



O Jornalismo de Revista e a representação da Educação Física e das Atividades Físicas no imaginário popular através das Revistas Especializadas ¹

Lúcia Martins SOARES²

Margareth de Oliveira MICHEL³

Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, RS

RESUMO: Este trabalho, a partir da narrativa que se inscreve na mídia contemporânea acerca das atividades físicas e da saúde e sua influência na sociedade através de sua representação no imaginário social, tem como objetivo analisar as informações que são passadas em revistas e investiga a produção do jornalismo de revista na área da educação física e das atividades físicas, analisando como se dá a prática da redação jornalística de forma a permitir a análise da abordagem das práticas esportivas nas matérias das revistas selecionadas, visando discutir como a mídia tem concebido significados para saúde, atividade física e padrões de beleza, por exemplo, estabelecidas no imaginário popular, e as representações sociais, que as pessoas fazem a partir dessas informações, questão fundamental a ambas as áreas: Comunicação e Educação Física. Os principais autores que dão suporte ao referencial teórico são Berlo (1999), Castro (2002), Charaudeau (2006), Chartier (1990), Cury (2005), Jovchelovitch (1998), Medina (1987), Moscovici (2003), Scalzo (2004), Soares (1994), Wagner (2000), entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: Educação Física; Atividades Físicas; Comunicação; Imaginário; Revistas Especializadas.

INTRODUÇÃO

A mídia agenda o que falar acerca da saúde, atividade física e padrões de beleza, através da representação social de determinadas práticas que levam a corpos com padrões determinados (magros, jovens) e trabalhados segundo “manuais”, mesmo em revistas que estão diretamente relacionadas a áreas como a da Educação Física e saúde.

Assim este trabalho tem como objetivo analisar as informações sobre atividade física, hábitos saudáveis, estilo de vida e padrões de beleza veiculados em revistas direcionadas ao público em geral, desvendando a narrativa que se inscreve na mídia contemporânea e sua influência na sociedade através de sua representação no imaginário social, mesmo quando esta narrativa é feita a partir do ponto de vista da saúde e de uma boa forma corporal.

Nos campos do conhecimento ligados às ciências humanas e sociais aplicadas, se reconhece a importância da comunicação tecnologicamente mediada, isto é, pelo uso dos meios de comunicação de massa, na formação de compreensões compartilhadas por meio da cultura, a respeito de diferentes temas da vida cotidiana. Desta forma a mídia tem transformado, também, concepções a respeito da cultura esportiva e tais transformações vêm repercutindo na sociedade como um todo, em especial na Educação Física, campo do conhecimento humano destinado a tratar científica e pedagogicamente as diversas manifestações deste específico recorte da cultura. Disto advêm representações sociais que se estabelecem no imaginário coletivo valorizando atributos físicos pré-determinados.

¹Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo – do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Bacharel em Jornalismo pela UCPEL, Licenciada em Educação Física pela ESEF/UFPEL e Estudante de graduação 5º semestre do Curso de Educação Física Bacharelado da ESEF/UFPEL; email: lulukasoares@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Mestre em Desenvolvimento Social e Mestre em Linguística Aplicada. Professora do Curso de Jornalismo da UCPEL/Pelotas-RS, email: margareth.michel@gmail.com



Por isso, discutir como a mídia tem concebido significados para saúde, atividade física e padrões de beleza, por exemplo, e as representações sociais que as pessoas fazem a partir dessas informações, constituem-se em questão fundamental a ambas as áreas: Comunicação e Educação Física.

Em decorrência da cultura da mídia, há na sociedade contemporânea um aumento no número das mulheres e homens de todas as idades que se submetem a diferentes práticas esportivas para terem lugar dentro do padrão imposto pela sociedade em lugar de se submeterem a cuidados com sua saúde física e mental. Desta forma a mídia tem influenciado e contribuído então, com o surgimento e manutenção de padrões de beleza, alguns absolutamente discutíveis, tanto do ponto de vista do conhecimento quanto da representação social que se estabelece no imaginário coletivo, valorizando atributos pré-determinados, os quais são obtidos – segundo o discurso da mídia, através da prática de atividades físicas.

Contribui para este cenário o poder da mídia em produzir sentidos que são projetados e legitimados dando visibilidade aos fenômenos que contribuem para sua tematização e permanência em destaque, produzindo e reforçando determinadas representações sociais nem sempre benéficas para as pessoas.

Educação Física e a Prática de Atividade Física

Não é de hoje que o corpo é pauta para os meios de comunicação, a forma como ele é representado, na maioria das vezes, tem relação direta com a forma física. A maneira como aparece na mídia evidencia que há um padrão e este deve ser seguido seja por quem for, ignorando as características de cada indivíduo, o seu biótipo. A partir disso, percebe-se que há uma proliferação enorme na mídia impressa de matérias que se dedicam a essa questão, bem como outros assuntos relacionados à mesma temática, porém com outros enfoques.

Um número considerável de matérias referentes à saúde, atividade física, hábitos saudáveis, estilo de vida e padrões de beleza são veiculadas eventualmente para que haja relação com propostas de saúde, no entanto ocorre dessas matérias terem outro teor, parecendo mais relevante a proposta para que os leitores se adequem ao padrão corporal definido e divulgado pelas revistas, não medindo esforços para que isso aconteça. Esse padrão então difundido pela sociedade através da mídia faz com que o corpo perca, de certo modo, sua identidade, já que é através de mecanismos como dietas, atividades físicas, etc., é que se atinge a forma “ideal”. O fato das revistas publicarem matérias ilusórias, vendendo a idéia de inúmeros métodos para que o corpo seja transformado e que na maioria das vezes esse resultado não será atingido parece que alimenta o ego, pois é de conhecimento que muitas mulheres consomem as informações ofertadas pelas revistas e seguem a risca as idéias mirabolantes propostas por elas, se submetendo assim a comportamentos errôneos, arriscando a sua própria saúde.

A Educação Física, entretanto, poderia andar junto ao Jornalismo, criando uma relação mídia-adolescente, mídia homem/mulher, etc., distinguindo o certo do errado em relação à saúde, atividade física, hábitos saudáveis, estilo de vida e padrões de beleza. Para isso é necessário que haja uma discussão mais aprofundada, levando em consideração os aspectos que a mídia teria como vantagem, a exemplo do mercado publicitário e então mostrar como estas informações são benéficas ou maléficas.

Conceituação e contextualização dos termos

Este trabalho tem como objetivo analisar as revistas direcionadas para o público, desde o público adolescente até o adulto, tanto o jovem que pratica esportes, quanto o público em geral. Sabe-se que a mídia agenda tudo que é falado sobre atividades físicas relacionadas à saúde, estilo de vida e padrões de beleza, através da representação social de determinadas práticas que influenciam o imaginário social.

Gonçalves (1997) destaca que somos presença no mundo por meio do corpo, que ao mesmo tempo traz, expressas, as marcas da cultura e a história acumulada de uma sociedade, escondendo e revelando nossa maneira de ser no mundo. Medina (1989) compartilha deste



pensamento e enfatiza que a cultura se apropria do corpo e o usa para o convívio do ser humano em sociedade, na sua relação com os outros e com o mundo, tornando-se concreto na realidade em se constrói.

Do exposto pelos autores entende-se que o corpo humano é concebido socialmente e nele estão inscritos valores, normas e regras de cada sociedade (as sociedades são diferentes entre si, assim como os seres humanos), que elege os atributos que mostram o quê e como deve ser o corpo. Nesta construção social, que resulta de um processo histórico, as concepções de corpo revelam quem é o homem em seu processo social e histórico, assim como as atividades físicas e a educação física são agendadas na mídia.

A origem da Educação Física remonta aos pensadores dos séculos XVII e XVIII, que trouxeram à cena a importância dos cuidados com o corpo e dos exercícios físicos para a formação dos indivíduos, no contexto do surgimento e consolidação da sociedade burguesa. Percebe-se que ao longo do tempo na sociedade ocidental a história da Educação Física sofreu influências tanto das grandes corporações quanto da mídia, ocorrendo diferentes modos de pensar os objetivos, meios, e valores para o desenvolvimento humano, em que cada modo envolve opções valorativas – são escolhidas determinadas concepções de ser humano, sociedade, educação etc. A história da Educação Física constrói diversas concepções e funções do corpo que se mescla com as concepções que a mídia cria e dissemina.

Já na cultura da mídia contemporânea, especialmente na revistas que são direcionadas às práticas esportivas variadas ou mesmo aquelas que só referem a estas práticas em poucos artigos, reportagens ou textos no seu interior, identifica-se a cultura que confunde e entrelaça modelos de estética corporal e o modelo do *fitness*⁴ (saúde/aptidão física).

A mídia e a tematização das práticas esportivas

Castro (2002) coloca que a indústria cultural explora as tendências de comportamento das sociedades e dos diferentes grupos sociais, assim explora também este filão ligado ao *fitness* e aos cuidados com o corpo. Chama a atenção para o fato de que as revistas femininas desde os seus primórdios

[...] trazem dicas de beleza, como cuidados com a pele e o cabelo, sessões de moda e ginástica, num discurso que busca convencer mesclando argumentos estéticos e técnicos: tornar-se bela e atraente e/ou manter uma vida saudável e sentir-se bem (CASTRO, 2002, p. 47).

A autora coloca ainda que por recorrerem a especialistas e profissionais da área, cujo espaço é garantido pelo sucesso que alcançam, as revistas femininas ao trabalharem com a beleza e os cuidados do corpo, vêm se consolidando como espaço privilegiado deste tipo de informação (CASTRO, 2002).

Ao folharmos as revistas, notadamente as femininas, deparamo-nos com verdadeiros manuais de orientação do dia-a-dia da nossa vida, pois nelas encontramos os mais diversos conselhos num trabalho abrangente da cultura de massa. Tais revistas femininas retratam exemplos de padrões de beleza dificilmente atingíveis, onde há grande utilização dos recursos digitais para criar um modelo de beleza difícil de ser copiado, mas que segue servindo como referência para boa parte do público feminino no Brasil e no mundo.

A era da imagem trouxe uma expansão da beleza estética em diversas áreas da atividade humana. Mas, na área da auto-imagem e da imagem do ser humano

⁴ Segundo Böhme (2003), *Fitness ou Total Fitness e PhysicalFitness* são termos ingleses (americanos), os quais são traduzidos para o português como aptidão ou aptidão total e aptidão física, respectivamente. De acordo com Hebbelinck (apud BÖHME, 2003, p.98), “a aptidão total se refere à totalidade biopsicossocial do homem, ao fato de o indivíduo estar apto para todas as suas necessidades do ponto de vista biológico, psicológico e social, levando-o a uma integração adequada no seu meio ambiente; é um resultado da interação das características genéticas com o meio ambiente. Está relacionada diretamente com o fenótipo do indivíduo.”



diante do outro, provocou um estrago no inconsciente, fazendo com que grande parte das pessoas perdesse o senso da magia, da suavidade, da leveza do ser, do encanto pela vida, afetando drasticamente a saúde emocional e as relações sociais (CURY, 2005, p. 18).

O narcisismo e o hedonismo, característicos da sociedade de consumo são debatidos sempre que refletimos sobre o corpo nas perspectivas das ciências sociais. A discussão sobre o narcisismo tem o seu fundamento teórico. Para Lasch (1987), mencionado por Castro (2002), o consumismo é a principal válvula de escape do indivíduo narcisista, que pela aquisição de mercadorias manipula impressões, adotando seu desempenho individual, moldando o eu como mais uma mercadoria disponível para o consumo no mercado aberto. Novamente há um afastamento entre atividade física e saúde e uma aproximação com o consumo e a estética.

A expansão do esporte impõe um modelo de corpo esguio e esbelto que possa responder a exigências de leveza e dinamismo que este requer. Ao mesmo tempo a urbanização e a proliferação de espaços públicos como os locais de consumo e lazer levam as pessoas, principalmente mulheres, a cuidarem mais de sua apresentação.

A idéia do corpo ideal passa por transformações de acordo com o passar do tempo e de acordo com as culturas. Assim, corpos avantajados já foram tidos como o padrão a seguir. O conceito de beleza está ligado à idéia de corpo e da mesma forma vem se modificando ao longo dos anos. Santanna (1995) nos conta que até o começo do século 20 era recomendado pelos manuais femininos enriquecer, conservar e restaurar a natureza, mas sem ousar uma mudança profunda e irrevogável das linhas, das cores e dos volumes corporais.

Após a segunda guerra mundial, a explosão publicitária ocasionou uma modificação no comportamento dos indivíduos, em virtude da propagação de hábitos ligados aos cuidados com o corpo e as práticas de esportes, belezas e hígienes recomendados por médicos e moralistas desde o início do século.

Nos anos 80 a corporeidade ganha destaque, como nunca antes havia ocorrido na história, tanto em termos de visibilidade como no espaço na vida social. A prática de atividades físicas são mais regulares e se tornam cotidianas, fazendo com que as academias cresçam de forma expressiva nos centros urbanos. A então denominada geração saúde levanta as bandeiras da luta contra as drogas, da ecologia, do naturalismo e do chamado sexo seguro, contrapondo o padrão de comportamento que seus pais tinham.

A proliferação de academias, cirurgias plásticas e cosméticos são reflexos da enorme relação que há entre a dimensão estética e a imagem pessoal, em se tratando do cuidado com o corpo. Antigamente mostrar o corpo não era comum. A partir dos anos 80 a imagem social do corpo, associada diretamente com as tendências da moda, é tratada com maior enfoque, sendo considerado o espelho de uma época. Prost (1992), citado por Castro (2002) diz que no século XX, o desnudamento e a flexibilidade se tornaram cada vez maiores e o cuidado com o corpo é necessário para manter a aparência física, se tornando uma necessidade já que o corpo é para ser mostrado.

Desde então, os corpos são modificados justamente pelo fato de estar dentro de um padrão pelo qual a sociedade optou, transformando o seu corpo através de cirurgias, dietas e até mesmo atividade física, tudo isso para atingir o padrão de beleza global, aquele que serve de parâmetro para a moda internacional. Há uma distância cada vez maior entre a relação inicial da Educação Física e das atividades físicas direcionadas à saúde, cada vez mais elas estão voltadas à questão da estética.

Um número considerável de matérias referentes ao corpo é veiculado em revistas voltadas para o público, eventualmente para que haja relação com propostas de saúde, no entanto ocorre dessas matérias terem outro teor, parecendo mais relevante uma proposta para que os leitores se adequem ao padrão corporal definido e divulgado pelas revistas, não medindo esforços para que isso aconteça. Esse padrão então difundido pela sociedade através da mídia faz



com que o corpo perca, de certo modo, sua identidade, já que é através de mecanismos a exemplo de dietas e atividades físicas que se atinge a forma ideal.

Em nossos dias a identidade do corpo feminino corresponde ao equilíbrio entre a tríade beleza - saúde - juventude. As mulheres são cada vez mais empurradas a identificar a beleza de seus corpos com a juventude, a juventude com saúde. Segundo Remaury juventude e saúde são condições culturais de fecundidade, portanto da perpetuação da espécie. Sendo assim, mesmo tomando posse do controle de seu corpo, a mulher mantém-se submissa, repetindo modelos tradicionais quando busca identificação com este modelo. Primeiramente ela recebia imposições de seu pai, seu marido, agora as recebe do discurso jornalístico e publicitário que a cerca (DEL PRIORE, 2000, p. 14).

A intensa tendência cultural e social de ter como padrão de beleza a magreza como algo aceitável, está influenciando diretamente e cada vez mais, as pessoas de ambos os sexos, gerando transtornos em relação aos hábitos alimentares, estilo de vida, comprometendo assim a saúde e a qualidade de vida. A insatisfação corporal faz parte de um componente da imagem corporal relacionada com as atitudes e avaliações do próprio corpo fazendo com que os indivíduos não respeitem o seu biótipo e vão buscar outros mais esguios, porém nem sempre saudáveis.

Comunicação, Imaginário e Representação social

O existir do homem só é possível por meio da **Comunicação**, que permeia toda a sua vida, pois onde existe vida humana, a qualquer momento e em qualquer lugar existe comunicação. A comunicação é um fenômeno inerente que os seres vivos mantêm quando estão em grupo, e é por seu intermédio que as pessoas obtêm notícias e informações sobre o que ocorre à sua volta e podem compartilhar com os outros. O ato comunicativo, neste caso, deriva do pensamento humano, da sua capacidade psicossocial de relacionamento e da linguagem, constituindo um processo através do qual o indivíduo suscita uma resposta num outro indivíduo, ou seja, dirige um estímulo que visa favorecer uma alteração no receptor de forma a ocasionar uma resposta, de acordo com Berlo (1999).

Do ponto de vista sociológico, a comunicação exerce o papel de transmitir significados entre as pessoas, de forma que estas consigam se integrar na sociedade. Além disto, entende-se que a comunicação é também uma atividade educativa, envolvendo trocas de experiências entre as pessoas, entre os grupos sociais e entre diferentes gerações, assim ela modifica o conhecimento dos sujeitos envolvidos no processo comunicativo e a cultura dos grupos. O impacto dos meios sobre as ideias, as emoções, o comportamento econômico e político das pessoas, cresceu tanto que se converteu em fator fundamental de poder e de domínio em todos os campos da atividade humana. Vem daí o grande poder que a comunicação possui no mundo contemporâneo.

A mídia atribui/produz sentidos ao dar visibilidade a fenômenos que muitas vezes são legitimados pela sociedade em geral. A permanência de certas temáticas em destaque contribui para produzir e reforçar determinadas representações sociais. O que a primeira vista se pode perceber, é que os indivíduos tendem a absorver o que a mídia canaliza, sem uma visão mais crítica da matéria veiculada. Isto pode resultar em um efeito perverso onde a notícia passa a ser tomada como verdade absoluta.

No mundo globalizado em que vivemos a mídia exerce um papel de fundamental importância até mesmo nas decisões que são tomadas pelas pessoas integrantes de uma sociedade, pois sua influência é direta e incisiva. Ditando hábitos, reformulando costumes e construindo novas concepções, a mídia é capaz de criar situações em que as pessoas são dominadas por ideias, comportamentos que nunca imaginariam ter.

Mattelart e Mattelart (2003) veem a mídia como veículo de dominação e de poder, além de ter poder de decisão perante a sociedade. Apostólico (2006, p. 12) afirma que a mídia



apresenta “ingredientes que fazem parte da hipnose e sedação produzidas pelas imagens”. Por sua vez, a mídia também mostra aquilo que a sociedade deseja assistir e vivenciar, em uma dialética que coloca em muito o indivíduo como sujeito e objeto do processo da comunicação. Nesta relação, questiona-se quem tem condições de se colocar de maneira crítica ao que é apresentado pelos meios de comunicação. Grande parte da população não tem acesso a uma educação que possa armá-los de tal senso crítico. De outro lado, certamente existem aqueles que “veem, mas não contestam”, posto que apoiam como a informação é veiculada e o conteúdo que a compõe.

A mídia tem o poder de tornar alguém ou algo como referência, justamente pela exposição realizada a partir dos meios de comunicação que a integram. Em função disso, a mídia faz com que o público construa representações, onde é levado em consideração o que se acredita que as pessoas sejam, ou deveriam ser, e não o que realmente são. Muitos valores e ideais podem ser difundidos e incorporados à cultura da sociedade. Uma espécie de “mitos compartilhados de beleza feminina e masculina, inclusive os ideais estéticos e corporais; os ideais de riqueza, fama e poder acreditados, parâmetros de moda e comportamento, desejos de consumo entre outros” (LOPES, 2004, p. 51).

Com relação ao **Imaginário social**, o termo deriva de imagem. Imagem, imaginação e imaginário radicam do latim *imago -ginis*. A palavra imagem significa a representação de um objeto ou a reprodução mental de uma sensação na ausência da causa que a produziu. Essa representação mental, consciente ou não, é formada a partir de vivências, lembranças e percepções passadas e passível de ser modificada por novas experiências.

Laplantine e Trindade (1997) colocam que imagens não são coisas concretas, mas sim coisas criadas como parte do ato de pensar. A imagem que fazemos de uma pessoa certamente não corresponde ao que ela é para si mesma ou para outrem que também a tenha conhecido, porque sempre é uma imagem marcada pelos sentimentos e experiências que tivemos em relação a ela. Os autores colocam que o imaginário consiste em

(...) construções baseadas nas informações obtidas pelas experiências visuais anteriores. Nós produzimos imagens porque as informações envolvidas em nosso pensamento são sempre de natureza perceptiva. Imagens não são coisas concretas, mas são criadas como parte do ato de pensar. Assim a imagem que temos de um objeto não é o próprio objeto, mas uma faceta do que nós sabemos sobre esse objeto externo (...) (LAPLANTINE, TRINDADE, 1997, p. 10).

Charaudeau (2006) refere-se ao conceito de imaginário social como o universo de significações que origina a identidade de determinado grupo, ou seja, é o jeito como os indivíduos que constituem uma sociedade a significam que produzem os imaginários e, por conseguinte produz no seu grupo social essa identidade.

A **Representação social** é definida por Chartier (1990) como uma forma de expressão de determinada realidade social, e paralelo a isso, instrumento de ação cotidiana. As várias formas de representações dão pistas sobre a construção social da realidade, sobre como ela é pensada e vivida. As representações sociais também são alvo de disputa e revelam as tensões de poder, interesses e contradições dos grupos humanos; ou seja, revelam aspectos importantes sobre a dinâmica da vida social. Já Moscovici (2003) entende que o conceito de representação social nada mais é do que um conhecimento específico do senso comum, relacionado à forma como as pessoas pensam, sendo produzidos e partilhados nas relações que criam entre si. Além do mais é um corpus organizado de conhecimentos e uma das atividades psíquicas que possibilita aos homens tornarem inteligíveis suas realidades físicas e sociais.

A tematização da Educação Física e sua influência na representação social

A Educação Física se faz presente na mídia constantemente, entretanto o que vem chamando a atenção são os esportes que ela tem o poder de transformá-los em grandes



espetáculos, fazendo com que os clubes se transformem em grandes marcas e os atletas em estrelas, dessa forma apontando para que sirvam como produtos esportivos com alto potencial para exposição da marca em questão e venda de produtos.

Outra forma da mídia influenciar a opinião de grande parte da sociedade é colocando em sua programação os esportes mais aderidos e praticados pela população em geral, como o futebol. Em programas esportivos, a maior parte do tempo é ocupada falando sobre futebol e o restante são apenas notas e algumas notícias referentes a outros esportes de menor proporção, porém não menos importantes. Isso também acontece em jornais e revista, onde na sessão de esportes o mais discutido/comentado é o futebol, que é o esporte mais “badalado” em nosso país.

A sociedade em que vivemos é tomada de padrões e, portanto, de modelos. Padrões de vida, de trabalho, de beleza e ainda outros, são regras e normas adotadas pela maioria, as quais todos seguem ou pelo menos se esforçam para cumprir, posto que o padrão nos traz a segurança do “sólido”. O padrão de corpo e beleza que a mídia exhibe através dos atores, apresentadores e demais personalidades, mostram um perfil que não condiz com o da maioria da população, já que o perfil evidenciado pela mídia é o de pessoas magras, saradas, belas e sorridentes e boa parte da população não possui tais características, não se encaixando dentro deste padrão.

A era da imagem trouxe uma expansão da beleza estética em diversas áreas da atividade humana. Mas, na área da autoimagem e da imagem do ser humano diante do outro, provocou um estrago no inconsciente, fazendo com que grande parte das pessoas perdesse o senso da magia, da suavidade, da leveza do ser, do encanto pela vida, afetando drasticamente a saúde emocional e as relações sociais (CURY, 2005, p. 18).

O corpo esguio e sarado virou moda em função do grande poder de persuasão que a mídia tem perante a sociedade. Em decorrência disso é que as academias estão cada vez mais sendo procuradas pelas mais diversas faixas etárias, sem deixar de mencionar as intervenções cirúrgicas. Apesar de possuímos o livre arbítrio, cremos que vivemos num mundo onde há a necessidade de obedecer às regras e os padrões sociais que parecem limitar a liberdade dos indivíduos. A sociedade estabeleceu o que considera ideal e fora disso parece que afrontamos hábitos e costumes. O medo da rejeição por não seguirmos o padrão esperado, cria um conflito que leva o indivíduo a agir de acordo com o que todos esperam dele e não necessariamente com o que ele gostaria se fosse guiado por fatores que dependem em muito de uma maturidade nem sempre desenvolvida a tempo.

É de suma importância salientar que Educação Física serve como fonte de informação no que diz respeito a uma prática adequada de atividade física, bem como ter hábitos saudáveis para que dessa forma se possa ter um melhor estilo de vida e conseqüentemente estar com a saúde em dia. No entanto o papel do professor é essencial, pois através dos seus conhecimentos é que dirá ao seu aluno o que é certo e o que é errado, para que assim quando assuntos como estes forem abordados pela mídia possam ter a consciência crítica. O conceito de corpo e beleza difundido pela mídia, embora tenha sido rotulado como padrão a ser seguidos através dos corpos magros e sarados, não necessariamente são sinônimos de corpos saudáveis.

O jornalismo de Revista e as Revistas Especializadas

Marília Scalzo (2004) acredita que “uma revista é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento” (p. 12). E ainda complementa dizendo que “revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer ao grupo” (SCALZO, 2004, p. 14). Desse modo podemos afirmar que, por exemplo, quem lê as revistas são diferentes de quem não as lê, tem comportamento, modo de pensar e agir



distintos. A definição de uma revista é feita através dos seus leitores, tanto que esses demonstram de várias maneiras sua identificação ou predileção por determinadas publicações.

As revistas servem para explicar melhor o fato, a história que apareceu na televisão, no rádio e enganam-se quem pensa que elas estão com os dias contados, em função das novas tecnologias, principalmente da internet, já que o rádio noticia, a televisão mostra, mas é a revista quem documenta. Scalzo (2004) ainda explica que a revista entra no espaço privado dos leitores e são divididas por assuntos e tipo de público, assim facilita a comunicação, pois sendo revistas segmentadas, fica mais fácil conhecer o leitor, falando diretamente com ele.

Através do jornalismo de revista foram analisadas e discutidas cinco revistas, que procurassem abordar a temática da Educação Física, atividade física e saúde e como leitor recebe e assimila as informações contidas nas mesmas. Tentamos mostrar as diferentes formas que a mídia escrita atenta ao bem estar do receptor da informação na medida em que lhe oferece, por exemplo, sugestões de atividades físicas e a forma adequada de executá-las.

Por serem revistas distintas é natural que possuam focos diferenciados, enquanto umas apresentam abordagens mais técnicas ou científicas, outras buscam entreter ou espetacularizar, até mesmo com o uso de imagens que supervalorizam o corpo e por vezes fazem atentar mais para a imagem do que para o próprio conteúdo escrito, pois sabemos o quanto esta forma de comunicação é capaz de persuadir os indivíduos, inclusive, mudando o conceito pré-estabelecido do imaginário popular.

Valendo-nos dos ensinamentos já explicitados de Moscovici (2003) e Jovchelovitch (1998) acerca do conceito de representação social, passamos a perceber o quanto as revistas podem influenciar as relações humanas. Uma informação lida pode ser assimilada como um conhecimento específico, e considerando que a tiragem mensal das revistas são elevadas, é lógico pensar que grupos distintos de indivíduos assimilaram a mesma informação de forma diferente, a medida que reconstruímos continuamente nossa realidade e nosso pensamento, em um processo dinâmico e constante.

Se para Wagner (2000) a representação social como o saber do senso comum surge com o intuito de atender necessidades de cunho prático, decorrentes de modificações nas condições sociais de vida da população, se entendermos que o leitor é influenciado pelo conteúdo das publicações e é também emissor da informação que adquiriu, partilhando-as, inclusive, nas relações que criam entre si, é possível sugerir que grupos distintos de pessoas, de diversas classes sociais e com níveis de compreensão diferentes sobre o mesmo assunto colocarão em prática um pouco daquilo que leram.

Portanto, considerando Moscovici (2003), Jovchelovitch (1998), Wagner (2000) e o conhecimento adquirido acerca do imaginário popular, podemos afirmar que a representação da Educação Física e das Atividades Físicas nas revistas ficam restritas à visão do autor da matéria, são diminuídas quando a mesma é editada e novamente reduzida quando enxertadas imagens de modelos que enchem os olhos do leitor e desviam a sua atenção da parte principal da matéria, distorcendo a compreensão da mensagem inicial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo de revista permite que através do uso de imagem se direcione determinada matéria, tornando-a mais ou menos atraente àquele que a lê. O que observamos em todas as revistas são a restrição na informação e a maximização de imagens que valorizam de forma exagerada um corpo considerado perfeito.

A imagem que deveria ser usada para convidar o leitor a descobrir o conteúdo da matéria, na verdade não exerce esta função, a imagem é vista como o objetivo a ser alcançado por quem colocar em prática as atividades expostas nas páginas das revistas, evidenciando uma clara distorção no que se objetiva. É plausível concluir que as revistas parecem estar mais interessadas na sua vendagem, apostando na ingenuidade do leitor que acabará comprando por aquilo que enxergar estampado, e não pelo seu real conteúdo.



Não é de hoje que a mídia vem ditando hábitos e regras. Ela é tão persuasiva que é capaz de fazer com que as pessoas fiquem presas a ela, fazendo com que os indivíduos incorporem um comportamento sem muitos questionamentos, mas com muito sofrimento. Em função da grande influência exercida por ela, os hábitos e os comportamentos modificam-se para encaixar-se no padrão de corpo e beleza divulgado pela mídia e, salientamos, adotado pela sociedade.

Se pessoas vivem em sociedades e sociedades têm determinados padrões, os chamados “padrões socialmente aceitos”, é lógico pressupor que se o indivíduo magro ou forte ilustra uma revista, aquele que não seguir esta tabulação não estará de acordo com o padrão. O leitor é induzido a comprar a revista, incentivado a preferir as matérias com maior apelo visual, principalmente se o personagem que a ilustra for uma pessoa famosa. Muito embora sejam publicações conceituadas, deixam a desejar no que tange a Educação Física e a atividade física.

Se considerarmos o comportamento humano, o receptor da informação personifica a matéria, ele difundirá a ideia da “matéria da atriz tal” e não a atividade física saudável que se deve praticar para se obter uma melhor qualidade de vida. O imaginário popular assimila a ideia de que se uma revista mostra algo, aquilo é praticamente inquestionável, visto que a constante movimentação dos conceitos acerca de qualquer tema publicado pode ser criado, recriado e totalmente modificado pelo indivíduo que lê a informação.

Pessoas diferentes compreendem e assimilam de forma distinta o mesmo assunto, mas não desassociarão a imagem de corpo perfeito de seu inconsciente, a ponto de podermos afirmar que algumas em questões de horas e outras em questões de dias esquecerão o que leram, mas lembrarão de que “lá naquela revista que tinha um homem forte na capa ensinavam uma série de exercícios físicos para ficarmos com o corpo dele”. A revista em momento algum escreveu tal frase, mas o que restou representado ao leitor foi esta ideia, infelizmente, controvertida, em detrimento dos reais benefícios que a maior atenção e procura pela atividade física saudável poderia lhe trazer.

REFERÊNCIAS

APOSTÓLICO, Cimara. **Telenovela: O olhar capturado. Construção da tríade telespectador, corpo e imagem.** 2006. 118 f. Dissertação (Mestrado). São Paulo: PUC, 2006.

BERLO, David. Kenneth. **O processo da comunicação: introdução à teoria e à prática.** 9 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BÖHME, Maria Tereza Silveira. **Relações entre aptidão física, esporte e treinamento esportivo.** Revista Brasileira de Ciência e Movimento. Brasília, v. 11, n. 3, Jul/Set, 2003.

CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo, modernidade e mídia.** Campinas: Unicamp/FAPESP, 2002.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político.** São Paulo: Contexto, 2006.

CHARTIER, Roger. **Cultura popular: revisitando um conceito historiográfico.** Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 8, n. 16, 1995, p. 179-192.

CURY, Augusto. **A ditadura da beleza e a revolução das mulheres.** Sextante: Rio de Janeiro, 2005.

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher: Pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil.** São Paulo: Editora SENAC, 2000.



GONÇALVES, Maria Augusta Salin. **Sentir, pensar e agir: corporeidade e educação. Campinas: Papyrus, 1997.**

JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais: Para uma fenomenologia dos saberes sociais.** Psicologia e Sociedade, Porto Alegre, v. 10, n.1, p.54-68, 1998.

LAPLANTINE, François; TRINDADE, Liana. **O que é Imaginário.** Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Editora Brasiliense, 1997.

LOPES, Luís Carlos. **O culto às mídias: interpretação, cultura e contratos.** São Carlos: EdUFSCar, 2004.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michéle. **História das teorias da comunicação.** 6. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MEDINA, João Paulo Subirá. **A Educação Física cuida do corpo e... "mente": Bases para a renovação e transformação da Educação Física.** Campinas: Papyrus, 1989.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social.** Petrópolis: Vozes, 2003.

SANTANNA, Denize Bernuzzi. **Cuidados de si embelezamento feminino: fragmento para uma história de corpo no Brasil.** In: Políticas do Corpo. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** São Paulo: Contexto, 2004.

SOARES, Carmen Lúcia. **Educação Física: raízes europeias e Brasil.** Campinas: Autores Associados, 1994.

WAGNER, Wolfgang. **Sócio-gênese e características das representações sociais. Estudos interdisciplinares de representação social.** In: MOREIRA Antônia Silva Paredes; OLIVEIRA, Denise Cristina de. (Org.). Goiânia: AB Editora, 2000.