

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC**

**CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA BACHARELADO**

**FERNANDA PATRICIO TEIXEIRA**

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM CORPORAL DE  
FREQUENTADORES DE UMA ACADEMIA DE MUSCULAÇÃO DA CIDADE DE  
IÇARA, SC.**

**CRICIUMA**

**2014**

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM CORPORAL DE  
FREQUENTADORES DE UMA ACADEMIA DE MUSCULAÇÃO DA CIDADE DE  
IÇARA, SC.**

**Fernanda Patrício Teixeira**

**RESUMO**

A presente pesquisa tem como objetivo principal verificar a influência da mídia na construção da imagem corporal de homens e mulheres praticantes de musculação. A pesquisa tem característica descritiva, tendo como instrumento de coleta de dados um questionário semiestruturado que foi aplicado com 33 indivíduos praticantes de musculação de uma academia da cidade de Içara. Na seguinte pesquisa foi possível verificar que 70% dos entrevistados sofrem influências da mídia na construção da imagem corporal, e 30% constatou não sofrer influência.

**Palavras-chave:** Imagem corporal. Mídia. Influência.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente estudo surgiu a partir da necessidade de investigar a influência da mídia na construção da imagem corporal de frequentadores de uma academia de musculação da cidade de Içara. Esta pesquisa busca verificar como a mídia interfere na construção da imagem corporal e quais são os principais meios de comunicação utilizados.

Etimologicamente, a palavra mídia origina-se do latim *media*, plural de *médium*, que significa meio. Inevitavelmente associada à comunicação, “a mídia refere-se aos meios de comunicação, no sentido de comunicação humana mediada por algum aparato”(GONZÁLEZ, FENSTERSEIFER, 2008, apud PATRICIO, 2012, p. 16). Encontramos um pequeno número de pessoas produzindo informações para um grande número de pessoas, e esta é a dinâmica da comunicação de massas.

Esta trata-se de um forte elemento mediador entre a sociedade e as pessoas, e com o seu fácil acesso - que acontece através dos meios de comunicação, como a televisão, rádio, jornais e revistas - consegue produzir conceitos com relação a valores sociais e estilo de vida interferindo no consumo de produtos, na forma de vestir, agir, na escolha das atividades físicas, na alimentação., etc, levando, assim, informações que auxiliam na construção da subjetividade humana, entre eles os padrões corporais ideais.

Para MARTINS (2008, p. 95) ”Atualmente, a sociedade tem sido caracterizada, por uma cultura que elege o corpo como uma fonte de identidade. Por meio da mídia, que veicula propagandas com imagens de corpos ideais [...]”.

Nesta mesma linha de pensamento Betti (2003, p.12) afirma:

A importância da mídia no mundo atual é evidente, e sua influência desdobra-se também no âmbito da cultura corporal de movimento, ditando entendimentos sobre as diversas práticas corporais, reproduzindo-as, mas também as transformando e constituindo novos modos de consumo.

Com a facilidade de acesso à informações, os recursos midiáticos tornam-se expressões significantes para o mundo moderno. Chegam aos lares com atrativos compostos por informações rápidas aliadas ao som, imagens e efeitos especiais, seduzindo todas as faixas etárias, preparadas ou não para receber as mensagens que apelam para o consumo de produtos.

Segundo Blowers LC (2003) citado por Darmasceno VO (2005, p. 181)“a mídia, a família e os amigos condicionam os indivíduos a se exercitar, a cuidar de seus corpos,

direcionando-os a desejos, hábitos, cuidados e descontentamentos com a aparência visual do corpo”.

Devido a crescente expansão de informações geradas pela mídia e sua relação com aspectos relacionados à saúde, exercício físico e a preocupação com a estética corporal, levantamos o seguinte problema de pesquisa: Qual a influência da mídia na construção da imagem corporal de praticantes de musculação em uma academia no município de Içara/SC?

A Pesquisa tem como **objetivo geral** verificar a influência da mídia na construção da imagem corporal de homens e mulheres praticantes de musculação. A partir o objetivo geral, os **objetivos específicos** concentram-se em:

- a) Verificar quais os tipos de mídia mais utilizados pelos entrevistados;
- b) Investigar se a mídia teve alguma influência na decisão de iniciar a prática de exercícios físicos em uma academia;
- c) Constatar quais os objetivos esperados pelos indivíduos nesta prática;
- d) Compreender quais as principais influências da mídia na busca por seus objetivos na prática da musculação.

## 2 MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva, na medida em que busca observar, analisar, descrever, classificar, comparar e correlacionar fatos ou fenômenos existentes sem manipulá-los com objetivo de esclarecer situações para idealizar futuros planos e decisões (CERVO; BERVIAN, 2002).

A população estudada é composta por alunos da academia Studio Elite, que oferece musculação para ambos os sexos, por isso escolhida como o local de pesquisa.

Inicialmente foi feito contato com o proprietário do estabelecimento. Após sua autorização, a data para a realização das entrevistas foi agendada. Foram entrevistados 33 alunos - 14 alunos do sexo masculino e 19 alunos do sexo feminino - no período vespertino e noturno de funcionamento da academia - horários com maior fluxo de pessoas - . , Ressalta-se que os participantes da pesquisa foram escolhidos aleatoriamente e participaram de forma voluntária.

O instrumento de coleta de dados consistiu em um questionário com 14 perguntas elaborado pela acadêmica e validado por três professores do curso de Educação Física da Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC).

De posse dos resultados da entrevista a pesquisadora procurou definir categorias e posteriormente tabular os dados por meio da planilha eletrônica do programa Microsoft Office Excel 2007. A partir da planilha, foram calculados os percentuais de respostas para as questões constadas na entrevista, e posterior construção das tabelas e graficos, descrição e análise dos dados em relação aos objetivos do trabalho.

### 3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A seguir, observa-se o gráfico que indica os meios de comunicação utilizados pelos participantes da pesquisa:

Gráfico 1: Meios de comunicação utilizados pelos participantes



Fonte: Do autor

A partir do gráfico, podem-se observar que a mídia eletrônica é o meio de comunicação mais utilizado para buscar informações. Entre elas, a busca pela internet supera a da televisão. Verifica-se uma mudança de paradigma: há décadas, a televisão era exorbitantemente o meio de comunicação de massa mais utilizado. Atualmente, perdeu esta condição para a internet.

Pode-se analisar que a mídia eletrônica está sendo o meio de comunicação mais utilizado para buscar informações. Considerando que 86% dos entrevistados encontram-se na faixa etária de 15 a 36 anos e que possuem curso superior (55%) ou cursando (21%), verifica-

se que se trata de um grupo de jovens praticantes de musculação, por isso com condições econômicas de frequentar uma academia e com acesso à televisão e internet.

Pode-se supor também que, por se tratar de um grupo de jovens adultos, o acesso e a facilidade de interagir com a tecnologia, faz com que a internet seja o meio de comunicação mais utilizado.

Entre os conteúdos citados como de maior interesse pelos entrevistados, os que mais se destacaram foram os relacionados à cultura corporal (48%). Sendo que o assunto que desperta mais consultas é a estética com 27%, seguido de esporte e saúde com 21%. Estes interesses podem ter uma relação direta com a busca da prática de musculação, a preocupação com a saúde e a estética padronizada pela mídia.

Entre os programas que os entrevistados assistem com maior frequência, estão citados programas como novelas, Pânico na Band, Bem Estar, Encontro com Fátima, Fantástico, Esporte TV, Malhação, que totalizam 56%. Estes são caracterizados como programas de entretenimento, em que alguns deles produzem informações rápidas sobre várias temáticas, incluindo esporte, saúde e estética. Apoiam-se em informações técnicas para divulgar os produtos a serem consumidos. Outros se utilizam de imagens e enredos para idealizarem um padrão corporal e comportamental, tendo grande influência sobre o público. Programas diversos como seriados, canal combate e filmes totalizaram 44%. Entre as revistas mais acessadas entre os entrevistados, destaca-se, com 39%, as revistas Boa Forma, Caras, Atrevida, Toda Teen, Corpo a Corpo, Mens Heart, Corpore. Estas são revistas que vendem claramente o padrão estético de corpo, de vestuário, e de estilo de vida, além de indicarem referenciais para a saúde, alimentação e prática de atividades físicas. Segundo Damico, (2007, p. 3):

[...] vivemos um tempo em que meios de comunicação de massa, como revistas, jornais e programas de televisão, produzem e veiculam toda uma discursividade sobre e para o corpo, contemplando, dentre outras coisas, modos de vestir, comer, exercitar-se, maquiar-se ou divertir-se. Todas essas práticas corporais constituem um conjunto de relações de saber-poder que produzem nossas múltiplas formas de ser e de estar no mundo.

O gráfico seguinte apresenta dados sobre a influência da mídia sobre a escolha de iniciar a prática de atividades físicas.

Gráfico 2: influência da Mídia sobre a escolha dos participantes na prática de atividades físicas:



Fonte: Do autor

Pode-se analisar que a mídia tem grande influência nos praticantes iniciantes de exercício físico. Entre os entrevistados, 70% disseram terem sido influenciados pela mídia e apenas 30% disseram não terem obtido nenhuma influência.

A mídia é certamente um elemento de interferência no aspecto psicológico dos indivíduos. São vendidos, maciçamente, padrões de saúde, qualidade de vida e bem-estar em todos os meios de comunicação. Esta é a principal impulsionadora do corpo sadio e belo como objetivo de desejo, inserido em um estilo de vida saudável (SABA, 2001. p.69).

Pode-se ligar este caso ao fato de os entrevistados mostrarem ter um contato freqüente com revistas de estéticas e programas de televisão que tem grande influência sobre a população.

SILVA (2012, p. 25) aponta que:

Os meios de comunicação de massa, ou seja, a mídia está cada vez mais expondo corpos como padrões de beleza, essa imagem está tão enfatizada que passou a ter um valor cultural, fazendo com que o indivíduo acredite que para ser aceito na sociedade tem que estar dentro dos padrões estabelecidos, caso contrário será automaticamente excluído pelo sistema.

Pode-se supor que a internet é o meio de comunicação que mais influencia os entrevistados na busca de seus padrões estéticos desejados, sendo que 28 pessoas de um total de 33 constataram buscar na internet informações relacionadas à atividade física, exercício físico, saúde e estética. Apesar de a televisão e a internet serem instrumentos diferentes, estes utilizam a mesma lógica para produção e divulgação de ideias. Fazem parte de um envolvimento maior que é a indústria cultural.

A indústria cultural se apresenta como um instrumento de grande poder, onde através da sua influência na formação de nossa identidade, acaba por alterar e enfraquecer a nossa autonomia, através de um processo de alienação. Existem

diversos veículos desta poderosa indústria, entre os quais os mais utilizados atualmente são a televisão e a internet. Estes recursos da mídia são bem utilizados para adquirir a atenção de todos, para dominar as mentes e passar o que é o “melhor”, o ter e o ser um corpo idealizado. (PEREIRA, 2010, p. 1).

Uma das características da sociedade contemporânea é a grande importância que se dá para a imagem corporal, isso vem crescendo cada vez mais, com a ajuda dos meios de comunicação. As pessoas buscam diversos meios como atividade física, dietas, tratamentos estéticos, cirurgias, para chegar ao corpo ideal. .

A partir da pesquisa constatamos a enorme insatisfação que as pessoas têm com os seus corpos. Constatamos que 98% das pessoas se sentem insatisfeitas com alguma parte do seu corpo. Entre elas, as que mais se destacaram como de maior insatisfação é o abdômen com 50% para ambos os sexos, seguido de glúteos e pernas para as mulheres (24% das entrevistadas) e braços para os homens (19% dos entrevistados).

Esta divisão de interesses entre os gêneros é visivelmente observada: as mulheres procuram as atividades mais animadas, como as aulas de danças, *step*, *jump*, e com o objetivo da melhora de performance nos membros inferiores. Já os homens, preferem as atividades que envolvem o estímulo de força muscular, como atividades de musculação, lutas, e com o foco maior nos membros superiores (PATRICIO, 2012).

No universo das academias, o culto do corpo gera uma busca incansável trilhada por meio de uma árdua rotina de exercícios, dietas, produtos de beleza, através dos quais se pretende superar os próprios limites em nome de contornos corporais concebidos como padrões ideais impostos pela mídia. Cada qual com os seus objetivos, eles não poupam esforços para alcançá-los, eles utilizam vários recursos, um exemplo são os anabolizantes, que antes eram restritos apenas para atletas, e hoje se popularizou entre os jovens não atletas, e passou a ser utilizado para fins estéticos (IRIART et al, 2009).

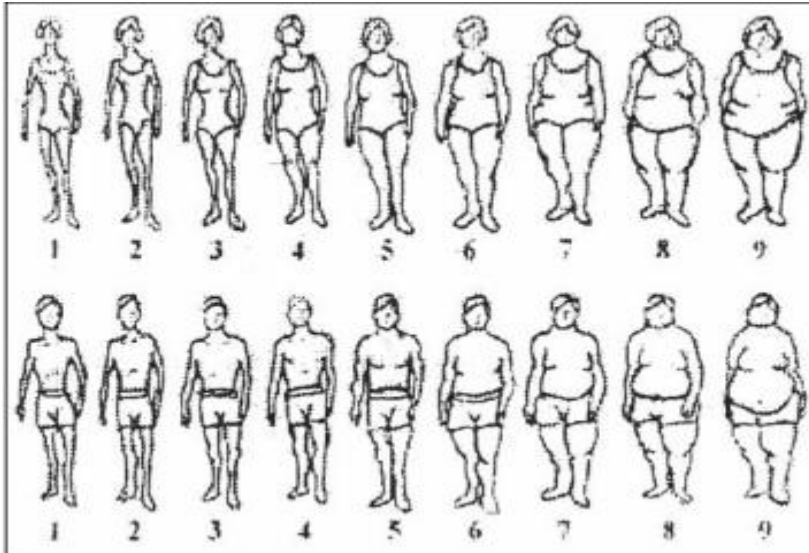
Questionados sobre quais os motivos que levavam os entrevistados a permanecerem nas academias, os mais citados foram para se manter em forma e conseguir o corpo belo (42%), seguindo de saúde (26%), prazer a prática de exercícios físicos (18%), gosta dos serviços prestados pela academia (11%) e outros (3%). Isto reforça a ideia da busca de padrões estéticos definidos pela mídia, uma vez que a maioria dos entrevistados prioriza a estética corporal na prática de musculação.

Todos nós sabemos que a grande procura de pessoas, por academia, deve-se, majoritariamente, a estética, e conseqüentemente, acompanhando o modismo do corpo esbelto [...] (CONTURSI, 1986 apud NOVAES, 2001, p. 19).



Apresentamos aos entrevistados na figura abaixo o conjunto de silhuetas de Stunkard et al (1983):

Figura 1: Padrões de silhuetas



Fonte: Stunkard et al, (1983)

Quando questionados sobre qual das silhuetas se identificavam atualmente, 52% das respostas ficaram divididas entre as de número 5 e 6., tanto para os homens quanto entre as mulheres. São imagens que representam um padrão estético diferente do que a mídia vende e apresenta como ideal. Representam um corpo com excesso de gordura localizada no abdômen, perna e braços. Sobre quais silhuetas gostariam de ter, as opções mais escolhidas foram as de número 3 e 4, totalizando 67%. As figuras mais indicadas mostram silhuetas que se identificam mais com o padrão estético estabelecido pela mídia.

Um corpo perfeito bem definido consagra e representa a vitória, o domínio e autoestima o que proporciona confiança e controle de si. A gordura, a flacidez, o sedentarismo simboliza indisciplina um descaso diante de algo tão valioso. Assim se afirma que as pessoas se culpam pelo fracasso do próprio corpo quando o mesmo não se encontra em nível do que é apresentado e imposto pela sociedade. (GARRINI, 2007).

Podemos constatar que grande parte dos entrevistados encontra-se insatisfeito com a situação atual de seus corpos. O padrão estético estabelecido pela mídia é difícil de ser alcançado. Por isso verificamos a grande quantidade de produtos, serviços e técnicas vendidos para obtê-los com maior facilidade.

Questionamos se os entrevistados achavam possível alcançar o padrão corporal que a mídia divulga. As respostas ficaram divididas: 55% dos entrevistados não acreditam que seja

possível alcançar o corpo vendido pela mídia, por motivos variados, alguns dos motivos citados foram, corpos irrealis (34%) ou conseguidos apenas através de dietas radicais, hormônios, exercícios em excessos, cirurgias, dinheiro e também, no caso de fotografias, com correções possibilitadas pelo uso do *software Photoshop* (45%).

Já 45% dos participantes acreditam que é possível sim, alegando que realizam a pratica de exercícios para alcancarem corpos assim (13% dos entrevistados), e outros afirmam que é possível, mas é necessário muita dedicação, dinheiro e tempo disponível (80% dos entrevistados).

Podemos analisar que mesmo que a maioria das pessoas (55% delas) não acreditem que este corpo que a mídia vende como padrão ideal é um corpo impossível de alcançar apenas com o exercício físico, que é necessários vários outros recursos, como dietas, dinheiro, hormônios e tempo livre, os praticantes de musculação continuam buscando esse corpo ideal divulgado pela mídia através da pratica dos exercícios físicos. Isso fica claro quando eles são questionados sobre seus objetivos, que da grande maioria é a melhora da estética. A insatisfação leva a intervenções drásticas sobre o corpo como cirurgias plásticas, as mais variadas dietas, as diferentes ginásticas cada vez mais especializadas em modelar milimetricamente o corpo humano, além da ingestão de medicamentos e produtos químicos com a mesma finalidade (GRANDO, 2001, p. 123).

Seja de maneira direta ou indireta a mídia realiza seu trabalho de influência e faz com que os indivíduos busquem incansavelmente alcançar esse padrão estético, para se sentirem aceitos pela sociedade.

Pires (2002, p.98) destaca que:

O estranhamento experimentado por aqueles que estão fora dos critérios de normalidade determinados parece reproduzir o isolamento social imposto aos acometidos de doenças infecto-contagiosas e deformantes, nos séculos passados, observa a devida relatividade que tal comparação exige. O “ castigo” para quem nega submeter-se ou é incapaz de alcançar os cânones estéticos –culturais do corpo esbelto da modernidade é um progressivo “sentir-se incomodado” pelos entraves da convivência social que são impostos, tanto explícita quanto subliminarmente.

Tanto aqueles que afirmam não ser possível atingir o padrão corporal quanto aqueles que acreditam nesta possibilidade afirmam que este objetivo depende de muito exercício físico, que implica em disponibilidade de tempo, condições econômicas, controle alimentar e produtos e atividades extras (hormônios, cirurgias, etc). Estas exigências excluem a maioria da população de atingir padrões corporais midiáticos, já que o tempo de trabalho tende a consumir energias e a renda não permite gastos com estas finalidades.

A mídia vende massivamente o corpo ideal para todos, deixando de considerar os estilos de vida, classes sociais, etnias e estereotipo. As pessoas passam a ter obrigações de adaptar-se aos padrões estéticos, caso contrário serão excluídas e culpadas por não possuírem tal padrão. Bourdieu (1997) denuncia que é a estratégia da *culpabilização da vítima*, conforme se referem Quint e Matiello Jr (1999). Esta estratégia transfere para o indivíduo a responsabilidade tanto pela escolha entre estar ou não saudável e em boa forma física, quanto por todas as conseqüências resultantes dessa *opção*.

O exercício físico foi destituído dos sentidos emancipatórios do movimentar humano, e passou a ter seu valor conforme os interesses do mercado, oferecendo a exclusão às pessoas que não conseguirem se aproximar por algum motivo dos padrões ideais (PIRES, 2002).

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esta pesquisa buscou entender melhor a influência da mídia na construção da imagem corporal de frequentadores de em uma academia de musculação da cidade de Içara. Através dos objetivos propostos, podemos concluir que a mídia tem influência na autoimagem corporal nos praticantes de musculação.

Com relação aos objetivos propostos conseguimos perceber que as pessoas entrevistadas buscam se manter informadas através dos meios de comunicação de massa, entre eles, os que mais de destacaram foram a internet e televisão. Destaca-se que a maioria dos entrevistados tem curso superior ou está cursando uma faculdade e possui uma renda que lhe permite frequentar uma academia. Com este perfil, o grupo indica a mídia eletrônica como a principal fonte de informação.

Podemos identificar no estudo a forte influência que a mídia teve na decisão das pessoas a iniciarem a prática de musculação. A maioria da população estudada constatou ter sido influenciada pela mídia, através de revistas, jornais e televisão ou outros aparatos da comunicação. Dentre os assuntos que mais despertam interesse nos entrevistados, destacamos aqueles relacionados à estética, saúde e esporte, temas que envolvem exercícios físicos, alimentação, e padrões corporais. Podemos ligar esse caso ao fato dos programas mais assistidos pelos entrevistados serem programas que também tratam dos respectivos assuntos.

Os dados analisados levam-nos a inferir que a mídia interferiu nos objetivos desejados pelos praticantes de musculação, sendo que a maioria dos indivíduos sente-se insatisfeito com a situação atual de seus corpos. As mulheres encontram-se insatisfeitas com os membros

inferiores, com o excesso de gordura localizado nas pernas, e glúteos. Já para os homens a insatisfação maior é nos membros superiores, com ênfase nos braços e peitoral. O abdômen é a parte do corpo que ambos os sexos sentem-se mais insatisfeitos. Podemos supor que essa insatisfação acontece devido ao fato de seus corpos estarem distantes dos corpos divulgados nas capas de revistas, propagandas, sites e etc.

No estudo averiguamos que a maioria dos entrevistados deseja mudar ao menos alguma parte do seu corpo, por um padrão que se aproxima muito com o que a mídia prega como o corpo ideal. Podemos assim, constatar a influência da mídia da construção da imagem corporal dos indivíduos.

## REFERÊNCIAS

- BARROSSO, Desirée Rodrigues; ALMEIDA, Luciane Infantil da Rosa; KULNING, Alice Medeiros. **Mídia e Construção da Imagem Corporal em Adolescentes do Gênero Feminino**. Vitória, 2012.
- BETTI, M. **Educação Física e Mídia: novos olhares, outras práticas**. São Paulo: Ed. Hucitec, 2003.
- CONTI, Maria Aparecida; BERTOLIN, Maria Natacha; STELA, Verzinhasse Peres. **A mídia e o corpo: o que o jovem tem a dizer?**. São Paulo.
- DAMASCENO, Vinicius Oliveira; PERROUT, Roberto Lima; VIANNA, Jeferson Macedo; NOVAES, Jeferson Silva. Tipo físico ideal e satisfação com a imagem corporal de praticantes de caminhada. **Revista Brasileira medicina do esporte**. Vol. 11, Nº 3
- DAMICO, José Geraldo Soares. O cuidado com o corpo como estratégia de sujeitos generificados. **Revista movimento**. Porto Alegre, v.13, n. 01, jan/abril de 2007 EUGÊNIO, Luana. **ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA ADERÊNCIA DE CLIENTES EM ACADEMIAS DE MUSCULAÇÃO**. Criciúma, 2012. [Trabalho de Conclusão De Curdo de Educação Física, unesc universidade do extremo sul catarinense]. GUARNIERI JC. **Academias de ginástica e as opiniões de praticantes de atividade física**. Rio Claro, 1997. [Trabalho de Conclusão do Curso de Educação Física -Instituto de Biociências -Universidade Estadual Paulista]
- GARRINI, Selma Peleias. **Do Corpo desmedido ao corpo ultramedido. Reflexões sobre o corpo feminino e suas significações na mídia impressa**. In: V congresso nacional de mídia, fascasper e Ciee, São Paulo. 2007.
- GONZÁLEZ, Fernanda Jaime; FENSTERSEIFER, Paulo Evaldo. **Dicionário Crítico de Educação Física**. 2ª edição. Ijuí. Editora Unijuí. 2008. 424 páginas
- IRIART, Jorfe Alberto; CHAVES, José Carlos; ORLEANS, Roberto Ghignose. **Culto ao corpo e uso de anabolizantes entre praticantes de musculação**. BAHIA, 2009.
- MARTINS, Denise da Fonseca; NUNES, mariana F. O.; NORONHA, Ana Paula Porto. Satisfação com a imagem corporal e auto conceito em adolescentes. **Psicologia: Teoria e**

**Prática**, N° 10, 2008. Disponível em:

www3.mackenzie.br/editora/index.php/ptp/article/download/.../28, acesso em: 05 de jun. 2014.

MARINHO A , GUGLIELMO LGA. **Atividade física na academia: objetivos dos alunos e suas implicações**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 10., 1997, Goiânia.

MELLO, C. K. **Estética e Saúde: a construção dos corpos masculino e feminino nas academias**. In Revista Ciências da Saúde. Gênero e Saúde. Florianópolis - UFSC editora. Volume 17 no. 01 Jan/Junho 1998.

NOVAES, J. S. **Estética: o corpo na academia**. Rio de Janeiro: Ed. Shape, 2001.

PATRICIO, Janira Bertan. **A influência da mídia na academia: reflexos no cotidiano de praticantes de exercícios físicos**. Criciúma, 2012,

PEREIRA, Adriano [et al] . A Influência da mídia na vida dos adolescentes: relações entre estética, consumismo e as psicopatologias. **Revista Digital Buenos Aires**, v 15, n 149, Outubro de 2010. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd149/a-influencia-da-midia-na-vida-dos-adolescentes.htm> acesso em: 15 de jun 2014.

PIRES, Giovani De Lorenzi. **Educação Física e o Discurso Midiático – abordagem crítico-emancipatória** . Ijuí. Editora Unijuí. 2002. 336 páginas)

SABA F. **Aderência: a prática do exercício físico em academias**. São Paulo: Manole, 2001.

SERRA, Giane Moliari Amaral; SANTOS, Elizabeth Moreira. **Saúde e mídia na construção da obesidade e do corpo perfeito**. Rio de Janeiro.

SILVA, Adivandra Rodrigues; LINO, Ariane Aparecida. **Culto ao corpo feminino e a influencia da mídia**. Jaragua do Sul, 2012.

TAHARA, Alexandre Klein; SCHWARTZ, Gisele Maria; SILVA, Karina Acerra. Aderência e manutenção da prática de exercícios em academias. **Revista brasileira Ciencia e Movimento Brasília** v. 11 n. 4.

THOMAS, Jerry R; NELSON, Jack K. **Métodos de pesquisa em atividade física**. São Paulo: p 279

VEJA. Feliz na Contemporaneidade: saúde e estética no discurso de VEJA. **Corpoconsciência**. V. 10, n. 1, p.23-38, jan./jun. 2006. Apud MOL, M. C; PIRES, G. L. Feliz na Contemporaneidade: saúde e estética no discurso de VEJA. Disponível em: [www.cbce.org.br/cd/resumos/044.pdf](http://www.cbce.org.br/cd/resumos/044.pdf).