

LÓPEZ VILLAR, Cristina. El cuerpo deportivo en las imágenes publicitarias de revistas. Espanha: Bubok, 2011. 484p.

Juliana Fagundes Jacó, Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP, Campinas, São Paulo – Brasil.

RESUMO

Este trabalho apresenta a resenha do livro “El corpo desportivo em las imágenes publicitarias de revistas” da autora Cristina López Villar. O livro foi publicado na Espanha em 2011 a partir da tese de doutorado da autora. As discussões apresentadas nos livro fazem um entrelaçamento entre os temas Corpo, Educação Física e Mídia de uma maneira rica, profunda e crítica, trazendo pontos de reflexão que também são importantes para a educação física brasileira, isso porque a autora realiza sua pesquisa com o objetivo de contribuir com o estudo sobre o corpo, analisando seus usos nas imagens publicitárias dos meios de comunicação, tendo em mente a necessidade de trabalhar com tais imagens veiculadas pela mídia na escola, para educar para a análise, reflexão e posicionamento de alunos/as em relação a elas. O que é pertinente também para a realidade brasileira.

Palavras-Chave: Corpo; Publicidade; Revistas-Imagens.

ABSTRACT

This paper presents a review of the book "El cuerpo desportivo en las imágenes publicitarias de revistas" the author is Cristina López Villar. The book was published in Spain in 2011 from the author's doctoral thesis. The discussions presented in this book are an entanglement between the subject Body, Physical Education and Media, bringing points of reflection are also important for physical education in Brazil, this because the author makes his research with the goal to contribute to the study of the body, its uses in analyzing images of advertising media, bearing in mind the need to work with such images in the media in school, to educate for analysis, reflection and placement of students/them in about them. What is relevant also to the Brazilian reality.

Key-Words: Body, Publicity; Magazine-Images

RESUMEM

Este artículo presenta una reseña del libro "El cuerpo deportivo en la revista de publicidad las Imágenes", el autor Cristina López Villar. El libro fue publicado en España en 2011 de la tesis doctoral de la autora. Las discusiones que se presentan en este libro son un enredo entre el tema Cuerpo, Educación Física y medios de comunicación. El libro presenta una rica, profunda y crítica análisis sobre puntos de reflexión que también son importantes para la educación física en Brasil, esto debido a que el autor hace su investigación con el objetivo para contribuir al estudio del cuerpo, sus usos en el análisis de las imágenes de los medios de publicidad, teniendo en cuenta la necesidad de trabajar con este tipo de imágenes en los medios de comunicación en la escuela, para educar para el análisis, la

reflexión y la colocación de los estudiantes/en sobre ellos. Lo que es relevante también para la realidad brasileña

Palabras-Clave: Cuerpo; Publicidad; Revistas-Imágenes

Esta resenha apresenta o livro “El cuerpo deportivo en las imágenes publicitarias de revistas”. Este livro é fruto da pesquisa de doutorado de Cristina López Villar realizada na Espanha e que foi publicado em 2011 pela editora Bubok Publishing. A autora realizou essa pesquisa com o objetivo de contribuir nas reflexões sobre o corpo e, também, para contribuir com a Educação Física escolar no que se refere a pensar possibilidades de educar para a análise das imagens publicitárias que utilizam o corpo como referência e que são veiculadas nos meios de comunicação.

A pesquisa se justifica, conforme aponta Villar, pelo fato de que a Educação e a própria Educação Física não podem estar à margem do fenômeno dos meios de comunicação e publicidade, pois por meio da mídia e das imagens publicitárias são transmitidos valores, atitudes e ideias que configuram estereótipos e crenças sobre várias questões, inclusive sobre o corpo, a atividade física e os esportes. Sendo assim, a autora vê a necessidade de trabalhar com tais imagens veiculadas pela mídia na escola com o intuito de se educar para a análise, reflexão e posicionamento de alunos/as em relação a essas imagens e significados atrelados a elas.

Esta situação é muito semelhante com o que vivemos no Brasil, uma vez que em muitos estudos estão evidentes os apontamentos sobre as apropriações que a mídia realiza sobre o corpo, a atividade física e o esporte. No entanto, ainda tem sido pouco problematizado no contexto educativo os usos que os meios de comunicação fazem das imagens relacionadas a esses temas, assim como é pouco explorado nas escolas o tema mídia e publicidade. O livro resenhado aqui, inclusive, aponta a necessidade e importância, cada vez maior, de que professores/as utilizem recursos tecnológicos e audiovisuais em suas aulas, tanto para motivação de alunos/as, como para uma formação para a leitura, interpretação e avaliação de tais recursos.

A relevância do livro para a área da Educação Física brasileira se dá, então, de inúmeras formas, uma delas se materializa na ampliada discussão apresentada sobre o quanto que o corpo tem relevância nas sociedades modernas e diferentes interesses orbitam em torno de seus usos e apropriações como, também, na apresentação objetiva dos usos do corpo na mídia e que podem ser pensadas, utilizadas e problematizadas por professores/as.

Na primeira parte do livro, ao apresentar a discussão sobre o corpo presente e recorrentemente veiculado nos meios de comunicação, Villar nos diz que é necessário considerar o corpo em sua complexidade e amplitude. Além disso, a autora defende que o estudo dos significados e usos do corpo deve ser feito de maneira ampla e não parcelada, utilizando-se de diferentes pontos de vista, tais como a história, a antropologia, a sociologia e a Educação Física, por exemplo.

E isso ela realiza ao longo dos cinco capítulos do livro de maneira detalhada, cuidadosa, objetiva e repleta de aporte teórico. Cada capítulo tem um tema central e esses capítulos se desmembram em vários subcapítulos que buscam dar amplitude e profundidade ao que é discutido. Vê-se que tais subdivisões foram formas encontradas pela autora para tratar e trazer à tona a complexidade dos estudos que envolvem o corpo, a Educação Física, esportes e a mídia. Além disso, a autora articula em sua discussão dados teóricos e empíricos.

Apesar de toda essa articulação entre os dados, os cinco capítulos do livro estão divididos em duas partes evidentes. Há uma primeira parte, na qual a autora faz um diálogo com autores de áreas diversas, centralizada em dados de referenciais teóricos. Percebe-se que isso é feito com o objetivo de contextualizar o próprio objeto de estudo da autora, pois nessa parte do livro predominam as discussões dos dados teóricos, enquanto, em um segundo momento, a autora focaliza nos dados da sua pesquisa e na apresentação de seus resultados, ou seja, no seu estudo empírico. Mas esse segundo momento do livro é feito mantendo-se proximidade com o que já foi discutido, ou seja, é conectado com a primeira parte.

Portanto, nessa resenha, em um primeiro momento serão apresentadas a organização dos capítulos do livro e as discussões teóricas utilizadas para pensar sobre o corpo e mídia, que são objetos centrais dessa pesquisa. Posteriormente, serão apresentados os dados da pesquisa na qual a autora analisou as imagens fixas de corpos utilizadas em revistas especializadas em Educação Física.

Para compreender o livro e suas contribuições, apresenta-se a seguir a estrutura na qual ele foi organizado. Iniciando pelo Capítulo 1, tem-se que a centralidade desse capítulo é o corpo e sua complexidade. A autora divide o capítulo em a “História do corpo”, passeando por diversos pontos que narram o lugar do corpo em diversos momentos e lugares sociais e, em seguida, a autora direciona o seu pensar sobre o corpo para uma discussão que entrelaça o corpo com as ciências da atividade física e do esporte. Neste momento ela passa a discutir, sobretudo, a Educação Física.

No Capítulo 2, a autora centraliza sua discussão nos meios de comunicação e publicidade. Este capítulo é subdividido em cinco momentos. O primeiro se propõem a pensar e apresentar os conceitos sobre o fenômeno dos “meios de comunicação”. No segundo, faz uma apresentação sobre os conceitos, objetivos e discursos que permeiam a publicidade. No terceiro, a autora foca sua discussão nas imagens publicitárias como um todo. No quarto, mostra os usos de estereótipos na publicidade. Por fim, discute como a Educação pode utilizar as imagens veiculadas nessa publicidade como aliada no processo de ensino aprendizagem, isso é feito sempre apontando a necessidade de se discutir e preparar alunos/as para a análise e compreensão do que é veiculado pela mídia.

Até aqui a autora faz um vasto estudo de revisão bibliográfica, dialogando com autores da sociologia, filosofia, Educação Física. As discussões sobre mídia e publicidade trazem grandes contribuições de referenciais e autores não comuns à área de Educação Física contribuindo para a área por meio destes novos olhares.

No Capítulo 3 começa o que pode ser considerado a segunda parte do livro, na qual se concentram os dados empíricos. Este capítulo é dedicado à metodologia utilizada na pesquisa e análise dos dados. A autora aponta, de maneira minuciosa e com bastante objetividade, os detalhes de cada etapa. Isso, em relação tanto à metodologia de pesquisa em que norteia seu trabalho, como também em relação aos detalhes sobre o estudo e fases de sua pesquisa.

No Capítulo 4, a autora apresenta cada categoria que pesquisou, os dados e resultados obtidos. Por fim, no Capítulo 5, faz uma rica discussão na qual dialoga com a revisão de literatura apresentada na primeira parte do livro e os resultados de sua pesquisa empírica. Pensando no referencial teórico utilizado, durante todo o livro há um posicionamento claro de que é necessário pensar sobre o corpo e suas representações na mídia e, ainda, do quanto é necessário ampliar o olhar para a complexidade que envolve corpo, as concepções sobre corpo e seu lugar na sociedade. O próprio livro já inicia marcando esse território, com o Capítulo 1- La complejidad del corpo. Na primeira parte deste capítulo a autora faz um levantamento da história do corpo, a partir de diferentes correntes filosóficas. A autora nos mostra que, na história do pensamento ocidental, a problemática do homem e de seu mundo oscila entre dois pólos: “corpo e alma; conhecimento sensível e conhecimento inteligível; o mundo material e o mundo espiritual; vida terrena e vida ultra terrena” (p. 31). Sendo que a visão do corpo varia de acordo com o momento histórico.

Seguem os principais apontamentos da autora para se compreender o corpo de acordo com o momento histórico:

As primeiras correntes filosóficas da civilização ocidental (as gregas) consideravam o homem constituído de corpo e alma. Aristóteles e a concepção platônica de corpo formam o entendimento de que o corpo é instrumento da alma, subordinado a alma. Já o cristianismo varia em alguns momentos entre uma visão monista antropológica e uma visão dualista. A visão dualista se baseia na compreensão platônica de corpo, enquanto a monista ignora o entendimento dual do corpo e compreende corpo e a alma como uma unidade indivisível. É a visão do corpo subordinado a alma, presente na concepção dualista, que ganha pleno vigor na idade média. É neste momento que o corpo, ou ainda, a carne, é sinônimo do pecado e aonde o pecado se manifesta e vive. Portanto, nesse momento, há a necessidade de mortificar esse corpo para salvar a alma, pois o corpo é indigno.

Com o Renascimento, grandes feitos na área da ciência, artes e religião são desencadeados. Lutero e o Reformismo Cristão apontam que é o trabalho que dignifica a carne. Com o

fervor causado pelo Renascimento ocorrem iniciativas em todos os âmbitos da educação humana, como, por exemplo, os estudos e educação do corpo com base na racionalidade. Os pensadores dessa época preferem a manipulação da matéria aos estudos empíricos, inclusive sobre o corpo.

Representada, sobretudo, por Descartes, esta corrente racionalista coloca o corpo como um conjunto de partes, ou seja, fragmenta o corpo, diz que ele pode ser estudado e compreendido por partes separadas. Inaugura-se aqui a perspectiva do pensamento filosófico que divide o Homem em princípios irreduzíveis.

Os estudos referentes ao Homem, até então, analisavam o corpo subordinado a alma, porém conectados. Nesse momento, a racionalidade “compartimentaliza” os estudos sobre o homem, desconectando corpo e alma, psíquico e físico. Os apontamentos realizados por Villar, nos ajudam a pensar como tal visão cartesiana de Homem contribuiu na formação da área de conhecimento “Educação Física”, área resultante dessa corrente que aponta que a dimensão do corpo deve ser estudada isoladamente, de preferência em partes. Essa compreensão de corpo desconsidera o entendimento metafísico de ser humano, ou seja, sua totalidade.

O advento do racionalismo promove também o distanciamento da ciência e da religião, proporcionando uma proliferação de diversas correntes do pensamento que buscam aproximar o Homem da razão e afastá-lo do estado de natureza. Nesse momento é que pensadores como Kant e Rousseau falam da obediência à moral como forma de se distanciar da animalidade que reside na natureza corporal do Homem. A educação do corpo vem como possibilidade de distanciar o corpo do seu estado natural, pois disciplinar o corpo é disciplinar a alma.

Ideia que Hegel continua sistematizando e amplia para a concepção dialética de interpretação do mundo, valorizando o papel do trabalho na educação do Homem, por meio do trabalho supera-se a natureza. Hegel considerada o trabalho corporal como meio pelo qual o corpo e o espírito se humanizam, pois o trabalho corporal satisfaz as

necessidades imediatas do corpo. No entanto, diferente dos pensadores anteriores, esses preceitos estão atrelados a uma compreensão metafísica do homem, não compartimentada.

É depois desse autor que surgem Marx e Engels que consideram que a humanidade reside no fato do Homem pensar e produzir os próprios meios de subsistência. Tais autores valorizam a totalidade do ser humano, que é corpóreo, sensível e que constrói historicamente sua vida social por meio da práxis humana.

O Existencialismo e a Fenomenologia são movimentos do século XX de grande importância para o pensamento em relação ao corpo. O corpo, para o Existencialismo, é o centro da existência, o corpo é o concreto e tem lugar primordial na existência humana. Esse pensamento vai contra o racionalismo, pois aqui o corpo é suporte para a consciência e reflexo dela. As idéias e o corpo são inseparáveis. É desta corrente que surgem autores como Marcel, Sartre e Merleau-Ponty.

Freud e o discurso psicanalista apontam novas relações entre o corpo e mente. Esse corpo é entendido como um objeto silencioso e elo com a mente, sendo o “eu corporal”, sobretudo, algo libidinal e que se forma com as experiências de prazer. Os trabalhos terapêuticos tem no corpo elemento essencial, trabalhos que, na maioria dos casos, se valem de uma visão unilateral de ser humano.

Ainda nessa linha de apresentar as diferentes concepções de corpo nas correntes filosóficas, Villar mostra que Foucault é o autor que explica o corpo sendo um objeto do poder. Esse poder se exerce reprimindo esse corpo por meio do castigo, da normalização e do controle. Por meio de discursos sobre o corpo que buscam o seu disciplinamento, busca-se fabricar sujeitos dóceis, ou seja, as ideias de Foucault estão em torno do domínio político do corpo. Mais uma reviravolta ao racionalismo cartesiano que coloca a mente na centralidade e na definição de uma pessoa (penso logo existo), já que Foucault nega a centralidade da subjetividade e mostra o corpo como centro do discurso moderno.

A apresentação dessas correntes pela autora mostra que, em cada momento, se legitima determinados usos do corpo, usos que de acordo com Mendez,¹ são vinculados a representações de ideologia e pelas classes dominantes.

Villar afirma que a Educação Física no âmbito educativo tem sua centralidade no corpo e que a educação desse corpo se baseia no movimento como o único objetivo da Educação Física.² Além disso, ela mostra que os estudos científicos focados no corpo estão centrados, predominantemente, no aspecto físico, na mecânica e na fisiologia, ou seja, no entendimento dualista de corpo que predomina na área há certo tempo. Essa maneira fragmentada e focada na matéria condiciona também a forma de atuar e educar o corpo dos profissionais da área.

Na escola, a ideologia política de cada momento histórico determinou qual corpo deveria ser educado: o corpo físico preparado para a guerra, o corpo esportivo, um corpo sacrificado pelos valores moralizantes e religiosos, etc. Atualmente, a escola vem educando por meio da transmissão de uma cultura corporal dominante. Essa escola controla e disciplina o corpo por meio de diversas formas de disciplinamento, entre elas as atividades corporais, sobretudo esportivas. Além disso, a escola supervaloriza as operações cognitivas em detrimento da experiência sensorial. O corpo é entendido como um instrumento a serviço do pensamento reflexivo e racional. O corpo é entendido como um corpo físico, ágil, com força, destreza, velocidade, eficácia, um corpo organicamente saudável, mas jamais um corpo que expresse livremente suas pulsões.³

Caminhando no sentido de nos fazer entender os usos do corpo esportivo nas mídias e a influência disso para Educação Física escolar, o livro nos mostra que, de acordo com Heinemann,⁴ o esporte é uma disciplina corporal que representa uma forma instrumental de utilizar o corpo. Além disso, o esporte pode ser entendido por meio de diferentes concepções. Uma delas é a concepção que associa o Esporte ao consumo de mercadorias, produtos, atletas, ao lucro para empresas e clubes, ao espetáculo de massas e a propaganda de governos.

O esporte de alto rendimento tem valores ligados ao das sociedades de rendimento: competição, necessidade de especialização e mecanização dos gestos. Não havendo lugar para o movimento livre e nem mesmo para sentir esse movimento, pois o corpo é simplesmente uma máquina que deve automatizar seus movimentos.

Além disso, a autora mostra que a maneira pela qual o esporte é entendido em nossa sociedade, apenas reitera um modelo corporal masculino, o esporte é compreendido como prática de lazer predominantemente masculina e pouco associada ao feminino. No entanto, a autora mostra um contraponto a essa ideia, para isso trás como referência Bento⁵ que aponta que o esporte pode ser espaço privilegiado para valorização das diferenças e da pluralidade do corpo, ou seja, para manifestações da diversidade.

Para entender como essa complexidade em relação ao corpo, a Educação Física e ao esporte é usada pela mídia, a autora afirma que é importante compreender primeiramente que os meios de comunicação de massa são a principal via de transmissão de informações na atualidade.

Por isso, o livro mostra que a ideia de que à escola caberia o papel de transmitir informações é algo ultrapassado e que tem que ser transformado, pois hoje os meios de comunicação ocupam lugar de destaque nesse papel, pois são de fácil acesso e chegam cotidianamente até as pessoas que recebem imagens e informações carregadas de valores sem, muitas vezes, se darem conta disso.

A autora apresenta a reflexão de Eco⁶ que diz que as informações transmitidas pelos meios de comunicação não são neutras e que toda imagem e discurso estão carregados de ideologia. A autora mostra ainda que, dizer se essa ideologia exerce influência positiva ou negativa na vida das pessoas depende da realidade de cada um/a, sendo então necessário educar alunos/as para análise crítica dessas ideologias, para que sejam capazes de ter as próprias conclusões sobre essas informações.

Para exercerem o controle, os meios de comunicação defendem a ordem econômica, social e política que os interessa.⁷ Sendo assim, qualquer meio de comunicação está influenciado pela ideologia do capital que o sustenta.

No livro, fica evidente que os meios de comunicação buscam a homogeneização do pensamento, impõem estilos de vida e uma maneira própria de entender o mundo. Tudo

isso se manifesta tanto nas imagens quanto nos discursos utilizados nos meios de comunicação.

A mídia em forma de revistas foi o foco do estudo realizado pela autora e apresentado na segunda parte do livro. As revistas são meios de comunicação de massa que, segundo Cabero y Loscertales,⁸ exercem três funções: transmissão de informações, formação e divertimento. Sua função exata depende do público para o qual é destinada.

Além disso, nas revistas é claramente percebido seu uso como veículo publicitário. A autora reserva algumas páginas de seu livro para mostrar o quanto que a publicidade é exercida por interesses industriais, comerciais, profissionais, públicos e/ou privados, na forma de uma comunicação interessada e dirigida a um público específico. Essa comunicação é persuasiva, com interesse em atuar sobre atitudes e induzir um comportamento favorável ao anunciante.

Quanto às recepções de imagens veiculadas pela mídia, a autora se baseia em Ferrés e Prats⁹ para dizer da necessidade de se ter claro que “ver não é compreender”, é necessário um esforço intelectual específico para compreensão das imagens. A autora ainda enfatiza o poder das imagens quando comparada aos usos da palavra. A autora aponta que as imagens usam da sensibilidade na recepção, sem obedecer, necessariamente, as ordens do raciocínio.

As palavras necessitam de uma operação analítica, abstrata, utilizando-se da gramática, para posteriormente realizar uma análise lógica. Para contemplar uma imagem utiliza-se uma operação sintética, além disso, uma imagem remete, a quem a vê, uma sensação de realidade daquilo que vê. Como se a imagem fosse necessariamente algo real, ou seja, algo que de fato existe e não algo que é representado. Além disso, a autora afirma que as imagens produzem respostas emotivas.

A autora discute que a publicidade atual recorre a estereótipos como estratégia informativa, inclusive, nas veiculações de imagem. Isso ocorre porque assim essas imagens podem ser facilmente decodificadas.

Assim, conforme diz Villar, os meios de comunicação de massas, influenciados pela crescente e poderosa indústria da beleza, exercem uma enorme influência em definir, legitimar e propagar o modelo corporal de beleza e perfeição. Desta maneira, perpetuando estereótipos também em relação ao gênero feminino e masculino. Um estereótipo que baseia-se em um modelo de homem diametralmente oposto ao de mulher.

Os usos do corpo da mulher na publicidade, de acordo com Peña-Martín e Frabetti¹⁰ estão quase sempre associados à beleza, do rosto e do corpo, aos cuidados para evitar o “desgaste” do envelhecimento, buscando sempre tornar o corpo um belo objeto. Sem contar que os modelos de mulher usados são quase sempre irreais, sempre jovem e bela,¹¹ sendo que a beleza é uma condição imprescindível para a mulher ser aceita e ter êxito, inclusive, na profissão.

É com base em todas essas referências teóricas apresentadas até aqui, que a autora caminha para apresentar os dados de sua pesquisa. O objeto de estudo da autora foram imagens fixas do corpo nas publicidades de revistas especializadas em Educação Física. Ela utilizou um instrumento de análise de conteúdo dessas imagens fixas que possibilitou verificar quais eram os objetivos do uso dessa imagem na revista. Com base nisso, a autora busca conhecer as possibilidades de análise de imagens fixas do corpo no âmbito da atividade física e no esporte, além de analisar e descrever como os meios de comunicação apresentam o corpo relacionado à atividade física e ao esporte. A autora também considera possível descrever se há diferença nos usos da publicidade do “corpo profissional” e “não profissional” da atividade física e do esporte e quais os estereótipos veiculados nessas imagens.

A primeira fase da pesquisa foi exploratória e fechou-se com a análise de 16 revistas especializadas em Educação Física. Essa fase foi realizada por alunos/as do primeiro ciclo de Licenciatura do INEF de Lleida, eles/as foram agrupados/as em equipes de trabalho. No total foram 10 grupos e 25 alunos/as. Em seguida, passou-se para uma fase de análise de conteúdo dessas imagens, utilizando uma ficha de registro que possibilitou a autora criar uma base de dados para analisar o conteúdo dessas imagens. A amostra da autora contou

com 446 imagens provenientes de 13 publicações periódicas profissionais e 9 de publicações divulgadas do período de 2000-2002. A autora optou pela quantidade maior em publicações profissionais por sua temática concentrar-se especificamente no âmbito das Ciências da Atividade Física e do Esporte.

A autora foi cuidadosa em enfatizar que seus dados foram obtidos em uma realidade dinâmica, portanto, os resultados não são fixos. Sendo a investigação realizada em determinado número de revistas, com características específicas. Sendo necessárias outras investigações em outros tipos de revistas e publicações para dar continuidade as reflexões apresentadas aqui.

Com base na pesquisa realizada, a autora aponta que a maioria das imagens utilizadas nos anúncios analisados foi:

- 1) Em cor, o que permite maior expressividade;
- 2) Em plano inteiro; sendo possível observar toda a ação física;
- 3) Em anglo frontal, permitindo uma visualização completa do corpo.

Para preparar alunos/as para compreensão crítica dessas imagens, a autora defende que se deve buscar uma aproximação do que é feito na sala de aula com o que é veiculado nessas revistas e, com isso, a autora do estudo defende que é necessário trabalhar nas escolas com imagens fixas de corpo com essas mesmas três características citadas acima.

Além disso, as imagens manifestam um estereótipo de corpo relacionado com a atividade física e o esporte que pouco representa a diversidade social atual. O estereótipo representa, sobretudo, um homem, jovem, branco, vestido com roupas esportivas e que realiza atividades esportivas em ambientes externos e com natureza. Esses homens anunciam roupas, acessórios e materiais esportivos. Além disso, as imagens associam a atividade física com a competição, sem contemplar a amplitude de possibilidades que envolvem a prática da atividade esportiva. A autora também mostra, por meio de sua pesquisa, que o corpo representado também está vinculado à divisão de classes, sendo que a maioria das imagens utiliza-se um modelo corporal da classe dominante, sendo ainda, mínimo o uso de corpos enfermos ou de pessoas deficientes.

Ainda discutindo os estereótipos, a autora enfatiza o quanto os usos do corpo da mulher são diferentes quando comparados aos dos homens. Villar enumera quatro formas de uso do corpo feminino nessas imagens:

- 1) Os homens representavam uma atitude dinâmica, seriedade, concentração nas atividades, enquanto que as imagens das mulheres eram menos dinâmicas e elas apareciam mais sorridentes;
- 2) Geralmente, as mulheres estavam apenas acompanhando o homem protagonista do anúncio;
- 3) As imagens de mulheres em atividade física sempre representavam atividades tradicionalmente femininas, como a dança, nunca em esportes de contato;
- 4) As mulheres apareciam, na maioria das vezes, com o corpo desnudo.

Continuando nas análises de seus dados, a autora mostra o quanto que as imagens reforçam a relação esporte-consumo. Ela observou que eram recorrentemente utilizadas em imagens publicitárias de roupas, acessórios, materiais esportivos, etc, a imagem de atletas de elite. Sendo que estes produtos eram geralmente caros, portanto de difícil compra pela maioria da população.

Outra questão percebida foi que a publicidade propaga um modelo corporal jovem, disposto e em forma. A presença de pessoas da terceira idade e de crianças era mínima. As pessoas da terceira idade, quando apareceram, foram representadas com roupas joviais e com um corpo próximo ao do jovem. As crianças eram representadas sempre sorrindo e praticando jogos.

As revistas apresentaram diversos tipos de anúncios, por exemplo, as revistas especializadas não mostravam bebidas e cigarros. No entanto, na publicidade de grande difusão, é comum o uso publicitário de esportivas para venda desses produtos que são considerados pouco saudáveis (cigarro, bebidas, outros). Inclusive, muitos desses produtos são anunciados como patrocínio de importantes eventos esportivos. A autora mostra uma

preocupação educativa com esse tipo de anúncio, pois por meio de pessoas de prestígio, transmitem informações dúbias sobre tais produtos.

Com base em todos esses dados, ficou evidente o que a autora chama de “escola paralela” e que ocorre por meio de todas as informações oferecidas a alunos e alunas pelos meios de comunicação. Ficando também evidente a necessidade de proporcionar que esses/as alunos/as sejam capazes de ler criticamente essas mensagens veiculadas na mídia, pois a publicidade estigmatiza o corpo recorrentemente, utilizando-se de visões reducionistas. A autora coloca no livro o quanto que ao trabalhar criticamente com essas imagens veiculadas na mídia, pode-se proporcionar que nossos/as alunos/as possam estabelecer seus próprios valores e serem críticos com as mensagens publicitárias.

Ao final da leitura do livro, é possível ter em mente ferramentas e vislumbrar possibilidades de trabalho com as imagens na Educação Física escolar. A autora oferece caminhos para a sistematização da compreensão e análise das imagens que podem ser repensadas, contextualizadas e recriadas também para o Brasil.

REFERÊNCIAS

¹MÉNDEZ, L. **Os labirintos do corpo**: manipulaci3ns ideol3gicas, saberes cient3ficos e obras de arte. Vigo: A Nosa Terra, 1998.

²VÁSQUEZ GÓMES, B. Los valores corporales y la Educaci3n F3sica: hacia una reconceptualizaci3n de la Educaci3n F3sica. **ÁGORA Parálá Educaci3n F3sica y el Deporte**, n. 1, p.7-17, 2001.

³LAPIERRE, A.; AUCOUTOURIER, B. **El cuerpo y el inconsciente em educaci3n y terapia**. Barcelona: Ciet3fico M3dica. 1980.

⁴HEINEMANN, K. El deporte como consumo. **Apunts: Educacion F3sica y deportes**, n. 37, p. 49-56, 1994.

⁵BENTO, J. **O outro lado do desporto**. Porto: Campo das letras, 1995.

⁶ ECO, U. **La estratégia de la ilusión**. Barcelona: Lumen, 1986.

⁷ CHOMSKY, N. **Crónica de la discrepância**. Madrid: Visor, 1999.

⁸ CABERO, J.; LOSCERTALES ABRIL, F. Elaboración de um sistema categorial de análisis de contenido para analizar la imagen del professor y la enseñanza em la prensa. **Bordón**, Madrid, v. 48, n. 4, p. 375-391, 1998.

⁹ FERRÉS, J. **Televisión y educación**. Barcelona: Paidós, 1994.

¹⁰ PEÑA-MARÍN, C.; FABRETTI, C. **La mujer en la publicidad**. Madrid: Instituto da Mujer, 1990.

¹¹ DOMÍNGUEZ JUAN, M. M. **Representación de la mujer em las revistas femeninas**. Madrid: Universidad Complutense, 1988.