os dois primeiros estudos listados, de Frimming, Polsgrove e Bower (2011) e Mendes et al. (2013) se caracterizaram metodologicamente como estudos de caso, enquanto o terceiro artigo, de Polsgrove e Frimming (2013) traçaram suas considerações num estudo teórico descritivo. Os artigos foram específicos ao discutirem as redes sociais, tratando suas temáticas em torno do Facebook (n=2) e do Twitter (n=1), apresentando reflexões acerca de uma experiência educacional (FRIMING; POLSGROVE; BOWER, 2011), e descrevendo um passo-a-passo de como utilizar o Facebook (POLSGROVE; FRIMING, 2013), e explorando os debates públicos sobre fatos esportivos no Twitter (MENDES et al., 2013).

Devido ao número final de estudos selecionados para análise, optou-se pela categorização individual dos artigos, descritas num primeiro momento em ordem cronológica e exclusivamente de acordo com os respectivos autores, referenciando-os devidamente conforme o rigor ético quanto à propriedade intelectual dos textos.

No artigo de Frimming, Polsgrove e Bower (2011), os autores fazem uma avaliação de uma experiência com mídia social relacionada a saúde e *fitness*, e duas

categorias finais foram elencadas.

O artigo de Frimming, Polsgrove e Bower (2011) apresenta a avaliação de uma experiência com mídia social relacionada a saúde e *fitness*, e duas categorias finais foram elencadas. A primeira categoria **tecnologia e inovação no ensino superior**, aponta como o uso da tecnologia tem melhorado as oportunidades de aprendizagem na sala de aula, propiciando mudanças nas crenças, atitudes, capacidades, estruturas e habilidades de conhecimento dos alunos.

Em geral, o aprendizado por meio eletrônico pode ocorrer de duas formas, pelo uso de *sites*, *e-mails*, *PowerPoint* etc., que aumentam a comunicação e a difusão dos conteúdos dos cursos e já se tornou uma prática bastante comum entre os docentes da atualidade, e por meio da criação de novas interações sociais que simulam a vida real, que podem ocorrer pelo uso criativo de multimídia para comunicação. Contudo, segundo os autores esta segunda possibilidade é uma prática menos comum em ambientes educativos, provavelmente porque exista uma preocupação com que tais atividades não soem como passíveis de resultados pedagógicos.

Frimming, Polsgrove e Bower (2011) defendem que a aplicação de tecnologia para fins educacionais ocorre melhor quando os resultados são dirigidos por uma teoria e, utilizando-se da teoria da “Pedagogia Popular” de Bruner<sup>26</sup>, concordam que é preciso aproveitar os saberes, modos e costumes culturais dos aprendizes para que se facilite a compreensão dos conteúdos.

Assim surge a segunda categoria **redes sociais e ambientes interativos**, que podem ser meios inovadores de interação para aprendizagem dos alunos devido à proximidade do jovem moderno com tais meios, favorecendo uma estrutura incentivadora para que se tornem membros de uma comunidade geradora de conhecimento.

Tratou-se especificamente da criação de uma página no Facebook, escolhido pela popularidade entre os estudantes, que possibilita a postagem de questões acerca das temáticas desenvolvidas pelos membros participantes do grupo.

A constituição de uma experiência colaborativa entre alunos avançados e novatos pode promover um aumento significativo no conhecimento de universitários e entre profissionais em pré-serviço, levando a um **aprimoramento do ensino em saúde**

---

<sup>26</sup> Bruner, J. S. Folk pedagogy; in the culture of education. Cambridge MA: Harvard University Press; 1996.



e *fitness*. Frente as conformações atuais do amplo acesso à informação, comunicação e aos recursos que lhes dizem respeito, há uma movimentação contínua no incentivo a professores universitários a utilizarem a tecnologia para o melhoramento de experiências de ensino nas aulas.

A partir da experiência realizada e da avaliação de seus desdobramentos, os autores defendem que os cursos devem auxiliar os estudantes de educação física na tomada de decisão quanto aos assuntos de saúde e *fitness* para além dos currículos com variadas formas de aprendizagem, e que a universidade é um ambiente ideal para compartilhar tais conhecimentos por meio da mídia social, sendo o Facebook uma possibilidade valiosa de recurso a longo prazo para compartilhar e discutir sobre a temática.

Do artigo de Mendes et al. (2013) emergiram três categorias. A primeira delas, **redes sociais e enfrentamento crítico**, aponta que a comunicação mediada pelo computador reestruturou as formas de produção e difusão de informação, surgindo assim um tipo de colisão entre as mídias antigas e atuais que se distanciam quanto às suas formas de expressão e de próprio funcionamento.

Enquanto muitas vezes os meios de comunicação de massa mantiveram as manifestações populares fora de pauta ou abordaram parcialmente protestos e movimentos, a internet e sua intensa capacidade de ampliação de conexão entre as pessoas tem se conformado em um *locus* de participação política ainda mais intenso nas redes sociais, conformadas atualmente como uma das formas principais de troca de informações e comunicação por usuários da internet.

Nas redes, os atores sociais não se referem necessariamente a indivíduos reais, podem ser apenas representações performáticas, uma vez que os usuários as utilizam enquanto “perfis” e estes podem, portanto, se referir a uma pessoa, uma instituição, grupos organizados, personagens, dentre outros (MENDES et al., 2013). Por características como estas, as redes sociais se constituem num meio no qual os usuários se sentem à vontade para extravasar os estímulos e informações recebidas em excesso e tornar público o seu mundo privado, configurando-as como “confessionários eletrônicos<sup>27</sup>”.

Os mais diversos tipos de pronunciamentos de opiniões, críticas, acontecimentos, protestos e debates públicos acontecem nas redes sociais, que tendem a

---

<sup>27</sup> Expressão usada por Bauman (2008).

divulgar matérias menos vistas nos meios televisivos e de massa, apropriando-se de fatos e contextos como forma de enfrentamento e ressignificação da mídia tradicional.

Mendes et al. (2013) enfatizam ainda que nas redes sociais as pessoas compartilham suas indignações e anseios e, por meio de ferramentas como as *hashtags*<sup>28</sup> que facilitam o encontro desses interesses em comum, elas se encontram, se organizam são capazes de realizar movimentos que rapidamente tomam contornos de disseminação nacional ou mesmo internacional, apontando o poder e a **força de mobilizações populares nas redes sociais**, assumidas por serem espaços possíveis de resistência e tensões que permitem a promoção de debates e discussões.

A sociedade tem se organizado e enfrentado a mídia tradicional por meio das manifestações populares, encontrando nas redes sociais condições de produzir e reproduzir valores e compreensões contrárias a lógica vertical dos meios de comunicação de massa, como foi no movimento abordado no artigo de Mendes et al. (2013). Na campanha impulsionada pela *hashtag* #foraRicardoTeixeira criada e divulgada na internet e nas redes sociais, sobretudo no Twitter, torcedores organizados e manifestantes pediam a saída de Ricardo Teixeira da direção da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e da chefia do Comitê Organizador Local da Copa do Mundo (COL) de 2014.

Manifestações como esta ocorrem em função da espetacularização e mercadorização do esporte e da alta visibilidade da mídia, que o transforma num esporte midiático produzido e reproduzido pela lógica da conveniência e do entretenimento nos meios de massa em grande escala, dando surgimento ao **esporte telespetáculo e a falação esportiva**.

Mendes et al. (2013) apontam que o esporte telespetáculo<sup>29</sup> ou esporte da mídia, representado com excelência no Brasil pelo futebol, faz com que ele seja tema de informações e discussões em diversos âmbitos, com diferentes pessoas entendedoras ou não do esporte em si, pois a falação esportiva<sup>30</sup> propicia discussões mais amplas para além dos resultados do esporte alcançando outros assuntos que dizem respeito à modalidade como: contratos, arbitragem, vida pessoal dos atletas e dirigentes, política

---

<sup>28</sup> O termo *hashtag* é definido no estudo de Mendes et al. (2013) como palavras precedidas de um # (jogo da velha) que servem para que usuários possam encontrar e acompanhar pessoas que tenham os mesmos interesses, funcionando como um fórum temático. Ver mais em: <http://www.planetatwitter.com/2009/08/o-que-e-e-como-usar-hashtag.html>.

<sup>29</sup> Termo enunciado por Betti (1998) do qual os autores se apropriam em seu texto.

<sup>30</sup> Terminologia denominada por Eco (1984).

esportiva, etc. “A falação esportiva, portanto, atribui a ideia aos seus espectadores e agentes de que é possível ser um participante, de alguma forma, do espetáculo esportivo” (MENDES et al., 2013, p.936) e, por meio desses debates públicos mediados pelas redes sociais, se permite graus de participação não atendidos pelos meios tradicionais de comunicação.

Em suma, o artigo defende as redes sociais como formas de mídia diferenciadas que permitem maior participação crítica dos atores sociais (ou ao menos dão a sensação de poder participativo). Por sua vez, o Twitter que é um formato de mídia e, portanto, um espaço invadido e retroalimentado por ela e também um canal de enfrentamento aos meios de comunicação de massa tradicionais, vistos como coercitivos frente a receptores passivos, no qual se abordam assuntos diversos inclusive relacionados com os elementos da cultura corporal, tornando esta rede um importante e interessante polo para reflexões e pesquisas na área da educação física.

Por fim, no terceiro estudo Polsgrove e Frimming (2013) descrevem o que eles chamaram de uma forma criativa de utilizar meios de comunicação social para melhorar o conhecimento em educação física. Duas categorias surgiram referentes a este estudo e, na primeira delas, **tecnologia, mídia social e comunidades de prática**, aglutinamos ideias tecidas pelos autores sobre o uso da tecnologia e seus atributos em ambientes educacionais.

A relação entre tecnologia e educação tem sido estreitada nos diferentes níveis educacionais. Frente a popularidade da utilização da internet entre os estudantes, o uso da tecnologia na educação superior já é algo esperado tanto por parte dos alunos quanto dos professores, seja por meios mais básicos como troca de e-mails, gravações de vídeos, apresentações em *PowerPoint* etc. ou por caminhos um pouco mais elaborados como a utilização de plataformas, fóruns de discussão *online* e a interação de indivíduos com interesses semelhantes em relação a um objetivo comum.

Polsgrove e Frimming (2013) apontam a criação de uma comunidade de prática *online* baseada em mídia social para desenvolver conhecimentos e habilidades de alunos de educação física sobre saúde e *fitness*, podendo ser composta de estudantes de diferentes turmas, integrantes de um programa ou clube.

A ideia central é o conhecimento compartilhado através de interação contínua, a partir de ensinamentos e instruções de participantes mais experientes para participantes novos, que podem ser orientados por um membro do corpo docente. Em especial, os autores apontam o Facebook como uma plataforma ideal para o estabelecimento de tais

comunidades de prática e sugerem ainda este formato como uma possibilidade para treinadores de equipes esportivas, possibilitando a postagem de treinos e respostas a perguntas específicas.

A segunda categoria, **formação profissional e inovação no ensino** refere-se à aplicação de programas não tradicionais como abordagens inovadoras para maximizar as possibilidades de ensino como projetos de incentivo curriculares ou extracurriculares, ou mesmo as comunidades anteriormente abordadas.

Além de auxiliar no aumento da aprendizagem e aquisição de conhecimentos de forma prática, o exercício da interação faz com que os membros mais experientes se expressem melhor e ganhem mais confiança em suas capacidades de discussão. “Neste formato, instrutores, treinadores e professores poderiam fornecer um modelo educacional mais abrangente para todos os alunos” (POLSGROVE; FRIMMING, 2013, p.6, tradução nossa), possibilitando um aumento na participação, envolvimento e aprendizagem e influenciando direta e positivamente na formação.

Em suma, a partir de um passo-a-passo de como fazer, o estudo de Polsgrove e Frimming (2013) discute o Facebook como uma poderosa e inovadora ferramenta de ensino-aprendizagem sobre saúde e fitness no ambiente acadêmico e de treinamento esportivo, por ser uma esfera *online* interativa que permite a comunicação instantânea e o amadurecimento dos membros participantes sobre assuntos discutidos.

### 3.3.2 Discussão

Algumas similitudes foram evidenciadas entre os dados como, por exemplo, notou-se que os artigos número um e três (FRIMMING; POLSGROVE; BOWER, 2011; POLSGROVE; FRIMMING, 2013) muito se aproximaram por diversos aspectos: pela escolha da mídia social abordada (Facebook), pelas ideias apresentadas e defendidas no texto e conseqüentemente pelas categorias emergidas e, inclusive, pela autoria das pesquisas que levam dois autores em comum.

Evidenciou-se nas categorias dos artigos em questão a formação profissional relacionada diretamente com a inovação no ensino e a inserção e uso da tecnologia, sobretudo no que diz respeito a formação continuada pois “o professor universitário necessita de atualizações constantes, inclusive pelo fato de estar vivendo na sociedade do conhecimento, a fim de que responda adequadamente às transformações do mundo e, especificamente, de sua profissão” (BORGES; HUNGER, 2012, p.138).

Segundo Pimenta e Anastasiou (2014) a universidade é uma instituição

educativa concomitantemente conservadora, regeneradora e geradora, pois ela memoriza e conserva uma herança cultural de saberes, ideias e valores incumbindo-se de reexaminá-la, atualizá-la e transmiti-la ao mesmo tempo em que a ressignifica por meio da problematização dos conhecimentos historicamente produzidos e gera outros novos saberes, ideias e valores que posteriormente farão parte dessa mesma herança.

Com finalidade de exercício permanente da crítica, a universidade tem o papel de proceder a mediação entre a sociedade da informação e os alunos, e nessa realidade os professores universitários se encontram numa relação paradoxal, pois espera-se que eles sejam lideranças catalisadoras (aceleradoras) e ao mesmo tempo elementos de resistência, que tenham a ação pedagógica para além da instrumentalidade, atuando para a viabilidade do ensino como uma profissão na era da informação (PIMENTA; ANASTASIOU, 2014).

Tais atribuições do processo de ensinar na universidade bem como os aspectos da contemporaneidade de uma sociedade globalizada, complexa e contraditória impulsionam o desenvolvimento profissional do professor universitário, envolvendo a formação inicial e continuada, articulada a um processo de valorização identitária dos professores (Ibid).

Sendo assim, a preocupação com a formação profissional e com a qualificação dos docentes exige que o ensino e suas práticas se inovem e tentem acompanhar o ritmo de mudanças sociais. A formação continuada em busca da atualização constante dos saberes se faz necessária para que os professores almejem cada vez mais o domínio na área pedagógica, que transcende a compreensão do processo de ensino-aprendizagem e engloba também

a concepção e gestão do currículo, a relação professor-aluno e o domínio da tecnologia educacional. O processo ensino-aprendizagem remete à clareza que o docente deve ter em relação ao que significa aprender; como estimular e incentivar o aluno a aprender de modo eficaz e cada vez mais eficiente; como tornar docência, currículos e programas em educação física essa aprendizagem significativa (BORGES; HUNGER, 2012, p.136-137).

Nesse sentido, parece-nos que tanto Frimming, Polsgrove e Bower (2011) quanto Polsgrove e Frimming (2013) trazem apontamentos de acordo com as necessidades educacionais atuais, pois propõem o uso de mídia social como ferramenta para aprimorar o ensino numa perspectiva que entende o uso do Facebook como um meio não tradicional, que se faz fortemente presente e/ou acessível na vida de

universitários e, portanto, torna a experiência interessante e motivadora, aproveitando os saberes primários dos estudantes e a aproximação com seu universo.

Nesse cenário, o docente exerce seus papéis de lideranças de resistência e simultaneamente catalisadoras, cumprindo as atribuições disciplinares e acompanhando o movimento tecnológico, respondendo a necessidade de conhecer melhor o educando, sua realidade, suas expectativas, seus conhecimentos e suas visões sobre a área profissional. Ao identificar seus alunos e, juntamente com eles, o docente pode elaborar e/ou selecionar instrumentos a serem trabalhados que seja de fácil acesso e aquisição a todos (PIMENTA; ANASTASIOU, 2014).

Em ambos os estudos (FRIMMING; POLSGROVE; BOWER, 2011; POLSGROVE; FRIMMING, 2013) o uso da tecnologia transcendeu o viés instrumental e técnico como meio de preparação de aulas usando recursos de informática e atingiu uma dimensão social, com propostas pedagógicas de caráter colaborativo, crítico e reflexivo (BIANCHI; PIRES, 2015), sobretudo no artigo de Frimming, Polsgrove e Bower (2011), que envolveu o *feedback* dos alunos e profissionais envolvidos na pesquisa como forma de reflexão sobre a experiência vivenciada, as impressões geradas e conhecimentos adquiridos.

Para Bianchi e Pires (2015, p.1027), essa é uma possibilidade de superar a organização tradicional curricular, compreendendo o currículo como espaço “aberto às novas aprendizagens e diferentes formas de educar a partir da problematização das experiências obtidas por estudantes e formadores no âmbito da cultura digital”.

Para além de um canal de comunicação e entretenimento, o Facebook se constitui num meio de oportunidades para o ensino superior (FERREIRA; CORRÊA; TORRES, 2012), tendo em vista suas particularidades e potencialidades como o desenvolvimento de competências tecnológicas, o aumento da coesão entre grupos de trabalho e envolvimento dos pares, o estímulo e motivação para a aprendizagem, para o pensamento crítico e reflexivo, a simplificação da comunicação entre alunos e professores, dentre outras contribuições possíveis (PATRÍCIO; GONÇALVES, 2010).

Contudo, é válido ressaltar que recentemente pesquisadores da Universidade de Princeton anunciaram uma previsão aparentemente não muito agradável para Mark Zuckerberg<sup>31</sup>. Realizando uma analogia a um modelo epidemiológico para explicar a dinâmica de adoção e abandono de usuários a redes sociais *online* (sendo a adesão

---

<sup>31</sup> Mark Zuckerberg é um dos fundadores do Facebook.

correspondente à infecção e a desistência correspondente à recuperação), Cannarella e Spechler (2014) previram a “morte” do Facebook, considerada a maior rede social da história.

Após seu auge de popularidade, no ano de 2012 a decadência passou a ser uma realidade para o Facebook, processo que ganhou força três anos mais tarde caminhando rumo a falência da rede segundo os autores americanos supracitados. As hipóteses formuladas no estudo de Cannarella e Spechler (2014) sugeriam um rápido declínio entre 2015 e 2017, cujo período a rede perderia cerca de 80% dos seus usuários.

Desde então a notícia do desaparecimento do Facebook tem se espalhado pelos sites de notícias e, enquanto isso, os utilizadores, expectadores e atores desta história aguardam para ver se esta profecia se cumprirá, realidade que não parece distante se notarmos a adesão cada vez mais frequente a uma nova forma de mídia que apresenta um formato de publicações provisórias, que permanecem por determinado tempo na rede e depois desaparecem num processo de profunda liquidez social, como é o caso do aplicativo Snapchat<sup>32</sup> e, recentemente, uma possibilidade também no Instagram<sup>33</sup>, após sua atualização no início de agosto de 2016.

Em suma, as redes sociais surgem como um cenário que permite o aprender a aprender e o aprender com o outro, possível de utilização como ambiente virtual para o ensino e aprendizagem formal.

O caráter social e a ideia de compartilhamento ligada a um ambiente despojado, atrativo, dinâmico e estimulante faz com que vivamos atualmente no auge das redes sociais, cuja forma de mídia tem ganhado cada vez mais adeptos conectados e colabora para com uma realidade que permite a inclusão deste tipo de *software* social como ferramentas de trabalho do professor, definindo estratégias pedagógicas inovadoras, “de modo a flexibilizar os contextos de aprendizagem, individuais e cooperativos, a ensinar alunos a aprender no ciberespaço, a pensar, a cooperar, a partilhar e a construir o seu próprio conhecimento” (PATRÍCIO; GONÇALVES, 2010, p.593).

Todavia, as ferramentas por si só não dão conta de atingir resultados educacionais, o docente precisa progredir o recurso, otimizando a rede para que se

---

<sup>32</sup> Aplicativo de rede social para aparelhos celulares (*smartphones*) no qual se pode postar fotos ou vídeos de até dez segundos, que ficam disponíveis por 24 horas para visualização e depois são apagados automaticamente.

<sup>33</sup> Rede social que permite a captura e postagem de fotos e vídeos, desenvolvida especialmente para o uso em aparelhos celulares (*smartphones*), mas que permite visualização do conteúdo e algumas opções de interação a partir de computadores.

estabeleça um ambiente colaborativo de aprendizagem com a definição de claros objetivos, metodologias e avaliações coesas de acordo com a proposta determinada entre professores e o alunado (FERREIRA; CORRÊA; TORRES, 2012).

Quanto ao artigo de Mendes et al. (2013), fica evidente a diferenciação quanto aos demais estudos da coleta, pois sua investigação se direcionou para outras reflexões que não propriamente as educacionais. As categorias surgidas a partir das análises abordaram ideias que defendem as redes sociais, em especial o Twitter, como um meio de enfrentamento crítico a outras formas de mídia mais tradicionais, permeando o meio esportivo.

Os apontamentos de Mendes et al. (2013) vão ao encontro das concepções de Serra Júnior e Rocha (2013), que salientam que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) como as redes sociais YouTube, Facebook e Twitter, têm ganhado destaque no processo de mobilização de militantes em ações coletivas, suscitando esforços para compreender e analisar as manifestações populares, os movimentos sociais, suas expressões e repercussões na atualidade.

Há um maior potencial na interação ocorrida por intermédio das redes sociais em relação a outros tipos de mídia como a televisão e os jornais, pois elas possibilitam uma disseminação ilimitada e em formato multimodal com recursos de código, texto, imagem e som (SERRA JÚNIOR; ROCHA, 2013). A própria internet produz mudanças na circulação e visibilidade de notícias e, no Twitter, a propagação dessas ocorre de forma extremamente rápida devido a opção de réplica de mensagens pelos usuários, que podem “retweetar” mensagens contendo *links* e/ou *hashtags*.

Para Rebutini et al. (2012, p.76) o sistema de “retweets” é um dos grandes diferenciais do Twitter pois ele incentiva que as mensagens sejam reencaminhadas para outros usuários que podem ou não ser seguidores da fonte primária da notícia compartilhada, fazendo com que esta replicação conecte uma série de usuários interligados, conferindo “visibilidade às notícias, que passam a receber mais atenção e uma maior audiência, refletida em termos de leitura e acesso” (ZAGO; BASTOS, 2013, p.119).

Os pressupostos defendidos por Mendes et al. (2013) quanto às redes sociais como uma forma de mídia que possibilita uma participação crítica da sociedade em maior grau ou que minimamente passa a sensação de um poder participativo aos atores sociais se fundamentam também no que ressaltam Serra Júnior e Rocha (2013), ao apontarem que as redes sociais oferecem possibilidades democráticas que surgem com o



fazer coletivo, pois a postagem de opiniões diversificadas “garantida pela liberdade de expressão na Internet, aparenta dar condições para uma democracia participativa que diminuiria as desigualdades sociais e tornaria mais transparentes as informações dos agentes públicos, como benefício da interatividade *on-line*” (SERRA JÚNIOR; ROCHA, 2013, p.207).

Ainda sobre o assunto, Rebutini et al. (2012) argumentam que as possibilidades de interação no mundo virtual foram intensificadas pelo uso das novas mídias nos últimos anos, sobretudo criando um espaço interativo passível de expressões de ideias para pessoas que, em momentos anteriores, não teriam oportunidade nenhuma de relacionar-se com a mídia informativa formal como a televisão, revistas e jornais. “Atualmente, você não precisa comprar uma televisão, um jornal ou revista na banca ou fazer uma assinatura, inclusive, nem ter um computador, o serviço pode ser “alugado” por minutos em uma *Lan House*” (REBUSTINI et al., 2012, p.71).

Definitivamente, nem mesmo um computador se faz necessário para acessar as redes, pois atualmente os modelos de telefones celulares que suportam a conexão com a internet e, conseqüentemente, os aplicativos de redes sociais, ou mesmo a televisão digital dentre outras possibilidades, tem se tornado cada vez mais populares.

Em suma, essa (suposta) participação crítica e coletiva possível nas redes sociais é facilitada pelo Twitter tendo em vista que sua lógica de relacionamento entre os usuários se remete a *followers*, os usuários são seguidores uns dos outros sem a necessidade de terem uma relação de “amizade” como em outras redes como o Facebook. Essa realidade torna possível que cidadãos “comuns” e anônimos sigam celebridades, artistas, políticos, autoridades, e personalidades sociais nacionais e internacionais.

Tal fato se estende também ao âmbito esportivo, haja vista que como as grandes celebridades, os atletas utilizam de modo intenso as redes sociais com diferentes finalidades, quer seja pela aproximação e divulgação da própria imagem, das equipes, de seus patrocinadores (REBUSTINI et al., 2012) ou mesmo para socializar com seus fãs e seguidores episódios do seu cotidiano.

E não somente os atletas, mas os demais atores sociais envolvidos neste meio como treinadores, dirigentes, árbitros, patrocinadores ou mesmo perfis de clubes e equipes utilizam de forma massiva estes meios para disseminar ações de marketing, publicidade e demais assuntos como negociações, polêmicas esportivas e exposição da intimidade, que se alastram num efeito cascata a partir do compartilhamento entre os

usuários seguidores da rede e os usuários que seguem os seguidores que compartilharam (REBUSTINI; MACHADO, 2015).

Nesse sentido, as possibilidades interativas e expressivas que são características das redes sociais e fortemente presentes e passíveis no Twitter, permitem que os seus usuários escrevam (“tweetem”) e compartilhem (“retweetem”) mensagens gerando discussões e polêmicas acerca do mundo esportivo, num falatório que é próprio e peculiar do sentimento de pertencimento a este meio esportivo espetacular propagado na mídia.

### **3.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente estudo objetivou realizar uma revisão sistemática sobre educação física e redes sociais de artigos indexados no período de 2006 a 2015, a fim de identificar como estes se caracterizam e relacionam suas temáticas. Notou-se uma carência na produção de conhecimento em artigos científicos sobre a temática tendo em vista o desfecho dos dados.

A partir da análise dos três artigos finais se pode notar que os temas discutidos nos estudos relacionaram as redes sociais sob dois aspectos principais: o educacional e o social. Tratando de forma isolada e, especificamente, das redes sociais Twitter e Facebook, os estudos abordaram questões acerca da formação profissional em educação física, do uso da tecnologia e de mídias sociais como forma (e necessidade) de inovação no ensino superior, bem como sobre o caráter crítico e de enfrentamento social que as redes sociais exercem frente aos demais meios de comunicação, a partir da exploração de debates públicos em torno de fatos esportivos.

Em termos gerais, os artigos apontaram relevância, validade e legitimidade frente a pertinência e atualidade de seus conteúdos, teor das discussões, utilização de referenciais teóricos adequados, cumprimento dos objetivos propostos e adequação da escolha metodológica.

Como fatores limitantes, acentuamos a necessidade de transgredir em alguns momentos a mera descrição de dados tendo em conta um maior aprofundamento na discussão teórica e aproveitamento da riqueza proporcionada pela literatura disponível, enfatizando ainda a importância da clareza metodológica nos estudos, em quesitos procedimentais quanto as condutas éticas tomadas, a escolha do tipo de pesquisa bem como a população estudada.

Não somente de conteúdos se sustenta uma pesquisa, mas de todo seu processo e conjunto de particularidades que, quanto melhor trabalhados e esclarecidos, enriquecem e aumentam a sustentação legítima dos estudos, enriquecendo de modo geral sua validade na comunidade acadêmica.

Nesse sentido, apontamos a relevância de seguir algum tipo de protocolo ou sistematização metodológica que auxilie os investigadores durante o desenvolvimento de suas pesquisas, para que não se perca no meio do caminho ricos detalhes e indagações iniciais que por vezes se dispersam no decorrer das investigações.

Assinalamos a grande proximidade entre os artigos de Frimming, Polsgrove e Bower (2011) e Polsgrove e Frimming (2013). Em diversos momentos os discursos e princípios apresentados em ambos os textos apresentaram ampla similaridade, tanto no que diz respeito às temáticas abordadas e ideias defendidas no texto, as metodologias, a rede social em questão e, como se observa, também a autoria das pesquisas apresenta dois autores em comum.

Sabe-se que frente as configurações de produção acadêmica atuais os pesquisadores se esforçam (ou são forçados) para produzir pesquisas e atingir pontuações que engrenam o sistema, fazendo-nos refletir diante do exposto, sobre o cuidado necessário de se evitar o autoplágio, pois ainda que os autores queiram reiterar suas reflexões e perspectivas, isso deve ser feito de forma academicamente coerente, citando e referenciando as obras anteriores.

É fato que a formação profissional exige a busca pela atualização constante dos saberes e, atualmente, essas renovações formativas demandam a utilização de meios tecnológicos e quase sempre o uso da internet. Estes, por sua vez, não são a salvação das transformações necessárias que a educação precisa, mas se utilizados e direcionados de modo planejado e contextualizado, podem contribuir para o estabelecimento de “uma nova forma de construir saberes, convergindo digitalmente para o contexto sociocultural onde o debate e a reorganização da prática educativa ganha um novo olhar, mediante uma nova perspectiva transformadora” (FERREIRA; CORRÊA; TORRES, 2012, p.5).

Os resultados foram relevantes e podem servir como ponto de partida e embasamento teórico para futuras pesquisas ou práticas pedagógicas que envolvam a utilização de mídias sociais como ferramentas educacionais na área da educação física, fenômenos com grande visibilidade, disseminação e usuários espalhados pelo mundo que têm sido estudados e apontados por diferentes autores como possibilidades didáticas, sobretudo no ensino superior.

Este trabalho oportunizou a reflexão sobre possíveis caminhos para a formação profissional considerando o mergulho no mundo virtual das redes sociais que tanto se faz presente na vida de estudantes universitários, pensando a educação física enquanto área de formação de profissionais que atuam com os diferentes conteúdos da cultura corporal de movimento, mas que antes de mais nada, lidam com a sociabilidade dos indivíduos.

Não obstante, ressalta-se que o presente estudo apresenta como limitação a metodologia escolhida para a coleta de dados, tendo em vista o rigor exigido para a realização de uma revisão sistemática que engloba uma busca previamente delineada em bases indexadoras específicas, bem como a opção pelo descarte de buscas manuais, que poderia ter acrescentado demais estudos para a pesquisa.

Portanto, deixamos claro que as conclusões obtidas a partir das análises realizadas no presente artigo se direcionam de acordo com a amostra contemplada no mesmo, não sugerimos generalizações. Apontamos ainda como uma possibilidade e necessidade de proceder, num próximo momento, com pesquisas que englobem demais métodos de coleta e que permitam alcançar uma maior apuração de estudos relativos ao universo pesquisado.

## REFERÊNCIAS

- BARBAS, Maria Potes; VALERIO, Gabriel; RODRÍGUEZ-MARTÍNEZ, Carmen; HERRERA-MURILLO, Dagoberto; BELMONTE-JIMÉNEZ, Ana Maria. **Online social networks and computer skills of university students**. International Conference e-Learning 2014, p.294-298. Disponível em: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED557289.pdf>. Acesso em: março de 2016.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BIANCHI, Paula; PIRES, Giovani De Lorenzi. **Cultura digital e formação de professores de educação física: estudo de caso na UNIPAMPA**. *Movimento*, Porto Alegre, v. 21, n. 4., p. 1025-1036, out./dez. de 2015.
- BORGES, Camila; HUNGER, Dagmar. Docência universitária: discussões referentes à formação didático-pedagógica. In: FOLLE, Alexandra; FARIAS, Gelcemar Oliveira (Orgs.). **Educação física: prática pedagógica e trabalho docente**. Florianópolis: Ed. da UDESC, 2012, p.131-148.
- CANNARELLA, John; SPECHLER, Joshua A. Epidemiological modeling of online social network dynamics. Paper, Department of Mechanical and Aerospace Engineering, Princeton University. DOI: <http://arxiv.org/pdf/1401.4208v1.pdf>.
- COELHO, Cláudia Regina Bergo. **Tecnologias da comunicação e informação na Educação Física Infantil**. Motriz, Rio Claro, v.14 n.3, p.337-345, jul./set. 2008
- DE-LA-TORRE-UGARTE-GUANILO, M. C.; TAKAHASHI, R. F.; BERTOLOZZI, M. R. **Revisão sistemática: noções gerais**. Revista da Escola de Enfermagem USP, São Paulo, v. 45, n. 5, p. 1260 - 1266, out. 2011. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0080-62342011000500033](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-62342011000500033)>. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0080-62342011000500033>.
- FERREIRA, Jacques de Lima; CORRÊA, Barbara Raquel do Prado; TORRES, Patrícia Lupion. O uso pedagógico da rede social Facebook. Colabor@ - Revista Digital da CVA - Ricesu, Edição Especial: Redes Sociais e Educação - Desafios Contemporâneos. Vol. 7, No 28 (2012).
- FRIMMING, Renee E.; POLSGROVE, Myles Jay; BOWER, Glenna G. **Evaluation of a health and fitness social media experience**. American Journal of Health Education, V.42, No. 4, p. 222-227, July/August 2011.
- GOMES, Isabelle; CAMINHA, Iraquitã. **Guia para estudos de revisão sistemática: uma opção metodológica para as Ciências do Movimento Humano**. *Movimento*, Porto Alegre, v. 20, n. 01, p. 395-411, jan/mar de 2014.
- GONÇALEZ, Paula Amorim; JORENT, Maria Jose Vicentini. **Arquivos permanentes na web: disseminação da informação**. In: V SEMINÁRIO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – SECIN - DE AMBIENTES ESTÁTICOS PARA A COMUNICAÇÃO MÓVEL. Eixo temático: Mídias sociais e dispositivos móveis. Anais... Londrina, 2013, p. 563 – 583. Disponível em: <

<http://www.uel.br/eventos/cinf/index.php/secin2013/secin2013/paper/viewFile/123/96>>. Acesso em 20 de maio de 2016.

HOEFELMANN, C. P.; SANTOS, T. C.; MORETTI-PIRES, R. O. Revisões de artigos qualitativos por meta-síntese. In: SARAY, G.D.; MORETTI-PIRES, R. O. (Org.). **Métodos e técnicas de Pesquisa Quantitativa Aplicada à Educação Física**. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2012. p. 149-155.

KOFINAS, Alexander; SAUR-AMARAL, Irina. 25 years of knowledge creation processes in pharmaceutical contemporary trends. **Comportamento organizacional e gestão**, 2008, vol. 14, n.º 2, 257-280.

LEITÃO, Arnaldo Sifuentes Pinheiro. **Desenhos animados televisivos, ética e educação física nos anos iniciais do ensino fundamental**. [Recurso eletrônico]: diálogos possíveis / Arnaldo Sifuentes Pinheiro Leitão. – Porto Alegre: Orquestra, 2013, 103 p.

LEKA, Aline Regis; GRINKRAUT, Melanie Lerner. **A utilização das redes sociais na educação superior**. Revista Primus Vitam N° 7 – 2º semestre de 2014

MCNEILL, Michael C.; FRY, Joan M. **The Value of ICT from a Learning Game-Playing Perspective**. ICHPER-SD Journal of Research, v.7, n.2, p45-51. Fall-Win 2012.

MENDES, D. S.; PIRES, G. L. **Desvendando a janela de vidro: relato de uma experiência escolar de mídia-educação e educação física**. Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v. 30, n. 3, p. 79-94, maio 2009.

MENDES, D. S.; SILVA, A. F.; SOUZA, C. M.; SOUSA, G. R. PRADO, M. C.; MORAIS, R. A. R.; BARBOSA, T. G. **A campanha #foraricardoteixeira no Twitter: interações sociais e debate público a respeito do esporte**. Rev. Bras. Ciênc. Esporte, Florianópolis, v. 35, n. 4, p. 929-946, out. /dez. 2013.

MIRANDA, L.M.; FARIAS, S.F. **As contribuições da internet para o idoso: uma revisão de literatura**. Interface - Comunic., Saúde, Educ., v.13, n.29, p.383-94, abr./jun. 2009.

MOHER et al. **Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement**. Systematic Reviews, 2015 4:1. DOI: 10.1186/2046-4053-4-1.

PATRÍCIO, Maria Raquel; GONÇALVES, Vitor. Facebook: rede social educativa? In: **I Encontro Internacional TIC e Educação**. Lisboa: Universidade de Lisboa, Instituto de Educação. p. 593-598. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/3584/1/118.pdf>. Acesso em: 09 de junho de 2016.

PIMENTA, S. G.; ANASTASIOU, L. G. C. **Docência no Ensino Superior**. 5ª ed. São Paulo: Cortez, 2014.

PIRES, G. D. L.; LAZZAROTTI FILHO, A.; LISBÔA, M. M. **Educação Física, Mídia E Tecnologias** – Incursões, Pesquisa E Perspectivas. *Kinesis*, v. 30, n. 1, p. 55–79, 2012.

POLSGROVE, Myles Jay; FRIMMING, Renee Elizabeth. **A Creative Way to Utilize Social Media to Enhance Fitness and Health Knowledge**. *Strategies: A Journal for Physical and Sport Educators*, 26:2, 3-7, 2013. DOI: 10.1080/08924562.2013.764794.

PRISMA. **The Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses**. (PRISMA, [www.prisma-statement.org](http://www.prisma-statement.org)).

REBUSTIN, Flávio; MACHADO, Afonso Antonio. **Análise cross-cultural da repercussão do Twitter no esporte**. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol. 12, Nº 2, Julho a Dezembro de 2015. DOI: < <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2015v12n2p379>>.

REBUSTINI, Flávio. et al. **Novas mídias no esporte: um olhar sobre o Twitter**. *Coleção Pesquisa em Educação Física* - Vol.11, n.5, 2012

SALES, Shirlei Rezende; PARAÍSO, Marlucy Alves. **Escola, Orkut e juventude conectados: falar, exibir, espionar e disciplinar**. *Pro-Posições*, Campinas, v. 21, n. 2 (62), p. 225-242, maio/ago. 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulos, 2003.

SHAMSEER, L.; MOHER, D.; CLARKE, M.; GHERSI, D.; LIBERATI, A.; PETTICREW, M.; SHEKELLE, P.; STEWART, L. PRISMA-P Group. **Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015: elaboration and explanation**. *BMJ*, 2015 Jan 2;349(jan02 1):g7647.

SERRA JÚNIOR, Gentil Cutrim; ROCHA, Lourdes de Maria Leitão Nunes. **A Internet e os novos processos de articulação dos movimentos sociais**. *R. Katál.*, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 205-213, jul./dez. 2013

SILVA, Cinthia Lopes da.; DAOLIO, Jocimar. **Comunidades virtuais e Educação Física escolar: reflexões junto a estudantes de Educação Física**. *Motriz*, Rio Claro, v.15 n.4 p.842-849, out./dez. 2009.

SILVA, Roberto Nascimento Braga da; TALAMONI, Guilherme Augusto; TAVARES JUNIOR, Antonio Carlos; CRESSONI, Franz Eric de Goes; TEBALDIA, Marina; PAJANIAN, Flávio; OLIVEIRA, André Luis de; DRIGO, Alexandre Janotta. **Futebol e a construção da imagem de treinadores pela mídia: um estudo a partir das notícias de um site de grande visitação na web**. *Rev Bras Ciênc Esporte*. 2014; 36(3):648-655.

THOMAS, J. R.; NELSON, J. K.; SILVERMAN, S. J. **Métodos de pesquisa em atividade física**. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2012.

ZAGO, Gabriela da Silva; BASTOS, Marco Toledo. **Visibilidade de notícias no Twitter e no Facebook: Análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa**

e nas Américas. *Brazilian Journalism Research* – Vol. 9 – N.1, 2013.  
repercutidas na Europa e nas Américas. *Brazilian Journalism Research* – Vol. 9 – N.1,  
2013.



# CAPÍTULO 4

---

## EDUCAÇÃO FÍSICA E INSTAGRAM: QUANDO AS IMAGENS FALAM O QUE AS *HASHTAGS* NÃO PODEM DIZER

**Resumo:** Esta pesquisa qualitativa do tipo descritiva trata sobre a educação física e o Instagram, uma rede social na qual os usuários interagem uns com os outros, se manifestam, expressam opiniões e tomam posicionamentos sobre diferentes questões cotidianas através de suas postagens. Entendemos que os conteúdos das imagens e vídeos compartilhados podem caracterizar a representação social do público utilizador desta rede sobre determinadas temáticas, como a educação física. Neste sentido, utilizando-se da webnografia e sob a luz das premissas teóricas da sociologia visual e da representação social, o presente estudo teve como objetivo investigar os conteúdos de postagens no Instagram, a fim de identificar como estes caracterizam e desenvolvem a representação social do campo profissional da educação física nesta mídia. A partir de vinte e nove *hashtags*, quatrocentos e dezessete imagens entre fotografias e vídeos foram analisadas e categorizadas por meio da análise de conteúdo, resultando em onze categorias. Os resultados remetem à representação social de uma educação física voltada para o “movimento *fitness*”, principalmente em relação a modelos estéticos corporais socialmente estabelecidos. Também se evidenciou uma forte relação com a promoção e marketing de serviços, estabelecimentos, marcas e produtos, atrelados ao forte potencial do Instagram para tais fins em função de suas possibilidades imagéticas atreladas ao som, texto, localização móvel e utilização de termos aglutinadores como as *hashtags*. Conclui-se que há uma relação tensional, complexa e paradoxal entre a ciência e o senso comum, que se contrapõem e ao mesmo tempo se completam. Estas relações inerentes aos novos aspectos e configurações da mídia aqui apontadas, sugerem a emergência de reflexões e pesquisas sobre este fenômeno que atinge e influencia diretamente a educação física.

**Palavras-chave:** Educação Física. Redes Sociais. Instagram. Imagens.

## **PHYSICAL EDUCATION AND INSTAGRAM: WHEN IMAGES SPEAKS WHAT HASHTAGS CANNOT SAY**

**Abstract:** This descriptive qualitative research deals with physical education and Instagram, a social network in which users interact with each other, manifest, express opinions and take positions on different issues of the day through your posts. We understand that the shared image and video content can characterize the social representation of the public user of this network on certain issues, such as physical education. In this sense, using the webnography and in the light of the theoretical assumptions of visual sociology and social representation, this study aimed to investigate the posts content on Instagram in order to identify how these characterize and develop the social representation of the professional field of physical education in this media. From twenty-nine hashtags, four hundred and seventeen images of photos and videos were analyzed and categorized by content analysis, resulting in ten categories. The results refer to the social representation of a physical education focused on the "fitness movement", especially in relation to socially established aesthetic body models. Also showed a strong relationship with the promotion and marketing services, businesses, brands and products, linked to the strong potential of Instagram for such purposes due to its imagistic possibilities linked to sound, text, mobile location and use of binders terms as hashtags. We conclude that there is a relationship tension, complex and paradoxical between science and common sense, which are opposed and at the same time complement each other. These relationships inherent in new aspects and media settings here pointed out, suggest the emergence of reflection and research on this phenomenon that affects and directly influence physical education.

**Key words:** Physical Education. Social Network. Instagram. Images.

## 4.1 INTRODUÇÃO

A tecnologia e a cultura formam juntas uma via de mão dupla, são forças que se codeterminam, contribuem mutuamente para a construção e desenvolvimento uma da outra e (re)moldam a sociedade ao mesmo tempo em que são também modificadas de acordo com as necessidades humanas (KOZINETTS, 2014).

Nesse sentido, as redes sociais que atualmente integram o rol dos maiores acessos da internet, são frutos do desenvolvimento tecnológico bem como das relações culturais e sociais frente a necessidade de novas formas de comunicação e relacionamento com o mundo, compõem o universo modernizado dos sujeitos e veiculam conteúdos com diversos assuntos e objetivos.

A mídia social é um local de auto-exposição constante e alude um certo paradoxo presencial, pois “neste mundo todo transparente, estamos ao mesmo tempo em toda parte e em parte alguma, a irrealidade absoluta é a presença real; o totalmente falso é também o totalmente real” (KEEN, 2012, p.22).

Constituídas pelos atores sociais e suas conexões (RECUERO, 2009), as redes sociais e o mundo virtual vêm ganhando grandes dimensões no cotidiano social, tomando contornos de uma aproximação (quase) necessária e inseparável da realidade que por muitas vezes se confundem, se achegando cada vez mais da indissociabilidade e da possibilidade de se tornarem uma só (KEEN, 2012).

Para Keen (2012) as redes sociais atuam ainda como uma espécie de confessionário no qual as pessoas escrevem e tornam públicas suas expressões, transformam a relação entre celebridades *versus* pessoas comuns e permitem a constituição de um novo formato de criação de novos famosos, diferentes daqueles que antigamente só ganhavam fama a partir da exposição nas mídias de massa tradicionais.

Esta democratização da fama e a recriação das celebridades se fortalecem com a mobilidade dos dispositivos eletrônicos como *smartphones* e *tablets* (KEEN, 2012) e suas possibilidades, que dão origem aos nômades virtuais, vagantes novos que já “não precisam carregar seus pertences nas costas já que tudo o que precisam está virtualmente na rede” (LEMOS, 2009, p.30).

De modo geral, nas redes sociais os usuários ganham vida por meio da criação de perfis, que podem ser abertos ao público ou direcionados apenas a um determinado nicho de outros usuários, de acordo com a permissão de privacidade escolhida. Isso significa que ainda que as contas sejam restritas apenas àqueles a quem lhe são permitidos, minimamente esta população terá acesso aos conteúdos postados e

compartilhados, que por sua vez também poderão comentar e (dependendo das configurações específicas de cada mídia social, também poderão) compartilhar com sua rede de amigos e/ou seguidores e assim sucessivamente, fazendo jus ao que Rebutini e Machado (2015) chamaram de efeito cascata.

Assim também se sucede no Instagram, uma rede social que tem a imagem como foco e oferece aos usuários uma forma instantânea de capturar momentos cotidianos a partir de seus *smartphones* e compartilhá-los por meio de fotos e vídeos com amigos, familiares ou mesmo com pessoas estranhas espalhadas pelo mundo (HOCHMAN; CHWARTZ. 2014; HU; MANIKONDA; KAMBHAMPATI, 2014).

Para famosos já glorificados nas mídias tradicionais esta é apenas mais uma ferramenta para dar visibilidade à imagem e vazão a suas ideias, uma forma de exposição e contato com o público, fãs, contratantes e afins, pois “o Instagram afirma a fama dos que já são personalidades” (OLIVEIRA, 2016, p.65).

Mas é no Instagram também que se concretiza de forma notável o aparecimento de novas celebridades (Ibid). Artistas amadores, blogueiros, atletas, profissionais bem-sucedidos em suas respectivas profissões ou mesmo pessoas “comuns” que começam a se destacar nas redes por suas postagens e, nesse efeito cascata, ganham fama e popularidade pela disseminação das mesmas e se tornam ícones e referências em determinados assuntos.

Frente à confusão apontada por Keen (2012) entre o que é real e “irreal” e também à diversidade do ciberespaço (SANTAELLA, 2003; LEMOS, 2010; ROZENDO; MONTIPÓ, 2014), destaca-se ainda que os usuários das redes sociais possuem autonomia para publicar aquilo que desejam e, apesar da censura e políticas de uso e privacidade das redes bem como da possibilidade de denúncias por outros usuários, a veracidade dos conteúdos publicados é relativamente menos indagada e podem apresentar maior lentidão quanto aos processos de verificação.

As discussões sobre a importância da atividade física para a saúde e sobre a ênfase dada à supervalorização da estética, fortemente presentes na sociedade atual, são reforçadas pelo discurso e divulgação da mídia (IRIART; CHAVES; ORLEANS, 2009; SOUZA et al., 2013). Assim, as páginas nas redes sociais que englobam tais conteúdos tendem a se popularizar desmesuradamente, realidade forte no Instagram sobretudo no que diz respeito aos chamados “blogueiros e blogueiras *fitness*” (JACOB, 2014).

A heterogeneidade do ciberespaço, a liberdade de expressão nas mídias sociais, a afirmação de celebridades e a atribuição da fama a novas personalidades reiteradas pelo

efeito cascata supracitados em nossas considerações, nos remetem a refletir que conteúdos relacionados à educação física e assuntos inerentes à profissão, podem ser produzidos (postados) e reproduzidos (compartilhados) por um profissional da área bem como por qualquer outro sujeito aleatório que resolva se manifestar sobre a temática, fator preocupante no que diz respeito ao teor, validade e legitimidade de tais conteúdos.

Destarte, nos instigam algumas indagações como: o que dizem os usuários do Instagram sobre assuntos referentes a prática profissional da educação física? Qual o conteúdo das imagens e vídeos postados e compartilhados?

No anseio por respostas a tais indagações, o objetivo geral deste estudo consiste em investigar os conteúdos de postagens no Instagram, a fim de identificar como estes caracterizam e desenvolvem a representação social do campo profissional da educação física nesta mídia.

A partir de *hashtags* iniciais previamente elencadas com base em descritores da saúde (palavras-chave)<sup>34</sup> pertinentes à educação física, os objetivos específicos foram: detectar as *hashtags* sugeridas pelo Instagram relacionadas à estas; explorar as principais publicações diárias indicadas pelo próprio aplicativo referentes ao conjunto de *hashtags* total (as previamente elencadas e as posteriormente emergidas); analisar e categorizar as imagens das postagens encontradas.

Tomamos como base o raciocínio de que as postagens em redes sociais são formas de expressão dos usuários pelas quais eles manifestam opiniões, tomam posições e interagem uns com os outros sobre diferentes temáticas, e que portanto, os conteúdos das imagens e/ou vídeos, a utilização de *hashtags* específicas bem como a aglutinação das postagens realizadas pelo aplicativo Instagram caracterizam a representação social de conteúdos e práticas relacionadas ao campo profissional da educação física nesta mídia.

Para dar conta de tal entendimento, o presente estudo se baseia na perspectiva teórica das Representações Sociais, elaborada inicialmente por Serge Moscovici em 1961, e posteriormente desenvolvida e tratada por ele por demais autores. Em linhas gerais, as representações sociais formam um saber compartilhado, um composto de conceitos, elucidaciones e afirmativas de origem cotidiana que estabelecem um formato de conhecimento do “senso comum”, formado a partir da aglomeração de significados e

---

<sup>34</sup> O conceito e descrição das *hashtags* e o esclarecimento sobre os descritores da saúde utilizados na presente pesquisa serão posteriormente abordados nos itens 4.1 e 4.2.

interpretações das pessoas quanto aos conteúdos, ideias e informações veiculados e compartilhados socialmente (JODELET, 1986; MOSCOVICI, 1978; CARDOSO; ARRUDA, 2003).

Os sentidos atribuídos às experiências do mundo social dos sujeitos, resultantes de suas interações assistidas pelo sistema de códigos e interpretações conferidos pela sociedade são expressos em suas representações, as quais deixam seu caráter de simples opiniões e passam a ser entendidas como verdadeiras “teorias” do senso comum, criando “universos consensuais” que projetam valores e aspirações sociais (JODELET, 1990; ALVEZ-MAZZOTTI; 2008).

O presente estudo se justifica pela relevância e atualidade da temática no contexto social vigente, pois a cada dia se convence mais que já não é possível compreender a vida social e cultural em muitas de suas peculiaridades sem agregar em seus estudos a internet, as tecnologias da informação as comunicações mediadas por computador ou outros dispositivos eletrônicos (KOZINETS, 2014).

Acreditamos na importância da visualidade como um recurso capaz de produzir e veicular discursos sobre o real, a partir de uma metamorfose entre representação e identidade, “dois conceitos que podem ser examinados conjuntamente com vantagens para uma análise mais densa das características das dinâmicas de construção identitária na atualidade” (CAMPOS, 2010, p.119).

Mas, sobretudo diante do papel eminente da mídia na compreensão das representações sociais na sociedade contemporânea (SÁ, 1998), é que defendemos a realização deste estudo como uma nova forma de olhar para a educação física pois, apesar de seus conhecimentos científicos e legítimos, difundidos sobretudo nas instituições de ensino e em meios informacionais, não se pode negar a existência e a força de uma discussão paralela sobre suas temáticas e conhecimentos que ocorre de maneira acentuada nas redes sociais, apontando-nos a necessidade de compreender a representação social da área pelos usuários da rede social em questão, o Instagram.

Destaca-se ainda que, apesar de inúmeros estudos realizados por pesquisadores brasileiros da área da educação física sobre redes sociais como o Twitter e Facebook, a partir de um levantamento bibliográfico realizou-se que o Instagram enquanto objeto de estudo na área ainda é um campo de pesquisa novo, restrito e incomumente investigado, com evidência de apenas uma pesquisa realizada com foco nessas duas temáticas. A evidência é de apenas uma pesquisa realizada, a dissertação de mestrado de Oliveira (2016).

Demais estudos sobre o Instagram foram encontrados e direcionaram suas reflexões e análises sobre a construção da identidade *fitness* (BATISTA; RODRIGUES, 2014; SALDANHA, 2014), a linguagem *fitness* e o corpo feminino (JACOB, 2015), a construção midiática de celebridades esportivas (ARAÚJO, 2015; MONTE; RIBEIRO, 2015) e o marketing pessoal da geração *fitness* nas academias (ALVES, 2015). Porém, curiosamente nenhuma dessas pesquisas dizem respeito a pesquisadores da educação física, mas das áreas de Comunicação e Informação, Publicidade e Propaganda e Jornalismo.

#### 4.1.2 Instagram como *locus* de pesquisa

O Instagram é um aplicativo gratuito de rede social lançado em 2010, desenvolvido para dispositivos móveis<sup>35</sup> e permitido para utilizadores com idade mínima de treze anos.

Em seu modo clássico, ele oferece aos usuários uma forma diferenciada de produzir e compartilhar fotografias ou vídeos de até sessenta segundos de duração, que podem ser editados a partir de ferramentas de correção e ajuste de imagem (filtros), situados quanto à localização geográfica e compartilhados no *feed* do próprio Instagram e/ou em outras redes sociais opcionalmente atreladas ao aplicativo.

As ferramentas de correção são mecanismos de manipulação de fotos que permitem transformar a aparência da imagem por meio do ajuste de brilho, contraste, sombra, saturação, nitidez etc. Já os filtros são efeitos que também modificam as imagens em relação a cor, brilho, saturação, efeitos em estilo *vintage* ou em preto e branco, por exemplo, mas com moldes pré-definidos e possivelmente oscilantes na intensidade. Para Castro (2014), essa dinâmica de edição rápida atrelada ao *layout* simples e às possibilidades de interação entre os usuários do Instagram se destacam entre as características do aplicativo.

Em sua última atualização em agosto de 2016, o Instagram adicionou em suas possibilidades interativas o modo “história”<sup>36</sup>, ou “Instagram *Stories*”, uma forma de compartilhamento de fotos e vídeos curtos que podem ser personalizados com efeitos,

---

<sup>35</sup> O Instagram é compatível para dispositivos Apple iOS (iPhone, iPad e iPod), Android e Windows Phone. Disponível em: [https://help.instagram.com/154475974694511/?ref=hc\\_fnav](https://help.instagram.com/154475974694511/?ref=hc_fnav).

<sup>36</sup> Ressalta-se que no momento da coleta de dados, o recurso referente ao modo “história” ainda não existia no Instagram.

desenhos manuais, filtros, emojis<sup>37</sup> e textos, que no prazo de 24 horas desaparecem da rede.

São ausentes neste recurso as opções “curtir” e “comentar”, e aos seguidores do perfil ou demais usuários (caso a conta seja pública) é permitido apenas a visualização das imagens e o envio de mensagens referentes a estas. Este formato não é uma novidade para os adeptos ao Snapchat<sup>38</sup>, que estreou e triunfou no universo das redes sociais justamente com formato e características similares, o que torna as duas redes sociais concorrentes.

Desde 2012 existe uma versão *web* do Instagram disponível pelo *site* [www.instagram.com](http://www.instagram.com), contudo, esta extensão para computadores não comporta a edição e compartilhamento de fotos no *feed* e nem no modo “história”, características que se conservam restritas aos *smartphones* ou *tablets*.

Dentre as possibilidades desta versão *web*, atualmente é possível: visualizar o *feed* de imagens, fotos, vídeos e suas respectivas legendas, curtidas e comentários; visualizar o perfil dos usuários, sua descrição (biografia), número de publicações, de seguidores e de perfis seguidos; visualizar e editar o próprio perfil.

A permissão de interação se resume em localizar e seguir perfis, buscar *hashtags*, “curtir” e comentar postagens. Esta configuração para computadores facilita o processo de coleta de dados para estudos que pretendem tomar o Instagram como *locus* de pesquisa, como foi o caso desse estudo.

A escolha pelo Instagram se deu pelo fato dele estar entre as redes sociais mais acessadas atualmente no mundo. Com 400 milhões de usuários atingidos em setembro de 2015, o Instagram deixou o Twitter para trás e alcançou o segundo lugar entre as maiores redes sociais do mundo, sendo o Facebook a primeira delas (OLIVEIRA, 2016). Para além da possibilidade de acompanhar outros indivíduos sejam eles famosos ou anônimos, o Instagram permite que seus usuários publiquem suas ideias, críticas e interesses por meio de fotos ou vídeos acompanhados ou não de textos (legendas) e de *hashtags*.

Inventada pelo Twitter, a *hashtag* é uma espécie de palavra-chave precedida do

---

<sup>37</sup> A palavra emoji é de origem japonesa, composta pela união dos termos **e (imagem)** + **moji (letra)**. Emojis são imagens que transmitem a ideia de uma palavra ou frase, populares na troca de mensagens instantâneas de aplicativos e em redes sociais.

<sup>38</sup> Rede social que tem como característica principal o compartilhamento de imagens que ficam disponíveis por apenas 24 horas e desaparecem automaticamente após este período. Ver mais em: <https://www.snapchat.com>.



símbolo # (popularmente conhecido no Brasil como “jogo da velha”) que sustenta uma interação dinâmica nas redes sociais de acordo com a expressão utilizada para se referir a determinado tema. No meio cibernético, o uso das *hashtags* se tornou habitual e se espalhou pelas redes sociais em geral, dentre elas o Instagram, fonte de dados para o presente estudo.

As *hashtags* aglutinam postagens que compartilham interesses e tópicos em comum, resultando no envolvimento do público em torno de temáticas partilhadas. Seu uso é, portanto, proposital e impactante, pois contribui para a divulgação e reconhecimento de marcas, produtos, serviços, imagem social, ou mesmo para simples interação entre utilizadores atraídos por um mesmo objeto.

No Instagram, a utilização de *hashtags* delimitam um determinado contexto e também acompanha uma lógica relacional dos indivíduos num conjunto documental, pois usuários distintos que utilizam uma *hashtag* em comum se conectam uns aos outros por meio dela (HOCHMAN; MANOVICH, 2013).

Levou-se em conta para este estudo, principalmente o surgimento de novas formas de celebridades e o fenômeno *fitness* no qual se observa uma “onda crescente de compartilhamentos de dicas de saúde e bem-estar, através de sites de redes sociais” (ARAÚJO, 2015, p.12), observando-se principalmente o Instagram como foco.

O fenômeno *fitness* diz respeito, principalmente, a sujeitos adeptos de um estilo de vida pautado por altas doses de exercício físico diário e dietas regradas que decidem criar uma espécie de diário através de sites de redes sociais, com o intuito de expor suas experiências pessoais através da publicação de seu cotidiano. O Brasil já possui diversos expoentes desse fenômeno no aplicativo Instagram, algumas dessas figuras mobilizam, inclusive, milhares de seguidores na rede (ARAÚJO, 2015, p.12).

Sendo assim, levando em conta a forte relação da população com os meios midiáticos e virtuais de relacionamento e os discursos relacionados à saúde, a estética e à performance altamente veiculados nas mídias e sobretudo nas redes sociais, considerou-se o Instagram como ferramenta, fonte de busca e meio para identificar o que tem sido divulgado sobre assuntos atrelados à profissão da educação física no que diz respeito a essência da prática profissional.

## 4.2 #PARTIU: O PERCURSO METODOLÓGICO

Trata-se de uma pesquisa qualitativa do tipo descritiva (TRIVIÑOS, 1987; CERVO; BERVIAN, 1996), de inspiração etnográfica. Mais especificamente, optou-se pela utilização da webnografia, uma expansão metodológica<sup>39</sup> relativamente nova cujo surgimento se deu a partir de debates sobre as transformações sociais e os estudos sobre as tecnologias de comunicação e informação, desencadeando a necessidade de redimensionar algumas propriedades como espaço e tempo (transposição da etnografia do espaço físico para o espaço *on-line*) e as especificidades das adaptações do método aos ambientes digitais (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013).

Tais autoras sustentam ainda a utilização do método nesse tipo de estudo por compreenderem que a apropriação das tecnologias engloba dimensões históricas, técnicas e simbólicas “que dizem respeito às materialidades e possibilidades de uso do objeto internet pelos internautas” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p.169).

A escolha pela webnografia se deu também em função de suas características de combinação de pesquisa etnográfica e técnicas de análise de conteúdo para analisar os “*clusters*” (grupos) que se formam em ambientes de rede e seus aspectos sociais e culturais (Ibid).

Além do mais, a utilização do método nesse tipo de pesquisa se sustenta, pois, a apropriação das tecnologias engloba dimensões históricas, técnicas e simbólicas “que dizem respeito às materialidades e possibilidades de uso do objeto internet pelos internautas” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p.169).

Por se tratar de uma pesquisa envolvendo fotografias, concebidas como uma forma polissêmica de responder às necessidades imediatistas dos atores sociais contemporâneos em expressar suas individualidades, o presente estudo foi embasado na Sociologia Visual, um “conjunto de técnicas sistemáticas de análise e de recolha de imagens, assim como por um conjunto de teorias sociológicas sobre a imagem e a representação visual” (FERRO, 2005, p.385).

Ainda que a análise de documentos visuais seja considerada uma função complicada por requerer a descodificação da mensagem denotativa (FERRO, 2005),

---

<sup>39</sup> As necessidades de adaptação do método para pesquisas que englobam a internet e os meios digitais também suscitaram em demais metodologias de base etnográfica de diferentes terminologias, como netnografia, etnografia virtual, etnografia digital, ciberantropologia e webnografia. Cada uma destas possui características peculiares que indicam a apropriação para determinados tipos de estudos, suas coletas de dados e objetivos, sendo a webnografia a mais adequada para a presente pesquisa. Ver mais em: Fragoso, Recuero e Amaral (2013).

entendemos a fotografia como “uma das mediações materiais e simbólicas do vivido” no cotidiano (MARTINS, 2008, p.51), fazendo do visual cada vez mais um meio imprescindível na leitura sociológica de fatos e fenômenos sociais, pois as imagens são fontes capazes de documentar o que instrumentos de pesquisa mais tradicionais e habituais não conseguem - ou o fazem de forma insuficiente.

Campos (2010) destaca ainda o caráter efêmero, mutante e híbrido das imagens e da representação visual, e que a leitura da imagem e da visualidade sobretudo na juventude se faz de acordo com

uma profunda reavaliação da natureza dos vínculos sociais e da construção identitária na contemporaneidade. O caráter mais fluido e instável dos laços, a mutabilidade e porosidade das identidades, a reflexividade da vida social, a centralidade do consumo e a crescente estetização do cotidiano conduzem a novos usos e adaptações dos recursos imagéticos (CAMPOS, 2010, p.116).

Martins (2008, p.174) reitera que a fotografia precisa ser “tratada como imagem, isto é, expressão e documento do imaginário que há nos modos de ver, a fotografia pode se tornar um documento auxiliar das ciências sociais, capaz até mesmo de renová-las nos desafios teóricos que seu advento e seu uso social propõem”.

As fotografias constituem evidência empírica tanto quanto entrevistas e inquéritos, desde que privilegiem o papel da teoria e sejam aplicadas de forma sistemática, com posterior análise e tratamento que obedeçam a categorias bem definidas, resultantes da constituição e da “moldura de análise e do trabalho exploratório da pesquisa” (FERRO, 2005, p.383).

Sob a luz de tais apontamentos, entendemos as fotografias como uma possibilidade para estudos de práticas sociais e, portanto, também para estudos na educação física.

Assim, tomamos como base para categorização das imagens a análise de conteúdo (BARDIN, 1977) que, a partir de seu processo classificatório e com critérios previamente definidos, permite categorizar os dados que constituem um mesmo conjunto, num primeiro momento por diferenciação, seguindo-se do reagrupamento por analogia. Nesse sentido, as categorias emergidas na presente pesquisa são frutos da concentração de imagens com elementos em comum.

#### **4.2.1. Conectando o Instagram: passo-a-passo da coleta de dados**

Tendo em vista que todo trabalho para ser realizado precisa de ferramentas, ao escolher o Instagram como fonte e meio de pesquisa necessitamos ter em mãos um *smartphone* com o referido aplicativo instalado e uma respectiva conta para conectá-lo. Também foi necessário um computador e acesso à internet para utilização da versão *web*<sup>40</sup> da rede social.

Por se tratar de um campo de pesquisa contemporâneo nunca tratado na área da educação física na perspectiva pretendida neste estudo, foi necessário encontrar caminhos que norteassem e possibilitassem o alcance de nossos objetivos, tendo em vista que os programas e *softwares* encontrados que auxiliam e subsidiam pesquisas que utilizam o Instagram não foram capazes de comportar o tratamento dos dados e organização necessários para as análises aqui almejadas.

Sem um prévio referencial sobre um percurso metódico conexo, a partir de explorações entre possibilidades na dinâmica de tentativa e erro, construímos uma trajetória particular que fosse capaz de seguir uma linha técnico-instrumental pertinente a uma pesquisa científica, a qual julgamos pertinente e acessível para tal.

Destarte, tomamos como ponto de partida para as buscas por *hashtags* no Instagram a utilização de Descritores em Ciências da Saúde (DeCS)<sup>41</sup>, vocabulário trilingue, consistente e estruturado de terminologias comuns para uso em pesquisas, que tem como principal função ser uma linguagem única para indexação e recuperação de informações que e permitem também um diálogo regular.

Sendo assim, primeiramente realizou-se uma consulta aos DeCS identificando os termos diretamente relacionados com a profissão e atuação profissional da educação física e que, portanto, mais se aproximavam dos objetivos da pesquisa e do objeto de estudo. Foram selecionados os seguintes descritores para embasar nossa pesquisa: Educação Física e Treinamento, Exercício, Ginástica, Esporte e Suplementação, termos utilizados para nossa busca inicial de *hashtags* no Instagram (que que trataremos no texto como *hashtags* iniciais).

A partir desta delimitação, partimos para o primeiro passo da coleta em si, que se deu neste momento através do uso do aplicativo no *smartphone* devido à algumas particularidades necessárias para a pesquisa não disponíveis na versão *web* do Instagram. Explica-se, pelo *smartphone*:

---

<sup>40</sup> Recapitulamos que a versão *web* do Instagram pode ser acessada pelo endereço online <http://www.instagram.com>.

<sup>41</sup> Mais detalhes sobre os Descritores em Ciências da Saúde em: <http://decs.bvs.br/P/decswebp.htm>.

- a) Existe uma área de buscas ilustrada por um ícone em forma de lupa localizada no canto esquerdo inferior da tela, ao tocá-lo, abre-se uma linha superior com o cursor já pronto para digitar a pesquisa, que é o campo de pesquisa propriamente dito. Nele há a opção de fazer uma busca geral englobando usuários, *hashtags* e localidades ou ainda cada um desses itens de forma discriminada (um campo próprio para cada um deles separadamente), o que facilita quanto a objetividade e agilidade da pesquisa;
- b) Ao realizar a busca no campo específico de *hashtags*, o aplicativo Instagram oferece duas opções que foram essenciais para nossa pesquisa. A primeira delas é a sugestão de outras *hashtags* relacionadas à que foi procurada inicialmente e a segunda diz respeito às publicações encontradas a partir das buscas, pois o aplicativo as divide em “principais publicações”, nove postagens que aparecem separadamente no topo da lista completa, seguindo-se abaixo as demais restantes em sua totalidade, reveladas e organizadas de modo cronologicamente crescente.

As configurações da versão *web* do Instagram não contemplam a opção de busca específica de itens (*hashtags*, perfis de usuários ou localizações), e as imagens ou vídeos encontrados não são divididos em principais publicações e ordem cronológica. Na versão *web* o campo de pesquisa é geral e ao digitar a palavra desejada uma lista de possibilidades se abre logo abaixo, na qual aparece todas as opções disponíveis listadas.

Dito isso, elegemos para o primeiro passo a utilização do Instagram no *smartphone* e, a partir dos DeCS escolhidos, formulamos nossas seis *hashtags* iniciais: #educaçãofísica; #treinamento<sup>42</sup>; #exercício; #ginástica; #esporte; e; #suplementação.

A busca inicial foi realizada durante oito dias consecutivos sempre no mesmo horário<sup>43</sup>, e o total de *hashtags* utilizadas (n=29)<sup>44</sup> pode ser visualizado no Quadro 1.

---

<sup>42</sup> Para melhor adequação ao sistema de busca das *hashtags*, separamos o descritor educação física e treinamento mantendo os dois termos separados.

<sup>43</sup> A coleta inicial ocorreu em oito dias consecutivos, do dia 28 de maio a 04 de junho de 2016, pontualmente a partir das dezenove horas.

<sup>44</sup> Cada *hashtag* foi unicamente considerada, *hashtags* repetidas quer seja como inicial ou sugerida pelo Instagram foram levadas em conta uma única vez.

Destaca-se que as *hashtags* sugeridas durante esse período foram sempre as mesmas para todos os dias, sem variações.

<i>Hashtags</i> Iniciais	<i>Hashtags</i> sugeridas pelo Instagram
#educaçãofísica	#educacaofisica #treinamento #treinamentofuncional #educadorfisico #suor
#treinamento	#educacaofisica #treinamentofuncional #educaçãofísica #evolução #treinos
#exercício	#boaforma; #dietaetreino; #exerciciofisico; #eumelhorqueeu; #estilodevidasaudavel
#ginástica	#esporte #edfisica #treininho #gyn #pracima
#esporte	#preparofisico #edfisica #natação #pracima #esportes
#suplementação	#hipertrofia #musculacao #suplementos #treinoinsano #treinomostro

**Quadro 1:** Lista das *hashtags* iniciais de busca e as *hashtags* sugeridas pelo Instagram.

**Fonte:** O autor.

Conforme explicitado anteriormente, a partir das *hashtags* iniciais o Instagram nos sugeriu outras relacionadas e, para cada uma delas (consideramos todas as sugeridas), foi realizada a captura de tela para identificar as nove publicações principais (as imagens de captura de tela foram salvas e arquivadas).

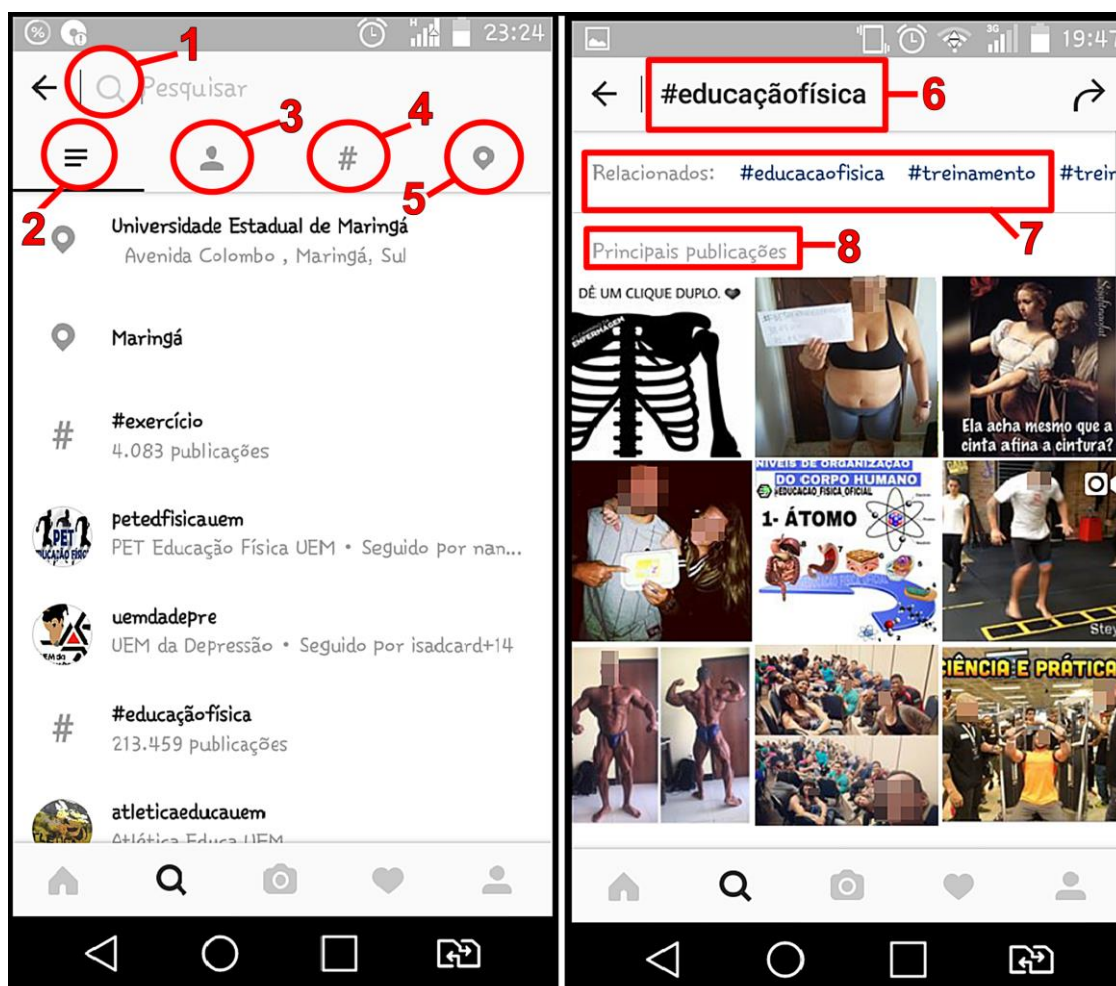
Em seguida, abrimos uma a uma as nove publicações de cada *hashtag* para anotar em nosso diário de campo o endereço (nome do perfil) de quem a postou, o que possibilitou o segundo momento da pesquisa.

Para facilitar e agilizar o andamento da pesquisa, a continuidade da coleta de dados se deu num segundo momento a partir da versão *web* do Instagram, pois com o nome dos usuários e a ilustração das fotos a partir das telas capturadas, anteriormente adquiridas e arquivadas em nosso diário, as buscas se fizeram exequíveis dentro das possibilidades desse formato da rede social para computador, tendo em vista que nele também se se faz possível a captura de tela.

Pela versão *web* localizamos os perfis identificados na primeira fase da coleta e consecutivamente as fotos assinaladas. Também realizamos a captura de tela de cada uma delas para arquivamento em pastas de organização.

No caso dos vídeos somente a captura de tela não se faz suficiente e, portanto, utilizamos duas páginas da internet como ferramentas auxiliares para coleta desses dados (os *sites* utilizados foram: <https://baixavideos.com.br> e <http://www.instawload.com>). Tais páginas possibilitam fazer o *download* de vídeos do Instagram para uma pasta do computador de acordo com o formato desejado e escolhido, basta colar o endereço eletrônico (URL) na caixa específica e clicar para descarregá-lo.

A Figura 1 ilustra as possibilidades do método de buscas no Instagram pelo *smartphone* e um exemplo de captura de tela com a sequência das principais publicações e *hashtags* sugeridas.



**Figura 1:** À esquerda: exemplos das possibilidades do método de buscas no Instagram apontando o campo de pesquisa geral (nº 1), listagem geral das opções resultantes do campo de busca geral (nº 2), campo de busca próprio para perfis (nº 3), campo de busca próprio para *hashtags* (nº 4), campo de busca próprio para localizações (nº 5); À direita: exemplo de uma captura de tela na qual se observa uma busca específica no campo das *hashtags* (nº 6), as *hashtags* relacionadas sugeridas pelo Instagram (nº 7) e as principais publicações apontadas pelo aplicativo (nº 8).

Foram selecionados apenas os perfis brasileiros e públicos que não necessitavam de solicitação para segui-lo, logo, para acessar seus conteúdos. A escolha por incluir apenas perfis brasileiros se deu levando em consideração as diretrizes profissionais da educação física vigentes, que se diferenciam de um país para outro.

Fotos e vídeos que se apresentaram desconexos à educação física foram excluídos, como os que continham: cosméticos (esmaltes, maquiagens, perfumaria;

etc.); animais; grupo corporativo de empresas; treinamentos policiais; mensagens religiosas; mensagens motivacionais ou imagens nas quais não foi possível identificar o conteúdo.

Ressalta-se que neste segundo período de coleta, notou-se a necessidade de cessar a captação de novos itens por perceber a irrelevância de persistir na coleta. Julgou-se adequado, portanto, adotar o fechamento amostral por saturação teórica, “operacionalmente definido como a suspensão de inclusão de novos participantes quando os dados obtidos passam a apresentar, na avaliação do pesquisador, uma certa redundância ou repetição” (FONTANELLA; RICAS; TURATO, 2008, p.17).

Amostragem por saturação é uma ferramenta conceitual frequentemente empregada nos relatórios de investigações qualitativas em diferentes áreas no campo da Saúde, entre outras. É usada para estabelecer ou fechar o tamanho final de uma amostra em estudo, interrompendo a captação de novos componentes [...]. Noutras palavras, as informações fornecidas pelos novos participantes da pesquisa pouco acrescentariam ao material já obtido, não mais contribuindo significativamente para o aperfeiçoamento da reflexão teórica fundamentada nos dados que estão sendo coletados (FONTANELLA; RICAS; TURATO, 2008, p.17).

Fotos e vídeos foram transferidos e agrupados em pastas por *hashtags*. Faz-se importante destacar que diversas fotos se repetiram e, portanto, adotamos a frequência (f) de aparecimento. As imagens foram examinadas de acordo com a análise de conteúdo, e as legendas foram utilizadas apenas como apoio, quando necessário, para verificar alguns elementos como, por exemplo, a nacionalidade do usuário, haja vista que algumas vezes só foi possível identificar este quesito pelo idioma das legendas e comentários.

#### **4.2.2. “Ao cadastrar-se, você concorda com nossos Termos e Política de Privacidade”<sup>45</sup>**

Neste item abordamos as questões éticas do estudo. Não se faz necessário consentimento nem tampouco uma deliberação emitida por comitês de ética em pesquisas com seres humanos quando o estudo se utiliza de imagens disponíveis

---

<sup>45</sup> Esta frase, que em geral aparece no momento final de cadastramento em sites, demais redes ou serviços, se encontra no Instagram logo na página inicial, juntamente com os campos de preenchimento de dados para *login* dos usuários ou para aqueles que desejam se cadastrar rede. O aviso parece esclarecer e evitar previamente posteriores constrangimentos.



publicamente na internet, de modo que sua coleta para fins educativos é permitida.

Além do mais, assim como em outras redes ou mesmo quando nos sujeitamos a fazer uso de determinados *softwares*, nos comprometemos a dispor com os termos de utilização de serviços e privacidade dos mesmos, embora muitas vezes a caixa de seleção “li e concordo com os termos” seja assinalada sem a leitura e atenção necessária aos mesmos.

Assim também se faz no Instagram, cuja política afirma não ter uma relação confidencial com o usuário. Em seus termos básicos de uso, a rede afirma aos usuários:

Você é o único responsável por sua conduta e por qualquer dado, texto, arquivos, informação, nomes de usuário, imagens, gráficos, fotos, perfis, clipes de áudio e vídeo, sons, trabalhos musicais, trabalhos de autoria, aplicativos, links e outro conteúdo ou materiais (coletivamente, "Conteúdo") que você envie, publique ou exiba no Serviço ou por meio dele (INSTAGRAM, 2013).

O Instagram alerta ainda não se responsabilizar pelo uso e divulgação de conteúdos fornecidos pelos usuários da rede, pois não mantém nenhuma relação de obrigação de confidencialidade. Das condições gerais de uso, a rede notifica ainda que os utilizadores são os únicos responsáveis pela relação com os outros usuários do Serviço do Instagram.

Você concorda que o Instagram não é responsável, ou seja, responsabilizado pela conduta de nenhum usuário. O Instagram se reserva o direito, mas não tem a obrigação, de monitorar ou envolver-se em disputas entre você e outros usuários. Tenha bom senso e exercite o seu melhor julgamento ao interagir com outros, incluindo quando você envia ou publica Conteúdo ou qualquer informação pessoal ou outras informações (INSTAGRAM, 2013).

Destarte, ao acolher apenas as imagens postadas por utilizadores que permitem a pública visualização de seus perfis e respectivamente de conteúdos postados, acredita-se que o presente estudo se viabiliza e valida seu caráter ético de acordo com as políticas de utilização e privacidade da rede social Instagram. Contudo, tomamos ainda o cuidado de não expor a identidade dos usuários dos perfis utilizados, até mesmo por que nosso foco é o conteúdo das imagens e não a sua origem.

#### **4.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Considerando a aplicação dos critérios de exclusão, a coleta de dados a partir das 29 *hashtags*, suscitou em 417 postagens entre fotos (n=340) e vídeos (n=77)<sup>46</sup> especificados na Tabela 1.

**Tabela 1:** Distribuição de fotos e vídeos por *hashtag*, em ordem crescente.

Hashtags	Imagens		Total #	Hashtags	Imagens		Total #
	Fotos	Vídeos			Fotos	Vídeos	
#edfísica	17	4	21	#treinamentofuncional	8	7	15
#hipertrofia	19	2	21	#treinoinsano	10	5	15
#eumelhorqueeu	19	1	20	#estilodevisdasaudavel	13	1	14
#treinomostro	15	5	20	#evolução	14	0	14
#esporte	12	7	19	#educadorfisico	10	2	12
#educaçãofísica	16	2	18	#ginástica	8	4	12
#educacaofisica	13	3	16	#pracima	10	2	12
#dietaetreino	15	1	16	#suor	11	1	12
#boaforma	14	2	16	#exerciciofisico	8	3	11
#exercício	11	5	16	#treininho	8	3	11
#treinos	15	1	16	#treinamento	7	3	10
#musculacao	14	1	15	#esportes	5	3	8
#natação	14	1	15	#preparofisico	6	1	7
#suplementação	10	5	15	#gyn	5	0	5
#suplementos	13	2	15	-	-	-	-
	217	42	259		123	35	158
<b>Total de imagens</b>			<b>417</b>				

A análise de conteúdo (BARDIN, 1977) veio agregar e dar sentido aos dados que, após serem explorados e codificados, passaram pela categorização inicial, intermediária e final, baseadas e analisadas sob as premissas teóricas da Representação Social.

As impressões primárias sobre os dados compuseram a primeira fase deste processo, tendo como fase intermediária a aglutinação das categorias iniciais e, por fim, da união destas últimas obtivemos o resultado das categorias finais, diferenciadas por seus temas e pelos princípios que regem a metodologia quanto à homogeneidade, adequação, exclusão mútua e objetividade.

Sendo assim, as seguintes categorias foram elencadas: **Corpos evidenciados;** “**Antes e depois**”; **Academia; Hipertrofia Muscular; Alimentação; Marketing e Propaganda; Dicas de treino; Humor e sátiras; Apelo sexual; e; Esportes.**

<sup>46</sup> Numa sondagem inicial geral, identificamos que as imagens envolviam pessoas, composição de imagem + texto, alimentos, ilustrações, suplementos alimentares e localidades.

A primeira categoria, **corpos evidenciados**, faz jus à prevalência da presença de seres humanos nas imagens, apontando a intensa exibição de seus corpos. Notabilizaram-se principalmente os corpos com músculos evidentes, revelados pelos famosos *selfies*<sup>47</sup>, fotos ou vídeos feitos em frente ao espelho ou efetuados por terceiros e, na maioria das vezes, essa exibição ocorreu de forma acentuada com (poucas) roupas justas, decotadas e curtas, quando não apresentadas apenas com peças íntimas ou a própria nudez.

Tal realidade vai estreitamente ao encontro das reflexões de Sibilia (2013) que, dentre seus apontamentos, salienta a atuação da “moral da boa forma” sobre o corpo contemporâneo, “adorado e laboriosamente esculpido como uma imagem que deve permanecer sempre lisa e polida” (SIBILIA, 2013, p.126), e que torna corriqueira a designação da contemporaneidade como a era do fenômeno original do “culto ao corpo”, envolto por uma proliferação imagética que instiga crescentemente a produção do “eu” na esfera do visível, submetendo os contornos humanos à uma codificação profundamente rígida.

Segundo os preceitos da mesma autora, atualmente a exibição do corpo com poucas roupas, a ousadia sexual ou mesmo a nudez já não mais incomoda os valores vigentes, mas de maneira oposta, a alta exposição é estimulada, desde que as silhuetas expostas estejam de acordo com os padrões estéticos de definição muscular (Ibid).

Por tempos tivemos estampado em mídias tradicionais, como em revistas de informação semanal, uma organização social remetente a associações dicotômicas de gênero, que relacionava o belo, a estética, a vaidade e a sedução – aliados a atribuições emocionais e do mundo doméstico – sobretudo às mulheres, com discursos construtores de simulacros homogeneizantes com alto investimento em padrões de corpo, comportamento e identidade (OLIVEIRA; FERNANDES; SILVA, 2009). Já aos homens, eram direcionados os conteúdos ditos “masculinos”, retratados nas “figuras do intelectual, da criatividade, da praticidade, da superação e gerência, ambientadas, quase sempre, em espaços públicos” (Ibid, p.32).

Atualmente, com as conformações sociais remodeladas, juntamente com o aumento e reconfiguração de mídias como as redes sociais, que invertem a lógica das locuções, as relações de gênero e também os discursos relacionados à estética, aos padrões corporais e à própria exposição do corpo parecem tomar novos contornos, como

---

<sup>47</sup> Fotografia que a pessoa tira de si mesma.

se pôde notar com vigor nesta primeira categoria, cuja presença nas imagens se deu homogeneamente entre homens e mulheres.

A configuração atual reflete uma obsessão pelas formas físicas, fazendo surtir um efeito de banalização do belo no cotidiano, que integra uma relação paradoxal entre a figura humana e um esgotamento sobrepujante na experiência estética, alicerçado e preconizado pelos meios de comunicação e dispositivos midiáticos, cujo papel é fundamental em função de sua aliança tácita com a tecnociência e o mercado (SIBILIA, 2013).

Assim, essa primeira categoria abre alas com a similaridade entre homens e mulheres no que diz respeito a vaidade e à exposição da imagem, noz fazendo pensar o Instagram como uma mídia na qual se verifica o que Sibilia (2013) chamou de “triunfo da estética”.

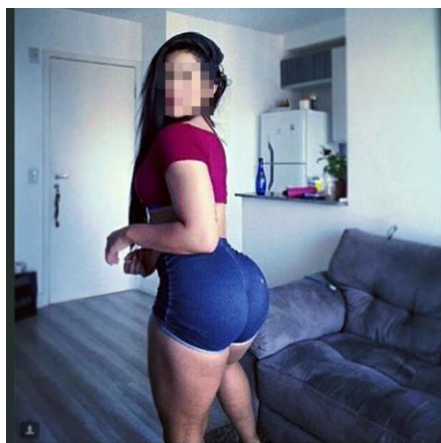


Figura 2: Exemplo de imagem da categoria “corpos evidenciados” (captura de tela).



Figura 3: Exemplo de imagem da categoria “corpos evidenciados” (captura de tela).

Contudo, o **apelo sexual** foi um assunto de tamanha representatividade que se fez categoria, representando o tratamento sexualizado da imagem corporal de homens e mulheres, tanto por parte de outras pessoas quanto dos próprios sujeitos envolvidos/representados nas imagens, caracterizando o que Halliwell, Malson e Tischner (2011) denominaram de auto-objetificação do corpo.

Ao tratar especificamente de mulheres, os autores supracitados explicam a auto-objetificação do corpo como a transferência e incorporação do olhar masculino pela mulher como a sua própria visão. Para Halliwell, Malson e Tischner (2011) os olhares

masculinos de desejo, muitas vezes vulgarizados, indesejados e rejeitados pelas mulheres, têm tomado proporções inversas nas quais as próprias mulheres têm incorporado a perspectiva desse olhar voluptuoso, na expectativa de serem vistas e atraídas sob tal ótica, reiterando o conceito de auto-objetificação.

Paralelamente e também se voltando às mulheres, Oliveira, Fernandes e Silva (2009, p.32) compreendem a construção e exibição de um corpo objetal, “moldado sob predomínio do parecer para o outro em detrimento do ser para si e por si, [...] desenhado para e sob o olhar do outro”, esculpido para seduzir e agradar, cuja lógica se reitera no discurso das mídias.

Contudo, ainda que cultural e historicamente o *sex appeal* tenha sido mais ligado às mulheres, no presente estudo ele se revelou também em relação à figura masculina de forma correspondente. Seja por homens ou mulheres, a lógica de inversão de olhares apontada por Halliwell, Malson e Tischner (2011) bem como a concepção de um corpo esculpido para agradar e despertar o desejo (OLIVEIRA; FERNANDES; SILVA, 2009) foram representados em nossas análises, com destaque às imagens em que os sujeitos se retratavam com roupas íntimas e em poses ou movimentações propositalmente projetadas para o enaltecimento das formas corporais.

Esta última característica citada quanto a posições e arranjos intencionais para valorização da imagem e formas corporais puderam ser ainda mais notadas na categoria **hipertrofia muscular**, configurando-a vigorosamente através da exposição de corpos musculosos masculinos e femininos nas imagens.

Em linhas gerais, a hipertrofia muscular se caracteriza pelo aumento do volume dos músculos seja por resultados metabólicos ou tensionais, resultantes de estímulos realizados a partir de exercícios resistidos. Porém, as imagens emergidas nesta categoria direcionam as reflexões para além dos quesitos fisiológicos, mas no que diz respeito ao contexto e aos aspectos históricos e culturais relacionados ao corpo.

As imagens de referências fisiculturistas dominaram esta categoria, em conformidade com o que tem sido divulgado em demais mídias, caracterizando o corpo “construído” na academia por meio de exercícios físicos. Isso leva-nos ao entendimento de que mesmo que os atletas fisiculturistas, como os que participam de competições de *bodybuilding*, sejam ainda minoria dentro das academias (SABINO; LUZ, 2014), o fisiculturismo tem sido uma prática de referência e inspiração para praticantes de musculação.

Fraga (2006) ressalta que os padrões de beleza constituídos em diferentes lugares e momentos da história reiteram o entendimento do corpo como um resultado provisório de pedagogias conformadas em determinadas épocas, um corpo que é muito mais marcado pela cultura do que por uma presumível essência natural.

Ao refletirmos sobre tais apontamentos, parece-nos que no momento atual e em especial no contexto aqui identificado, uma pedagogia da hipertrofia tem se instalado culturalmente no âmbito das academias, reforçado pelo discurso da visibilidade que se consolida nas redes sociais.

A hipertrofia muscular pode ser ainda parte de um processo identitário materializado nos corpos, sendo a musculatura hipertrofiada “o ponto de convergência de um processo de diferenciação de identidades, em que o investimento no próprio corpo passa a responder às exigências de cada agrupamento social” (Fraga, 2006, p.73).

O corpo se torna essência identitária, e aqueles que se fazem adeptos à cultura do corpo, engendrada e revelada pela mídia, são “esmagados pela proliferação de imagens homogêneas, por ideologias dominadoras e pelo consumismo. A aparência física e os cuidados estéticos se tornam elementos centrais nesse estilo de vida, e a preocupação com o belo é carregada de investimento pessoal” (SALDANHA, 2014, p. 38).

Não se pode negar também as discussões acerca da problemática de usos de substâncias químicas como esteroides anabolizantes que envolvem este universo, já apontado há tempos por diversos estudos científicos (BOFF, 2008; PAULINO et al., 2010; SABINO; LUZ, 2014; ALMEIDA; SILVA; CARNEIRO-JÚNIOR, 2016).

Este cenário de anatomias emergentes e seu conjunto de relações faz surgir o que Fraga (2006) o autor chamou de uma espécie de “bug muscular”, no qual o exercício físico e a hipertrofia apresentam uma dupla face que se contrapõem: de um lado os valores relacionados à saúde e ao cuidado com o corpo e, de outro, uma catástrofe fisiológica causada pelo uso de substâncias químicas como anabolizantes, em busca de contornos corporais hipertróficos, desenhados por uma metamorfose química.



Figura 4: Exemplo de imagem da categoria “apelo sexual” (captura de tela).



Figura 5: Exemplo de imagem da categoria “apelo sexual” (captura de tela).



Figura 6: Exemplo de imagem da categoria “hipertrofia muscular” (captura de tela).



Figura 7: Exemplo de imagem da categoria “hipertrofia muscular” (captura de tela).

A categoria **alimentação** está diretamente relacionada a anterior, tendo em vista que para se alcançar os resultados hipertróficos e estéticos esperados a partir dos treinos físicos, os praticantes extenuantes da musculação, assim como os fisiculturistas, devem seguir uma dieta rígida na qual “a ingestão calórica deve ser condizente ao objetivo do treinamento, assim como a ingestão de sódio deve ser mínima” (SEREM JUNIOR, 2013, p.26).

As imagens emergidas nessa categoria salientaram em especial as receitas “*fit*” e demonstrações de refeições controladas e balanceadas, variando entre a alimentação altamente proteica e impecável como enfatizado por Serem Junior (2013), e também entre os ditos “pratos coloridos”, assim (re)conhecidos por exprimirem significado de uma alimentação saudável, onde as cores dos alimentos representam os nutrientes básicos e necessários para uma vida sadia e o bom funcionamento do organismo.

Destacou-se ainda a presença de suplementos, fortemente interligados às propagandas e venda de produtos. A marca dos suplementos intencionalmente expostas nos vídeos e fotos compunham uma situação de divulgação e marketing, realidade também identificada no estudo de Saldanha (2014).

As imagens desta categoria denotam uma ideia de gordura corporal e de corpo fora do padrão social como uma opção, já que o mercado oferece inúmeras possibilidades para se alcançar uma aparência física “perfeita”.

Jacob (2014, p.93) faz uma consideração sobre o modo de se alimentar quando relacionado ao termo *fitness*. Para a autora, quando atrelada a este termo, a alimentação significa uma maneira particular de viver, comer e preparar as refeições objetivando resultados corporais como o emagrecimento ou o ganho de massa muscular, num processo no qual os alimentos são considerados construtores de um corpo perfeito e “classificados nos seus elementos formadores: carne é proteína, batata é carboidrato, verdura é vitamina”.

Contudo, consideramos inadequado apontar este entendimento de alimentação – que pode ser considerado também um estilo de vida por alguns – sob um aspecto generalizado, já que o termo *fitness* em si tem um significado mais abrangente, sobretudo relacionado ao bem-estar e boa forma física e mental, não necessariamente ligados à construção de corpos em perfeita simetria estética.

As inscrições de Jacob (2014) talvez se ajustem mais às dietas de fisiculturistas ou do nicho de público das academias já discutidos na categoria anterior, porém, considerando as características inerentes à terminologia *fitness*, cremos que há sim uma preocupação sobre os modos de se alimentar, mas que se constroem sob a égide dos estudos dos alimentos e suas propriedades positivas para uma vida saudável, e que se modificam ainda em decorrência do contexto cultural e condições materiais dos sujeitos.





Figura 8: Exemplo de imagem da categoria “alimentação” (captura de tela).



Figura 9: Exemplo de imagem da categoria “alimentação” (captura de tela).

Em **marketing e propaganda**, se destacou uma forte característica funcional das redes sociais atualmente, que diz respeito às campanhas de publicidade, anúncios e vendas, uma forma prática de promoção de marcas e produtos que concilia objetivos corporativos aos interesses pessoais dos usuários. Os suplementos também se salientaram nas imagens desta categoria, bem como demais produtos como roupas, acessórios, livros de receitas culinárias, propagandas de academias, restaurantes, dentre outros.

Cabe destacar um último elemento emergido correspondente à autopromoção, uma situação estratégica de divulgação e venda de si mesmo e de seus serviços prestados, em maior parte relacionado à figura do *personal trainer*, mas também referente a modelos e atletas.

Esta realidade identificada no Instagram, de autopromoção do *personal trainer* a partir do *marketing* pessoal e da relação de consumo entre o profissional e o cliente, parece ser sintetizada na frase “como me vender com sucesso”<sup>48</sup>, numa relação em que os treinadores personalizados são colocados, ao mesmo tempo, “nas posições de vendedores e de mercadorias” (BOSSLE, 2009, p.61).

Bossle (2009) aponta ainda que neste ramo profissional da educação física, instável e volúvel, o *marketing* se configura como uma forma de sobrevivência, pois o *personal trainer* precisa manter uma busca incessante de atualização profissional para garantir um diferencial no mercado de trabalho, mantendo o caráter de originalidade e

<sup>48</sup> Termo embasado em Barbosa (2008).

novidade. Características como a

instabilidade, a falta de direitos trabalhistas, a inexistência de locais e horários fixos de trabalho, o estresse, o esgotamento, a luta por espaço no mercado de trabalho e a necessidade de autopromoção pontuam a atuação deste “profissional por conta própria” que funciona como uma “academia ambulante” (BOSSLE, 2009, p.75).

Se pôde notar ainda a presença das chamadas novas celebridades (OLIVEIRA, 2016), em especial os “blogueiros”, em divulgação de suas rotinas de exercício físico e alimentação atreladas a promoção de terceiros. Ou seja, neste momento há uma fusão entre a autopromoção e a divulgação de produtos patrocinados, sendo tais usuários contratados para publicar sobre produtos e indicá-los aos seus seguidores.

Dessa mistura entre exibição e promoção pessoal e a divulgação de produtos patrocinados, nasce um novo ofício ligado ao Instagram, os denominados *Instagrammers*<sup>49</sup> profissionais, assíduos usuários que fazem de sua experiência e uso do Instagram uma forma de ganhar dinheiro e fama.

Os *Instagrammers* profissionais são “pessoas que costumam postar fotos de qualidade, com frequência e possuem uma grande quantidade de seguidores na rede social e, por esse motivo, atraem a atenção desses ‘investidores’” (OLIVEIRA, 2016, p.25), que os contratam para proverem suas marcas. Para Hinerasky (2014, p.2) estes podem ser chamados também de “*star-bloggers*” ou “*it-bloggers*”, uma forma de “celebridade cujas atividades e performance os tornaram uma marca, e junto com seus perfis nas mídias sociais, uma rede de negócios”.

Para Bertoldi (2015), a eficiência da utilização do Instagram como estratégia de *marketing* é validada pois os consumidores, principalmente os jovens, gastam grande parte do seu tempo em redes sociais. Segundo a mesma autora, a jogada de mestre das empresas se baseia na sensação de proximidade entre os usuários proporcionada pelo Instagram, através de um modo simples e interativo de compartilhamento de imagens e texto.

A indústria publicitária fomenta a relação entre a sociedade de consumidores e, “a partir disto, grandes e pequenas empresas cooptam a influência dos indivíduos donos de perfis populares na rede para promover sua marca e seus produtos” (BERTOLDI, 2015, p.45).

---

<sup>49</sup> Utilizadores do Instagram.



Figura 10: Exemplo de imagem da categoria “marketing e propaganda” (captura de tela).



Figura 11: Exemplo de imagem da categoria “marketing e propaganda” (captura de tela).

A categoria “**antes e depois**” se opôs à “**corpos evidenciados**” (caracterizada pela prevalência de corpos hipertrofiados), dando espaço para a exposição pessoas magras<sup>50</sup>, para a manifestação dos corpos obesos *versus* esbeltos e das transformações corporais conquistadas através do emagrecimento, exibidas pelos próprios sujeitos que vivenciaram tal processo ou por figuras importantes nesse curso, como profissionais de educação física e nutricionistas.

Essa configuração se expressou principalmente em montagens fotográficas do “antes e depois” de sujeitos que passaram por um processo de perda de peso, evidenciando-se as modificações relacionadas à alteração da composição corporal, do ganho de massa magra e da definição muscular, trazendo também exemplos de transformações hipertróficas, embora em menor quantidade.

Essa categoria merece um destaque especial, pois representa uma das raras situações em que o corpo obeso ou simplesmente fora dos “padrões”, por conter as consideradas “gordurinhas indesejadas”, foi representado nas imagens coletadas, porém sempre apresentado com conotações negativas em oposição ao “corpo bom”, como a versão ruim de um corpo que um dia foi adiposo e hoje não é mais, realidade bem representada pela *hashtag* #eumelhorqueeu.

As imagens retratam uma dupla realidade na qual o emagrecimento e o remodelamento do corpo se fazem moda e, ao mesmo tempo, uma necessidade, pois a

<sup>50</sup> Em relação ao seu peso anterior ao processo de emagrecimento.

obesidade é uma doença séria e, associada ao sedentarismo, se efetiva num dos maiores problemas de saúde pública que tem se instalado cada vez mais cedo, na infância e adolescência (RIVERA et al., 2010; PEARL; DOVIDIO; PUHL, 2015).

Neste setor, a atividade física e o emagrecimento transcendem o caráter estético, pois compõem um universo de teoria e prática no campo da prevenção e manutenção da saúde, do qual a educação física tem mantêm direta relação e comprometimento.



Figura 12: Exemplo de imagem da categoria “antes e depois” (captura de tela).



Figura 13: Exemplo de imagem da categoria “antes e depois” (captura de tela).

A outra situação significativa em que o corpo acima do peso foi representado foi na categoria de **humor e sátiras**. Tal categoria se compôs em sua grande maioria pelos chamados “memes”, imagens ou vídeos com teor humorístico em geral acompanhados de frases embutidas na imagem que viralizam pela internet. Estes, por sua vez, se apresentaram em versões sadias de piadas “leves”, com zombaria sobre a preguiça de se exercitar ou a facilidade para engordar *versus* dificuldade para perder peso, por exemplo, mas também se revelou de forma pejorativa, satirizando e menosprezando corpos femininos fora dos padrões de beleza, com celulites a mostra e acima do peso.

O enaltecimento da mulher “sarada” e a supervalorização dos padrões estéticos femininos voltados à corpolatria e à beleza conformada a partir do desenvolvimento muscular, mantém uma estreita relação com a discriminação da mulher acima do peso, pois estes dois polos aparecem como antagonistas neste cenário a serviço de uma cultura machista que oprime o corpo que não se encaixa nos moldes sociais desejados.

Para além da zombaria que fere a autoestima feminina, esse tipo “humor” opera também de forma apelativa, que erotiza e sexualiza a mulher.



Figura 14: Exemplo de imagem da categoria “humor e sátiras” (captura de tela).



Figura 15: Exemplo de imagem da categoria “humor e sátiras” (captura de tela).

A categoria **academia** se caracterizou pelas imagens que apontam as variedades e possibilidades de exercícios realizáveis dentro de seu espaço físico, como a musculação, as aulas coletivas de modalidades de ginástica, danças, pilates, dentre outros.

Contudo, para além da participação em aulas e execução de treinos, as imagens se aprofundam em seus significados no “estar na rede social”, sobretudo sob o discurso da visualidade ofertado pela mídia. Atualmente, o ambiente da academia (e o fato de frequentá-la) tem se instaurado como um ícone conceitual de saúde e *status*, e esse *status* que se estabelece por meio da exposição nas redes sociais tem interesse duplo: dos sujeitos expostos nas imagens e pelas academias, identificadas pelo serviço de localização do Instagram ou pelo próprio apelo visual.

Enquanto entidades de mercado, as academias se interessam e beneficiam da utilização das redes sociais pelos seus alunos, haja vista que as reconhecem como um meio formador de opinião e que, assim, se configura numa forma importante e válida de manter um relacionamento dinâmico entre seus alunos/clientes, pois “desenvolver uma imagem forte diante dos consumidores é uma forma de demonstrar um diferencial. Se

sobressai aquele que tem boas referências e é bem lembrado” (ALVES; CAETANO, 2015, p.11).



Figura 16: Exemplo de imagem da categoria “academia” (captura de tela).



Figura 17: Exemplo de imagem da categoria “academia” (captura de tela).

Na categoria **esportes** diversas modalidades foram abordadas, das tradicionais às mais alternativas, como futebol, vôlei, natação, corrida, handebol, tênis, ginásticas competitivas, boxe, jiu-jitsu, karatê, judô, capoeira, futebol americano, muay-thai, dança e também modalidades de aventura como o *slackline* e *skate*.

Prevaleceram as imagens referentes a notícias e entretenimento, com supremacia no futebol e nos esportes e atletas olímpicos como, por exemplo, o destaque à subida de Daniele Hypólito no pódio da Copa do Mundo de Ginástica Artística (ocorrida em maio deste ano) e as especulações sobre as Olimpíadas de 2016 no Rio de Janeiro, movimentado os assuntos esportivos e postagens abordadas nas redes sociais.

Essa movimentação nas redes sociais causada por megaeventos esportivos tem sido evidenciada em demais estudos (ARAÚJO; 2016; ARAÚJO et al., 2016; MIRANDA, 2016; RODRIGUES et al., 2016), que apontam as redes como detentoras de papel de destaque, juntamente com a imprensa, para veicular informações e abrir espaços para opiniões e argumentações, sobretudo na “década dos megaeventos esportivos no Brasil” (MIRANDA, 2016) no qual se encontra na agenda a pauta esportiva (ARAÚJO et al., 2016).

Além do mais, as redes sociais se configuram como uma possibilidade transcender os interesses tradicionais do universo esportivo de alto rendimento, oportunizando que os usuários discutam sobre questões políticas, preparação e negociação de atletas, polêmicas envolvendo sujeitos esportivos, interesses econômicos, dentre outras abrangências do fenômeno esportivo (MENDES et al.; 2013; SANTOS, 2014).

Nesse novo cenário, a perspectiva do telespectador – aquele que em uma definição clássica, se encontra encerrado entre a poltrona e a tela – abre espaço para uma nova figura: a do *prosumer*, ou prosumidor que, em seu sentido literal, representa um misto de produtor e consumidor (GARCÍA-GALERA; VALDÍVIA, 2014). Ou seja, uma espécie de telespectador-ator que não só consome informação, mas também a produz (MIRANDA, 2016, p. 12).



Figura 18: Exemplo de imagem da categoria “esporte” (captura de tela).



Figura 19: Exemplo de imagem da categoria “esporte” (captura de tela).

Por fim, a categoria **dicas de treino** materializou um dos pontos iniciais instigadores para a realização do presente estudo, que é a presença de perfis nas redes sociais que oferecem a partir de suas postagens orientações sobre saúde e, em especial, dicas de dietas, treinos especializados e exercício físico.

“O que devo comer para ganhar massa muscular? ” “Qual o melhor exercício para os glúteos? ” “Fazer exercício abdominal faz diminuir a ‘barriga’? ” “Qual a melhor dieta para emagrecimento? ” “Qual a melhor marca de suplementos e quanto devo

ingerir por dia para ficar ‘musculoso’? ”. Essas e outras questões semelhantes são frequentemente possíveis de respostas pelas redes sociais.

No Instagram, através das possibilidades de postagens de imagem, vídeo e textos a rede consegue se configurar como um verdadeiro “diário *fitness*”.

Em termos linguísticos textuais, nem sempre há clareza se o conteúdo se trata de uma recomendação de “como fazer”, ou ainda se pode encontrar em legendas<sup>51</sup> frases do tipo: “este conteúdo não tem fins didáticos, procure orientação profissional adequada”. Porém, com o modelo habitual desse formato de conteúdos já instaurado e naturalizado nas redes sociais, subentende-se nas entrelinhas que as postagens se referem a um passo-a-passo, muitas vezes permeado de dicas e de outros elementos embutidos como a promoção de marcas e produtos, já discutidos anteriormente.



Figura 20: Exemplo de imagem da categoria “dicas de treino” (captura de tela).



Figura 21: Exemplo de imagem da categoria “dicas de treino” (captura de tela).

A utilização de meios de comunicação como fonte de dicas de saúde, alimentação e exercícios físicos não é uma novidade, e vem ocorrendo há anos pelas

<sup>51</sup> Recapitulamos que no presente estudo não utilizamos as legendas como item para pesquisa, mas apenas como apoio analítico quanto necessário e ainda assim foram evitadas. Nesse momento a utilização das legendas aparece no texto apenas como elemento para discussão baseada em experiências anteriores com a rede social bem como em referências que discutiram tais questões e foram utilizados como embasamento teórico prévio para realização da pesquisa bem como no decorrer do texto.



revistas femininas que, dentre seus conteúdos, ajudam a disseminar os padrões de beleza e estética em suas capas e conteúdos internos.

De acordo com esta afirmação, Borges, Bueno e Lima (2012, p.4) ao investigarem a revista Boa Forma, declaram que há tempos os seus conteúdos abordam assuntos relacionados ao dia-a-dia feminino<sup>52</sup> como família, filhos e relações sexuais, mas que o foco de seus temas está voltado para o corpo da mulher, trazendo “dicas de exercícios e alimentação, com o objetivo de modelar o corpo de acordo com os padrões estéticos sociais, aliando o discurso estético à saúde”.

Assim, a Boa Forma vende padrões estéticos de corpos, ideais de cuidado com o corpo, modelos de comportamento, sexualidade e felicidade, elementos esses que, segundo a revista, são conseguidos com disciplina e consumo dos produtos anunciados, ou seja, controle constante do estilo de vida e dos hábitos de alimentação, exercícios e uso de cosméticos (BORGES; BUENO; LIMA, 2012, p.12).

As redes sociais se configuram apenas como um novo meio comunicacional que produz e reproduz conteúdo com intencionalidades bem delimitadas e direcionadas aos consumidores, quer seja de prestação de serviços (como os de *personal trainer* e consultorias *online*), produtos (suplementos, roupas, cosméticos, calçados), lazer (hotéis, restaurantes, clubes) dentre outras alternativas mercadológicas nas quais as corporações se apegam para promover seus nomes, marcas, produto e fama.

De fato, as estratégias de *marketing* que tomam conta do Instagram, configuram-se também no que diz respeito aos assuntos e conteúdos relacionados à educação física, surtem efeitos e se apropriam da utilização de *hashtags*, da viabilidade de compartilhamento de fatos cotidianos e da relação entrelaçada dos usuários, sobretudo com os *Instagrammers* profissionais, que passam uma relação confortável aos usuários pois “a maioria dos anúncios são tidos como uma espécie de ‘dica’ de um amigo” (BERTOLDI, 2015, p.13).

Nesse sentido, os assuntos e estratégias de *marketing* se configuram como uma das parcelas dessa representação social da educação física no Instagram, pois relaciona-se diretamente ao conjunto de conteúdos, discussões e conhecimentos veiculados socialmente e assim interpretados pelas pessoas, dando contorno às ideias e concepções dos atores sociais sobre tal realidade.

---

<sup>52</sup> Ressalta-se que este é um apontamento dos autores, quanto à apropriação de conteúdos ditos femininos.

Desde o início deste estudo assinalamos a força e legitimidade das *hashtags* no Instagram, bem como suas características de dinamicidade e interação entre usuários e conteúdos, embora a tenhamos tratado principalmente como parte das ferramentas metodológicas para coleta de dados, sem a intenção de aprofundar em torno delas as discussões.

Todavia, não podemos deixar de assinalar a sua indispensabilidade e papel para a compreensão da representação social da educação física nesta rede. As *hashtags* se configuraram como fragmentos constituintes desta representação, componente desta discussão paralela que nos instigou desde o início da pesquisa e que nos fez refletir durante todo seu processo de realização<sup>53</sup>.

#### 4.4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo investigar os conteúdos de postagens no Instagram relacionados ao campo da educação física, a fim de identificar o conteúdo das fotografias e vídeos compartilhados nesta rede.

O exame dos dados nos sugeriu alguns apontamentos e reflexões acerca da realidade estudada. As categorias elencadas a partir da análise das imagens coletadas no Instagram por meio de *hashtags*, nos remetem a representação social de uma educação física, principalmente, voltada para o “movimento *fitness*” em diferentes direcionamentos: do culto ao corpo, do enaltecimento das formas musculares hipertrofiadas, da denotação sexual atrelada ao corpo do escárnio quando este não se molda nos padrões estéticos sociais, da alimentação, do *marketing* corporativo ou pessoal.

Ao longo da pesquisa passamos por um processo de reconstrução de ideias, concepções, e rompimento de preconceitos pois, sob o suporte da representação social, desvelamos uma nova possibilidade de olhar o objeto de pesquisa e suas peculiaridades, de compreender as publicações e seus respectivos conteúdos que envolvem a educação física e são veiculados no Instagram.

Por um lado, a liberdade de expressão passível nas redes sociais não nos oferece plena fidedignidade sobre seus conteúdos e, portanto, o público fica exposto a ideias

---

<sup>53</sup> Destaca-se que algumas imagens desconexas ao objeto de estudo emergiram na coleta de dados (descartadas para a fase de análise pela aplicação dos critérios de exclusão), o que pode pressupor, ainda que parcialmente, uma utilização aleatória das *hashtags*, sem ligação direta às imagens postadas e seus respectivos conteúdos.

disseminadas que podem estar atreladas a ações inconsequentes de alguém que não domine científica, legal e legitimamente os conhecimentos da educação física, fator preocupante pois a área está diretamente ligada à vida e saúde das pessoas, e um posicionamento irresponsável e errôneo pode prejudicá-las em diferentes aspectos. (Vejamos ainda que os próprios profissionais da área estão suscetíveis a erros, uma vez que o processo de formação é contínuo e novas descobertas vão sendo realizadas pelos estudos, muitas vezes desmistificando o que outrora foi dado como certo).

Por outro lado, estes mesmos conteúdos veiculados no Instagram configuram uma forma de conhecimento da sociedade sobre a área, que de certo modo também a legitima quando prolifera suas temáticas. Além do mais, como identificado em nossa pesquisa, há evidências de que profissionais da educação física utilizam o Instagram como estratégia de *marketing* e autopromoção, no qual eles expõem suas qualificações profissionais em busca de um diferencial no mercado de trabalho.

Nesse sentido, os conteúdos veiculados nesta rede teriam também fundamentos científicos, se considerarmos que para além da formação inicial os profissionais se atualizam em demais cursos formativos.

De fato, há uma relação tensional, complexa e paradoxal entre estes dois polos, nos quais a ciência e o senso comum se contrapõem e ao mesmo tempo se completam, se acrescentam. Estas relações inerentes aos novos aspectos e configurações da mídia aqui apontadas, sugerem a emergência de reflexões e pesquisas sobre este fenômeno (que atinge e influencia diretamente a educação física), de repensar posicionamentos e mesmo a forma de tratar o conhecimento e a formação profissional.

Reconhecemos a inviabilidade de esgotar as possibilidades de análise e reflexão sobre o objeto de pesquisa estudado e, tampouco tivemos a presunção de tentá-lo. De tal modo, esta pesquisa apresenta algumas limitações. Levando-se em conta nossa escolha metodológica possível, como a delimitação das *hashtags*, os resultados aqui obtidos não podem ser generalizados, assim, também as análises não são imutáveis e absolutas.

Ressaltamos ainda que os resultados deste estudo foram baseados somente na análise das imagens, desconsiderando as legendas e *hashtags* utilizadas no corpo dos textos das mesmas, a quantidade de curtidas e teor de comentários dos usuários, uma possibilidade que poderia enriquecer e dar densidade às discussões e ampliar as análises, mas que não foi objetivada para este momento.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Mariana Mendes de; SILVA, Angelita Cristina; CARNEIRO-JÚNIOR, Miguel Araujo. Nível de conhecimento e ocorrência do uso de anabolizantes entre praticantes de musculação. **Revista Científica Fagoc Saúde** - Volume 1, p.37-40 – 2016.

ALVES, Wanessa Pereira; CAETANO, Marcia Mariano Raduan. O marketing pessoal da geração fitness: como as academias crescem por meio da mídia espontânea das postagens no Instagram. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. In: **Anais...** Campo Grande - MS – 4 a 6/6/2015, 13 p.

ALVEZ-MAZZOTTI, Alda Judith. **Representações sociais: aspectos teóricos e aplicações à educação.** Revista Múltiplas Leituras, v.1, n. 1, p. 18-43, jan. / jun. 2008.

ARAÚJO, Christiana Cirne Lima de. **Gabriela Pugliese e o fenômeno *fitness* no Instagram.** Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, Porto Alegre, BR-RS, 2015.

ARAÚJO, Allyson Carvalho de. **Copa do mundo 2014: debate sobre mídia e cultura** [Recurso eletrônico] organizador Allyson Carvalho de Araújo. – Natal, RN: EDUFRN, 2016.

ARAÚJO et al. **Diálogo entre educação física e comunicação: compartilhando saberes e práticas.** / organizadores: Allyson Carvalho de Araújo... [et.al.]. – Natal, RN: EDUFRN, 2016.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977.

BATISTA, Giulianne; RODRIGUES, Rafael. A Construção de Identidade na “Geração Fitness” do Instagram: a representação do eu e do corpo no ciberespaço. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. In: **Anais...** Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014, 15p.

BERTOLDI, Camila dos Santos. **Consumidor seguidor: um estudo sobre publicidade no *site* de rede social Instagram.** Trabalho de conclusão de curso (Graduação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Departamento de Sociologia, Curso de Ciências Sociais. Pelotas, .2015

BOFF, Sérgio Roberto. Efeitos colaterais dos esteróides anabolizantes sintéticos. **Rev. bras. ciênc. mov;** vol.16. n.1. p.23-127, jan.-mar. 2008.

BORGES, Carlise Nascimento; BUENO, Murilo Gabriel Berardo; LIMA, Talita Maria Carvalho de. Consumo, estética e saúde feminina nas páginas e discursos da revista Boa Forma. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. **Anais...** Campo Grande – MS, – 7 a 9 de junho de 2012.

BOSSLE, Cibele Biehl. **“Personal trainer & CIA”**: noções de *marketing* na literatura sobre treinamento personalizado. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências do Movimento Humano, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009, 92f.

CAMPOS, Ricardo. **Juventude e visualidade no mundo contemporâneo**: Uma reflexão em torno da imagem nas culturas juvenis. *Sociologia, problemas e práticas*, n.º 63, 2010, pp. 113-137.

CARDOSO, G.; ARRUDA, A. **As representações sociais da soropositividade entre as mulheres e a adesão ao tratamento**. *Cad. Saúde Colet*, v.11, n.2, p.183-99, 2003.

CASTRO, Rodrigo. **Instagram**: produção de imagens, cultura mobile e seus possíveis reflexos nas práticas educativas / Rodrigo Castro. Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal de Pelotas, 2014, 155 f.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**: para uso dos estudantes universitários. 4. Ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

FERRO, L. **Ao Encontro da Sociologia Visual**. *Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, n.15, p. 373-398, 2005.

FONTANELLA, Bruno José Barcellos; RICAS, Janete; TURATO, Egberto Ribeiro. **Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde**: contribuições teóricas. *Cad. Saúde Pública*, Rio de Janeiro, 24(1): 17-27, jan, 2008.

FRAGA, Alex Branco. Anatomias emergentes e o bug muscular: pedagogias emergentes do corpo no limiar do século XXI. In: SOARES, Carmen Lúcia. *Corpo e história*/Carmen Lúcia Soares (organizadora). – Campinas, SP: Autores Associados. 2006 – 3 ed. – (Coleção educação contemporânea).

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

HALLIWELL, Emma; MALSON, Helen; TISCHNER, Irmgard. **Are Contemporary Media Images Which Seem to Display Women as Sexually Empowered Actually Harmful to Women?** *Psychology of Women Quarterly* 35(1) 38-45, 2011.

HINERASKY, Daniela Aline. O Instagram Como Plataforma De Negócio De Moda: dos “*itbloggers*” às “*it-marcas*”. COMUNICON -Congresso Internacional em Comunicação e Consumo. **Anais...** São Paulo, 8 a 10 de outubro 2014.

HOCHMAN, N.; SCHWARTZ, R. Visualizing Instagram: tracing cultural visual rhythms. In: INTERNACIONAL AAAI CONFERENCE ON WEBLOGS AND SOCIAL MEDIA, 6, 2012, Dublin. **Proceedings...** Menlo Park: AAAI Press, 2012. p. 6-9.

HOSCHMAN, Nadav; MANOVICH, Lev. **Zooming into an Instagram City**: Reading the local through social media. *First Monday*, [S.l.], jun. 2013. Disponível em: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4711/3698>. Acesso em: 15 jun.

2016.

HU, Yuheng; MANIKONDA, Lydia; KAMBHAMPATI, Subbarao. What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. In: EIGHTH INTERNACIONAL AAAI CONFERENCE ON WEBLOGS AND SOCIAL MEDIA, 2014, Ann Arbor. **Proceedings...** Menlo Park: AAAI Press, 2014, p.596-598.

INSTAGRAM. **Termos de uso.** Central de ajuda do Instagram, Privacidade e Central de segurança. Esses Termos de uso estão em vigor a partir de 19 de janeiro de 2013. Disponível em: <https://help.instagram.com/478745558852511#>. Acesso em: de junho de 2016.

IRIART, Jorge Alberto Bernstein; CHAVES, José Carlos; ORLEANS, Roberto Ghignone de. **Culto ao corpo e o uso de anabolizantes entre praticantes de musculação.** Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, 25(4):773-782, abr, 2009.

JACOB, Helena. **Redes sociais, mulheres e corpo:** um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. Revista Comunicare – Dossiê Feminismo, Volume 14 – Nº 1 – 1º Semestre de 2014.

JODELET, D. La representación social: fenómenos, concepto y teoría. **In:** MOSCOVICI, S. (Ed.), Pensamiento y vida social: Vol. 2. Psicología Social, Barcelona, España: Paidós, 1986, p. 469-494.

JODELET, D. Représentation sociale: phénomène, concept et théorie. **In:** MOSCOVICI, S. (dir.). Psychologie sociale. Paris: Presses Universitaires de France, 1990 (2ª ed.).

KEEN, A. **Vertigem digital:** por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando? Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

KOZINETS, R. V. **Netnografia:** realizando pesquisa etnográfica online. São Paulo: Penso Editora, 2014.

LEMOS, A. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.

LEMOS, André. **Cultura da mobilidade.** Revista FAMECOS: mídia cultura e tecnologia, Porto Alegre, v.1, nº 40, p.28-35, 2009.

MARTINS, J. S. **Sociologia da Fotografia e da Imagem.** São Paulo: Editora Contexto, 2008.

MENDES, D. S.; SILVA, A. F.; SOUZA, C. M.; SOUSA, G. R. PRADO, M. C.; MORAIS, R. A. R.; BARBOSA, T. G. **A campanha #foraricardoteixeira no Twitter: interações sociais e debate público a respeito do esporte.** Rev. Bras. Ciênc. Esporte, Florianópolis, v. 35, n. 4, p. 929-946, out. /dez. 2013.

MIRANDA, Lyana Thédiga de. Mídia-Educação Física em tempos de megaeventos esportivos: práticas reflexivas no contexto da cultura digital. **In:** ARAÚJO et al.

Diálogo entre educação física e comunicação: compartilhando saberes e práticas. / organizadores Allyson Carvalho de Araújo... [et.al.]. – Natal, RN : EDUFERN, 2016.

MONTE, Irina Coelho; RIBEIRO, Fiama Cutrin de Oliveira. **A construção midiática das celebridades no Instagram:** o contrato de comunicação estabelecido por Neymar durante a copa do mundo de 2014. Revista e-com, v. 8, n. 1, 2015.

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise** (A. Cabral, Trad.). Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 1978.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de; FERNANDES, Cíntia SanMartin; SILVA, Simone Bueno da. **A construção do corpo feminino na mídia semanal.** Comunicação, mídia e consumo são paulo vol.6 n.17 p.11-36 nov.2009

OLIVEIRA, Vivian de. **Além das hashtags:** a análise de imagens postadas no Instagram® e as diferenças relacionadas ao sexo / Vivian de Oliveira. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro, 2016 78 f.

PAULINO, Venancio, Daniel; NÓBREGA, Antonio Claudio Lucas da ; TUKIF, Sérgio; MELLO, Marco Tulio de. Avaliação descritiva sobre o uso de esteroides anabolizantes e seu efeito sobre as variáveis bioquímicas e neuroendócrinas em indivíduos que praticam exercício resistido. **Revista Brasileira de Medicina do Esporte.** Sociedade Brasileira de Medicina do Exercício e do Esporte, v. 16, n. 3, p. 191-195, 2010. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1517-86922010000300007>.

PEARL, R. L.; DOVIDIO, J. F.; PUHL, R. M. **Visual portrayals of obesity in health media:** promoting exercise without perpetuating weight bias. Health Education Research, Vol.30 no.4, Pages 580–590, 2015.

REBUSTINI, Flávio. MACHADO, Afonso Antonio. **Análise cross-cultural da repercussão do Twitter no esporte.** Estudos em Jornalismo e Mídia Vol. 12 Nº 2 Julho a Dezembro de 2015.

RECUERO, R. C. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIVERA et al. **Atividade Física, Horas de Assistência à TV e Composição Corporal em Crianças e Adolescentes.** Arq Bras Cardiol, v. 95, n.2, p. 159-165, 2010.

RODRIGUES, Francisco Xavier Freire; FONSECA, Christiany Regina; VASCONCELOS, Olímpio Parreira; RODRIGUES, Francisca Janaina Freire. Possíveis impactos e legados da Copa do Mundo 2014 no futebol profissional: o caso de Mato Grosso. **In:** ARAÚJO, Allyson Carvalho de. **Copa do mundo 2014:** debate sobre mídia e cultura [Recurso eletrônico] organizador Allyson Carvalho de Araújo. – Natal, RN: EDUFERN, 2016.

ROZENDO, Suzana.; MONTIPÓ, Criselli. **Boas histórias que o jornalismo quase deixou de contar:** as redes sociais como pauta para a produção jornalística. Mídia e Cotidiano Artigos Seção Livre. Número 4, p.88-104, Junho 2014.

SÁ, Celso Pereira de. **A construção do objeto de pesquisa em representações sociais**. Celso Pereira de Sá. – Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

SABINO, Cesar; LUZ, Madel T. Forma da dor e dor da forma: significado e função da dor física entre praticantes de bodybuilding em academias de musculação do Rio de Janeiro. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, vol. 24, n.2, p.467-490, 2014.

SALDANHA, Felipe Roberto Mayer Soares Rodrigues. **Frango com batata doce: uma análise sobre a construção da identidade fitness no Instagram**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) - Universidade de Brasília. Brasília, Faculdade de Comunicação, Curso de Comunicação Organizacional, DF, 2014.

SANTAELLA, Lúcia. **A aprendizagem ubíqua substitui a educação formal?** Revista de Computação e Tecnologia da PUC-SP — Departamento de Computação/FCET/PUC-SP, São Paulo, v.3, n.1, p.17-22, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulos, 2003.

SEREM JUNIOR, Vanderley Costa. **Corpo e cultura: culto ao corpo vigorexia**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação). Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” Instituto de Biociências, Curso de Educação Física - Câmpus de Rio Claro. Rio Claro: [s.n.], 2012, 58 f.

SIBILIA, Paula. Os corpos visíveis na contemporaneidade: da purificação midiática à explicitação artística. **In: BRASIL, André; MORETTIN, Eduardo; LISSOVSKY, Maurício (Org.). Visualidades hoje**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2013. 329 p.

SOUZA, Márcia Rebeca Rocha de.; OLIVEIRA, Jeane Freitas de.; NASCIMENTO, Enilda Rosenda do.; CARVALHO, Evanilson Souza de Santana. **Droga de corpo! Imagens e representações do corpo feminino em revistas brasileiras**. Rev Gaúcha Enferm. 34(2): p.62-69, 2013.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo, Atlas, 1987. 175p.



# CAPÍTULO 5

---

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou investigar a educação física a partir de produções e reproduções midiáticas, em busca de compreender como a profissão e os conteúdos inerentes ao campo tem se conformado nas redes sociais, mas também como a área tem direcionado suas pesquisas para esta temática de grande relevância social e educacional na atualidade.

De fato, a cibercultura tem impacto no contexto educacional e profissional da educação física em diferentes direções, seja pela necessidade de atualização e formação tecnológica do professorado, pela gama de informações e conhecimentos imediatos que os alunos levam de sua cultura primeira<sup>54</sup> para a sala de aula, ou pelos conteúdos e representações emergentes num universo virtual, tecnológico, mutante e multifacetado.

As principais evidências encontradas apontam uma realidade de poucas investigações científicas internacionalmente indexadas que tratam a educação física de forma conexa às mídias sociais, inclusive sobre o Instagram.

Em contrapartida, nota-se uma intensificação na disseminação de conteúdos e questões inerentes à educação física nesta mídia, demarcada pela existência de uma representação social da área, uma forma de conhecimento produzido socialmente como uma espécie de “teoria” do senso comum e fortemente difundida no Instagram pelo seu público utilizador.

Há, portanto, a existência de uma discussão sobre a educação física que movimenta as redes sociais e que ocorre paralelamente aos conhecimentos do âmbito acadêmico-científico, tratados sobretudo nas instituições de ensino e nas mídias tradicionais. Esta dupla e peculiar realidade mantém uma relação de tensão entre ciência e senso comum, que reitera a necessidade de reflexão contínua e ressignificação da profissão e da formação dos sujeitos em educação física, e faz ainda cogitar a forma com que a área tem lidado com essas novas configurações, que vem se instalando nas redes sociais.

---

<sup>54</sup> Termo utilizado por Georges Snyders (1988).

Irrefutavelmente, a realidade posta nas redes, guiadas pelo “movimento *fitness*” nem sempre se faz coerente, correta, adequada e orientada, e faz correr o risco de uma certa deslegitimação da atuação do profissional da educação física.

Mas como negar essa forma de conhecimento e propagação dos conteúdos da área, que informa também aqueles que não têm a oportunidade de ter acesso a orientações profissionais? Como negligenciar por completo um conhecimento que pode auxiliar professores escolares que não foram preparados para a tecnologia, ou que ainda, por condições de vida e trabalho, não conseguem ter acesso a uma formação continuada que subsidie suas necessidades de renovação formativa, e os auxiliem no processo de aproximação aos objetos de interesse dos alunos, nos quais eles se identificam?

Quando se trata do campo científico, o termo “senso comum” ganha quase que inevitavelmente uma denotação ruim, inconsistente, como o oposto do que é bom e coerente, a ciência.

Contudo, estes conhecimentos socialmente teorizados e difundidos nas redes sociais conseguem chegar à comunidade, com rapidez e facilidade. Enquanto as descobertas científicas e as discussões realizadas no âmbito da academia têm um retorno social relativamente baixo, nem sempre ecoam na sociedade da forma como poderiam/deveriam e se tornam ricos fragmentos de discussões estacionados nos currículos lattes.

Não sabemos qual é a solução. Mas de fato, percebemos que esta realidade identificada em nossa pesquisa gera um mal-estar profissional que demanda cautela e abre caminhos para futuros estudos, que também anseiem desvelar as entranhas profissionais da educação física na contemporaneidade.

No mais, foi um grande desafio encarar a empreitada de realizar um estudo sob uma nova ótica num espaço de fluidez como as redes sociais. Ainda mais se tratando do Instagram, um campo ainda novo nas pesquisas em educação física.

Enfrentamos algumas limitações para a realização dessa pesquisa, como a dificuldade em encontrar trajetos e meios que dessem conta de responder aos nossos objetivos, sobretudo na ausência de um ponto de referência metodológico antecedente sobre a temática. Foram grandes os esforços para atender nossa proposta inicial, e reforçamos que demais trajetórias podem e precisam ser exploradas para que demais pesquisas similares sejam realizadas.

Em especial sobre o Instagram, reiteramos a relevância do presente estudo como parte estreante da educação física a se debruçar sobre a temática desta mídia social

contemporânea e recheada de conteúdos que demonstram o envolvimento e uma representação social sobre múltiplos aspectos, sobre os quais diversos olhares podem ser lançados em pesquisas futuras. Ainda vale destacar que mesmo diante das limitações e dificuldades encontradas, atingimos os objetivos propostos, bem como acreditamos que devido ao seu ineditismo e dados e análises apresentadas, esse estudo pode se configurar como uma referência para os novos estudos e pesquisas que tratem da temática nele desenvolvida.