

Mais do que músculos, tendões, articulações e ossos, o corpo, para essas atletas, é a fonte de toda existência, a recompensa, o prêmio, é tudo, é o que as estimula a viver. É através desse corpo que elas existem, se modificam. Essas atletas representam o corpo como símbolo da própria felicidade, do próprio instrumento de trabalho e de vida.

Pode-se inferir, portanto, a partir deste estudo, que há uma tendência muito forte das mulheres praticantes de *Body Building* em considerar seus corpos como mero instrumento de construção, transformação e de modelo estético. Essa instrumentalização do corpo feminino pode ocorrer através da incessante busca pelo corpo ideal e perfeito e pela grande influência dos meios de comunicação.

A mídia também foi citada, nesse trabalho, como um fator de estímulo para que a busca incessante pelo corpo perfeito se acentue. As falas das atletas de *Body Building* apontam claramente para a divulgação de mulheres irreais, corpos torneados, sarados, com pouca gordura e excesso de músculos. Parece que, nos meios de comunicação, os corpos femininos são vendidos como bonecas na vitrine e que devem ser, obrigatoriamente, comprados e consumidos por todas.

Sem esquecer também que a própria sociedade, em cada época, prioriza um tipo de corpo e, este corpo é um emblema onde a cultura insere seus signos brasões, ou seja, o contexto cultural marca a ferro e fogo o corpo humano (SOARES, 2005).

Portanto, para que esta cruel realidade se modifique, é necessário pensar no ser humano–mulher, e não somente como símbolo sexual, e assim, construir uma sociedade com corpos possíveis, que caminhem livres e confortáveis pela vida (FERREIRA E GUIMARÃES, 2006).

Enfim, este estudo é o início de um árduo trabalho que está por vir, portanto, muito ainda precisa ser pesquisado para que esta realidade se transforme efetivamente.

REFERÊNCIAS

ALVES – MAZZOTTI, A. J.; GEWANDSZNAJDER, F. **O Método nas Ciências Naturais e Sociais**. São Paulo: Editora Thomson Pioneira, 1998.

ASSMANN, H. **Reencantar a Educação**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Edição Atualizada. Lisboa: Editora Edições 70, 2008.

BOGDAN, R. C.; BIKLEN, S. K. **Investigação Qualitativa em Educação**. Porto, Portugal: Porto Editora, 1994.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa Qualitativa em Ciências Humanas e Sociais**. Petrópolis – RJ: Editora Vozes, 2006.

FERNANDES, Maria Helena. **Corpo**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2003.

FERREIRA, et. al. A Obsessão Masculina Pelo Corpo: Malhado, Forte e Sarado. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 27, n.1, 2005.



FERREIRA, Maria Elisa Caputo; GUIMARÃES, Marly. **Educação Inclusiva**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

FISHER, Rosa Maria Bueno. Mídia e Educação da Mulher: Uma discussão teórica sobre modos de enunciar o feminino na TV. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 9, n. 2, 2001.

GARRINI, S. P. F. Do Corpo Desmedido ao Corpo Ultramedido: Reflexões sobre o Corpo Feminino e suas Significações na Mídia Impressa. Trabalho apresentado ao GT de História da Publicidade e Propaganda, do V Congresso **Nacional de História de Mídia, Facasper e Ciee**, São Paulo, 2007.

GRANDO, J. C. **A sacralização do Corpo**. Blumenau: Ed. da Furb, 1996, p. 97-132

GUZZO, Marina. Riscos da Beleza e Desejos de um Corpo Arquetetado. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**. Campinas, v.27, n. 1, p. 139 – 152, 2005.

LE BRETON, D. A Síndrome de Frankenstein. In: SANT'ANNA, D. B. de. **Políticas do Corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p. 49-68.

NUNES, S. A. De Menina A Mulher, Impasses Da Feminilidade Na Cultura Contemporânea. Trabalho Apresentado no **Segundo Encontro Mundial**, Rio de Janeiro 2003.

ROCHA, E. A Mulher, o Corpo e o Silêncio: A Identidade Feminina nos Anúncios Publicitários. **Alceu**, v.2 , n.3, p. 15 – 39, 2001.

RODRIGUES, J. C. **Tabu do corpo**. Rio de Janeiro: Achiamé., 1983, p.9-126.

SABINO, C. **O Peso da Forma: Cotidiano e Uso de Drogas entre Fisiculturistas**. Tese (Doutorado em Antropologia). Rio de Janeiro: Instituto de Filosofia e Ciências Sociais - UFRJ, 2004.

SAMARÃO, L. O Espetáculo da Publicidade:a Representação do corpo feminino na Mídia. **Contemporânea**, v. 1, n. 8, 2007.

SANT'ANNA, D. B de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In: SANT'ANNA, D. B. de. **Políticas do Corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p. 121-140.

SANTOS, H. M. A Construção da Imagem “Ideal” da Mulher na Mídia Contemporânea. Disponível em http://www.fazendogenero8.ufsc.br/sts/ST39/Helena_Miranda_dos_Santos_39.pdf. Acesso em 09/04/2009.



SILVA, Ana Márcia. **Corpo, ciência e mercado: reflexões acerca da gestão de um novo arquétipo da felicidade**. 1. ed. Campinas/Florianópolis: Autores Associados/Editora da UFSC, 2001

SILVA, A. M.; PERETI, A Técnica Moderna e o Corpo do Desafio. **Pensar a Prática**. v. 8, n. 2, p. 181-195, 2005.

SIQUEIRA, D. C. O; FARIA, A. A. Corpo, Saúde e Beleza: Representações Sociais nas Revistas Femininas. **Comunicação, Mídia e Consumo**. v. 4, n. 9, p. 171 – 188, 2007.

SOARES, Carmen Lúcia. **Imagens da Educação no Corpo: estudo a partir da ginástica francesa no século XIX**. 3. ed. Campinas: Autores Associados, 2005.

SOARES, Carmen Lucia. Corpo, conhecimento e educação: notas esparsas. In: SOARES, Carmen Lucia (org). **Corpo e História**. Campinas: Autores Associados, 2001.

STOER, Stephen R.; MAGALHÃES, Antonio M.; RODRIGUES,. **Os Lugares da Exclusão Social**. São Paulo: Cortez, 2004.

TRIVIÑOS, Augusto. N. S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais**. Editora Atlas, São Paulo, 1987.

VILLAÇA, N.; GÓES, F.; KOSOVSKI, E. **Corpo e Risco**. Rio de Janeiro: Mauad: 1999. p. 14-21.

Contato:

dani_efi2002@yahoo.com.br

Recurso Tecnológico para Apresentação Oral:

Computador; Projetor para Data Show