



Universidade Federal do Rio Grande



Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências: Química da Vida e Saúde

Associação Ampla FURG / UFRGS / UFSM

A PRODUÇÃO DOS CORPOS GORDOS EM DOZE BLOGS *PLUS SIZE* NACIONAIS

Carla Rosane Mattos Gautério

Méri Rosane Santos da Silva

Rio Grande/RS
2016

Carla Rosane Mattos Gautério

A PRODUÇÃO DOS CORPOS GORDOS EM DOZE BLOGS *PLUS SIZE*
NACIONAIS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Educação em Ciências: química da vida e saúde, do Instituto de Educação da Universidade Federal do Rio Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Educação em Ciências.

Orientadora:

Prof^a Dr^a. Méri Rosane Santos da Silva

Linha de Pesquisa:

Educação Científica: Implicações das Práticas Científicas na Constituição dos Sujeitos.

Rio Grande/RS
2016

Ficha catalográfica

G277p Gautério, Carla Rosane Mattos.
A produção dos corpos gordos em doze blogs *pluz size* nacionais /
Carla Rosane Mattos Gautério. – 2016.
102 f.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande –
FURG, Programa de Pós-graduação em Educação em Ciências:
Química da Vida e Saúde, Rio Grande/RS, 2016.
Orientadora: Dr^a. Méri Rosane Santos da Silva.

1. Enunciações 2. Blogs 3. Corpo 4. Obesidade 5. Artefatos
midiáticos I. Silva, Méri Rosane Santos da II. Título.

CDU 616.4:81'42

CARLA ROSANE MATTOS GAUTÉRIO

**A PRODUÇÃO DO CORPO GORDO EM DOZE BLOGS *PLUS SIZE*
NACIONAIS**

Conceito final:

Aprovado em 08 de abril de 2016

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a Dr^a. Méri Rosane Santos da Silva PPGEC/FURG (Orientadora)

Prof^o Dr. Gustavo Freitas IE/FURG

Prof^o Dr^a. Joanalira Magalhães PPGEC/FURG

Prof^o Dr^a. Rose Méri Santos da Silva ESEF/UFPEL

Dedico essa dissertação àqueles que significam a razão de minha existência e servem de porto seguro para minhas conquistas: minha mãe, Cristina, e meu pai, Carlos; minhas irmãs, Cristiane e Caroline; minha avó, Ana Maria. E em especial aos grandes e maiores amores de minha vida: minhas sobrinhas, Yasmym e Kamila.

***DENTRO DE UM ABRAÇO HÁ MUITO MAIS QUE SÓ AGRADECIMENTOS,
HÁ AFETOS CONSTRUÍDOS...***

*O melhor lugar no mundo
É dentro de um abraço
Pro mais velho ou pro mais novo
Pra alguém apaixonado, alguém medroso*

Minha orientadora, Méri Rosane, obrigada por confiar em mim, por ter paciência (e impaciência) diante de meus medos e anseios. Saiba que me senti abraçada e acolhida por ti, conta sempre comigo.

*O melhor lugar no mundo
É dentro de um abraço
Pro solitário ou pro carente, é
Dentro de um abraço é sempre quente*

Minhas amigas, colegas de grupo e disciplinas, minhas quase coorientadoras, Juliana e Josi, valeu por toda a ajudanos momentos em que me sentia solitária diante de tantas dúvidas. Os abraços de vocês ultrapassam os muros da universidade, são para a vida!!!

Ao Grupo de Orientação, aos professores e professoras, aos diversos colegas, ao PPGEC FURG: muito obrigada por me fazerem crescer e melhorar como pessoa durante esse processo.

Obrigada a minha banca de 'peso': Gustavo, Rose e Joanalira.

*Tudo que a gente sofre
Num abraço se dissolve
Tudo que se espera ou sonha
Num abraço a gente encontra*

Obrigada a minha mãe, que me emprestou seu corpo para que eu pudesse pensar sobre minhas pesquisas, que esteve e sempre está comigo! Obrigada ao meu pai, que, mesmo longe, eu sinto tão presente e me dá força para continuar. Sem vocês não seria possível; enxergo em mim tudo que vocês me ensinaram para a vida: persistir e sonhar. O abraço de vocês é único.

*No silencio que se faz
O amor diz compromisso
Baby, baby dentro de um abraço
Tudo mais já está dito
O melhor lugar no mundo, é aqui
É dentro de um abraço*

Minhas irmãs, Carol (meu Budunzinho) e Tiane (minha Tiquinha), obrigada por terem tanto orgulho de mim e por todos os abraços. As batidas dos corações de vocês me trazem vida. Valeu por sempre estarem presentes!!

*Por aqui não mais se ouve o tic tac dos relógios
E se faltar a luz fica tudo ainda melhor
O rosto contra o peito, dois corpos em um amasso
Dois corações batendo juntos em descompasso*

Meu companheiro Rafael (meu gordo), obrigada por compreender todas as minhas ausências, chatices e maus humores. No *tic tac* do relógio, faz dez anos de muito amasso e descompassos.

*Tudo que a gente sofre
Num abraço se dissolve
Tudo que se espera ou sonha
Num abraço a gente encontra*

Minha Vó Ana, minha segunda mãe. De você sempre ouvi que estudar era o melhor caminho. Obrigada por me ajudar a construir e fazer parte desse sonho com sua simples presença em minha vida...

*Na chegada ou na partida
Manhã de sol ou noite fria
Na tristeza ou na alegria
Tudo que a gente sofre
(Na chegada ou na partida)
Num abraço se dissolve
(Manhã de sol ou noite fria)
Tudo que se espera ou sonha
(Na tristeza ou na alegria)
Num abraço se encontra*

E, nesse momento, me faltam palavras. Os sentimentos, os afetos que mais me tocam; fica difícil expressar e o coração acelera. Minhas sobrinhas Yasmym e Kamila, o que dizer de vocês? Os abraços mais acalorados, acolhedores e significativos. A existência de vocês em minha vida é minha própria vida. Vocês são luzes que nunca me trazem sombras!!! Vocês são o melhor que há em mim!!! Obrigada por simplesmente serem os maiores amores de minha vida.

Dentro de um Abraço (Jota Quest)
Intervalos de Estrofes(Eu)

RESUMO

O estudo que segue diz respeito a uma dissertação de mestrado que está sendo apresentada no Programa de Pós-Graduação Educação em Ciências: Química da Vida e Saúde, especificamente, na linha de pesquisa "Educação científica: implicações das práticas científicas na constituição dos sujeitos", tendo como problema de pesquisa a seguinte pergunta: como os corpos gordos de mulheres estão sendo produzidos em doze blogs *plus size* nacionais? Esse estudo tem como objetivo descrever e analisar as enunciações desses blogs *plus size* nacionais, enquanto forma de produção dos corpos gordos. O referencial teórico em que se apoia minha pesquisa situa-se no campo dos Estudos Culturais, em sua vertente pós-estruturalista, e nas contribuições do filósofo Michel Foucault, principalmente, acerca das suas concepções de discurso. Caminho na direção de pensar de outras maneiras as verdades e os modos de vida de nossa sociedade, não as aceitando como naturais, mas sempre adotando uma atitude de desconfiança e um olhar de curiosidade. Para tanto, enquanto produção das informações, foram utilizados como fonte doze blogs *plus size* nacionais, os quais venho entendendo como artefatos midiáticos, que ensinam modos de viver os corpos gordos. Nesse empreendimento, uma análise que se mostrou potente foi a das enunciações recorrentes, considerando as materialidades dos doze blogs, levando em conta não somente suas postagens, mas toda a sua estrutura. Dos encontros com as enunciações dispostas nos blogs, emergiram duas suspeitas: a primeira permitiu visualizar o quanto é recorrente o uso das palavras movimento e segmento pelos blogs *plus size*. Constatei, através dessa primeira análise, que a palavra movimento está sendo usada como uma maneira de aproximar-se dos movimentos sociais e que segmento se associa aos chamados nichos de mercado. Porém, ambas funcionam articuladas, pois as blogueiras reivindicam sua inclusão na sociedade, através de seu reconhecimento como um nicho de mercado. A segunda suspeita leva em consideração as estratégias de poder que vigiam, normalizam e examinam os corpos gordos. Dessa análise, foi possível perceber que os blogs *plus size* se aproximam dos corpos magros como referência: eles flexibilizam alguns critérios corporais e de modos de vida, mas fazem funcionar o ideal de beleza, saúde, alimentação adequada, rotina de exercícios físicos e o ajuste ao mundo da moda, aos critérios utilizados para os corpos magros. Assim, o *plus size* acaba por reproduzir a mesma configuração de normalidade aos corpos gordos, instituindo que para ser *plus size* não basta ter corpos gordos, mas sim, ajustar-se a uma série de características produzidas num contexto de permanente controle, vigilância e exame os quais normalizam esses corpos a partir da referência dos corpos magros, aproximando-os de um corpo aceitável socialmente. Logo, essas duas análises acabaram explicitando algumas estratégias de poder que legitimam determinados saberes sobre os corpos gordos dentro dos doze blogs *plus size* nacionais, produzindo-os.

PALAVRAS-CHAVE: Enunciações; Blogs Nacionais; Corpo Gordo; *Plus Size*; Artefatos Midiáticos.

ABSTRACT

The following study says about a master's dissertation that it is presented in the Program of Postgraduate Science Education: Chemistry of Life and Health, specifically , in the research line " Science education: implications of the scientific practices in the constitution of individuals", having as a search problem the following question: how the overweight bodies are being produced in the twelve blogs *plus size* national? This study has as objective to describe and analyze the enunciations of these blogs *plus size* national, while mode of production of the overweight bodies. The theoretical referential in which it supports my research is situated in the coverage of the cultural studies, in your demonstrations poststructuralist and in the contributions of the philosopher Michael Foucault, mainly, about your discourse ideas. I walk in the direction of think other ways about the truth and the lifestyle of our society, not accepting this like natural, but always adhering one attitude of distrust and a look of curiosity. Therefore, while production of information they where used as source twelve blogs *plus size* national. In this achievement, one analysis which proved to be powerful it was the recurring utterances, considering the materialities of the twelve blogs, taking into account not only your posts, but their whole structure. Of the meetings with the enunciations willing in the blogs, emerged two suspicious: the first, allowed to view how it recurs the use of the words, movement and segment by the blogs *plus size*. I found, through this first analysis, that the word, movement it's been used as a way to get closer to social movements, and the word, segment it is associated with the so-called niches of market. However, both words work hinged, because the bloggers claims their inclusion in the society, through of their recognition as niche of market. The second suspicion it takes into account the power strategies which watch, normalizes and examines. In this analysis has been possible to perceive that the blogs *plus size* still take the lean bodies as reference, relativising some physical criteria and lifestyle, but make it work the ideal of beauty, health, adequate food, routine exercises and the adjustment to the fashion world, that is, the same criteria used for the analysis of lean subjects. So the *plus size* just by restating the same normal configuration for the overweight people establishing that to be *plus size* isn't not enough to be fat, but must adjust themselves in a number of produced features in context of permanent control, surveillance and examination, approaching them of an acceptable body socially. Soon these two analysis explicit some power strategies that legitimizing certain knowledges about the overweight bodies in the twelve blogs *plus size* national, producing them.

Keywords: Enunciations; National Blogs; Overweight Bodies; *Plus Size*; media's artifacts.

LISTAS DE FIGURAS

Figura 01- Postagem do blog Grandes.....	27
Figura 02- Postagem do blog Mulherão.....	28
Figura 03- Postagem do blog Mulherão.....	28
Figura 04- Layout da página de abertura do blog Grandes Mulheres.....	29
Figura 05- Blog Débora Fernandez <i>Plus</i>	30
Figura 06- Layout da página de abertura do blog Mulherão.....	30
Figura 07- Blog Cheias de Charme <i>Plus Size</i>	31
Figura08- Postagem do blog Grandes Mulheres.....	32
Figura09- Blog Fofashions.....	33
Quadro 10- Informações gerais sobre o blogs.....	34
Figura 11- Postagem do blog Débora Fernandes <i>Plus</i>	35
Figura 12- Postagem do blog Forma Fofa.....	36
Figura 13- Postagem do blog Mulherão.....	37
Figura 14- Postagem do blog Débora Fernandes <i>Plus</i>	37
Figura 15- Postagem do blog Cheias de Curva.....	38
Figura 16- Postagem do blog Grandes Mulheres.....	39
Figura 17- Postagem do blog Forma Fofa.....	40
Figura 18- Postagem do blog Mulherão.....	41
Figura 19- Postagem do blog Cheias de Charme <i>Plus Size</i>	41
Figura 20- Postagem do blog Cheias de Charme <i>Plus Size</i>	42
Figura 21- Postagem do blog Grandes Mulheres.....	43
Figura 22- Postagem do blog Cheias de Curvas.....	44
Figura 23- Postagem do blog Cheia de Curvas.....	45
Figura 24- Postagem do blog Grandes Mulheres.....	46
Quadro 25- Listagem dos blogs <i>plus size</i> nacionais	54
Figura 26- Whitney Thompson, modelo <i>plus size</i>	55
Figura 27- Foto da modelo Lizzie Miller.....	56
Figura 28- Postagem do blog Mulherão.....	56
Figura 29- Cantora Beth Ditto.....	57
Figura 30- Atriz Gabby Sidibe.....	58
Figura 31- Revista Veja.....	60
Figura 32- Modelo <i>Plus Size</i> Flúvia Lacerda.....	61
Figura 33- Site BBC.....	62
Figura 34- Jornal Nacional.....	62
Figura 35- Reportagem da Folha.....	63
Figura 36- Postagem do blog Grandes Mulheres.....	64
Figura 37- Postagem do blog Cheias de Charme <i>Plus Size</i>	66
Figura 38- Postagem do blog Grandes Mulheres.....	67
Figura 39- Postagem do blog Grandes Mulheres.....	67

Figura 40-Postagem do blog Beleza sem Tamanho.....	67
Figura 41- Postagem do blog Mulherão.....	69
Figura 42- Postagem do blog Cheias de Curvas.....	70
Figura 43- Postagem do blog Beleza <i>Plus Size</i>	71
Figura 44- Postagem do blog Mulherão.....	72
Figura 45- Postagem do blog Espaço <i>Plus Size</i>	74
Figura 46- Postagem do blog Beleza <i>Plus Size</i>	75
Figura 47- Postagem do blog Beleza <i>Plus Size</i>	75
Figura 48- Postagem do blog Beleza sem Tamanho.....	76
Figura 49- Postagem do blog Grandes Mulheres.....	78
Figura 50- Postagem do blog Beleza <i>Plus Size</i>	81
Figura 51- Postagem do blog Beleza <i>Plus Size</i>	81
Figura 52- Postagem do Blog Beleza <i>Plus Size</i>	81
Figura 53- Postagem do Blog Cheias de Curvas	82
Figura 54- Postagem do Blog Mulherão	83
Figura 55- Postagem do Blog cheias de Curvas	84
Figura 56- Postagem do blog Grandes Mulheres.....	85
Figura 57- Postagem do Blog cheias de Curvas	86
Figura 58- Postagem do Blog Grandes Mulheres.....	87
Figura 59- Postagem do Blog Grandes Mulheres.....	88
Figura 60- Postagem do Blog Grandes Mulheres.....	89
Figura 61- Postagem do Blog Grandes Mulheres.....	89
Figura 62- Postagem do blog Cheias de Charme <i>Plus Size</i>	90
Figura 63- Postagem do blog Cheias de Charme <i>Plus Size</i>	90
Figura 64- Postagem do Blog Cheias de Curvas.....	92
Figura 65- Postagem do Blog Espaço <i>Plus Size</i>	92
Figura 66- Postagem do Blog Beleza <i>Plus Size</i>	94

SUMÁRIO

1. Apresentação.....	11
2. Por onde andei: dos caminhos percorridos à proposta de pesquisa.....	14
3. Referencial teórico: campos que me apoiam	20
4. Os blogs e os blogs <i>plus size</i> nacionais: contextualizando	26
5. Contando histórias.....	48
5.1. Os corpos gordos: deslocamentos no tempo e espaço	48
5.2. A emergência do <i>plus size</i> no Brasil: porque é possível falar sobre isso nesse momento?.....	54
6. Traçando algumas análises	66
6.1. Movimento e segmento nos blogs <i>plus size</i> nacionais: modos de posicionar os corpos gordos em uma sociedade de consumidores	66
6.2. Estratégias de poder: as técnicas de vigilância, normalização e exame dos corpos gordos nos blogs <i>plus size</i>	79
7. Fim? Talvez algumas considerações.....	96
8. Referências.....	99
9. Fontes.....	103

1. APRESENTAÇÃO

*Aqui está a minha vida – esta areia tão clara,
com desenhos de andar dedicados ao vento.*
(Cecília Meirelles).

Dou início a minha dissertação através das linhas do poema ‘Apresentação’, de Cecília Meirelles, pois apresentar essa pesquisa se constitui em falar sobre mim e dos tantos desafios que essa escrita me colocou. Não sou a mesma professora, pesquisadora, amiga, filha, tia, irmã, dentre tantas posições de sujeitos que assumo, que comecei o mestrado em Educação em Ciências da Universidade Federal do Rio Grande – FURG, na linha de pesquisa Educação Científica: implicações das práticas científicas na constituição dos sujeitos.

Sou todas elas e também outra: meu andar é outro, são distintos desenhos feitos na areia que, certamente, o vento apagará e refará. O vento, que tanto desestabiliza a areia, mas que lhe possibilita ser sempre algo diferente. Se você me conheceu há dois anos, isso significa que você não me conhece mais: permita-me que eu me apresente novamente...

Sou uma professora/pesquisadora que pensa e reflete sobre os corpos dos sujeitos a partir de sua materialidade biológica, articulada às práticas culturais, histórico-sociais e discursivas, que nos ensinam os sentidos que passamos a atribuir aos nossos corpos. Isso me possibilita olhar para eles como produções de um momento histórico e cultural específico, mergulhado em relações sociais e redes de poder que, longe de serem imutáveis e inquestionáveis, mostram-se como um campo rico para produzir suspeitas, inquietações, desestabilizações, incertezas, que se tornaram produtivas para essa pesquisa.

Logo, problematizar o corpo gordo dentro de nossa sociedade se torna potente para desconstruir verdades¹ que são ditas como universais sobre os mesmos. Considero a problematização não como uma

Representação de um objeto preexistente, nem tampouco a criação pelo discurso de um objeto que não existe. É o conjunto das práticas discursivas e não discursivas que faz alguma coisa entrar no jogo do verdadeiro e do falso e o constitui como objeto para o pensamento (seja sob a forma de reflexão moral, do conhecimento científico, da análise da política etc.) (FOUCAULT, 2010b, p. 242).

¹A partir de Foucault, venho entendendo a verdade como produzida neste mundo, como construções e invenções que nem sempre existiram.

Entendo, então, que problematizar seria um trabalho do pensamento e não uma representação. Seria exercitar o pensar através de suspeitas que gerem problemas que se tornam produtivos. Seria trazer o corpo gordo para o “jogo do verdadeiro e do falso”, buscando “desestabilizar, tirar do repouso, submeter a um movimento” (FONSECA, 2004, p. 48).

Isso implicou em me aproximar de saberes fundamentados em determinados referenciais teóricos e políticos, especialmente dos Estudos Culturais, em sua vertente pós-estruturalista, e de algumas autoras e autores, como, por exemplo, o filósofo francês Michel Foucault e Rosa Fischer.

Dessa maneira, trago, como tema de minha dissertação, os corpos gordos na atualidade e, como problema² de pesquisa, a pergunta: como os corpos gordos estão sendo produzidos nos blogs *plus size* nacionais? A partir deste questionamento, delineou-se o seguinte objetivo: descrever e analisar as enunciações dos doze blogs *plus size* nacionais, enquanto forma de produção dos corpos gordos. Para tanto, foram utilizadas algumas ferramentas teóricas foucaultianas, principalmente a concepção de discurso, com foco principal nas enunciações, ou seja, no que é dito nas postagens desses artefatos midiáticos.

Trabalhei com a temática me utilizando da internet, a qual, na atualidade, é uma potente ferramenta midiática e produtora de verdades (FISCHER, 2007), sobretudo em blogs *plus size* nacionais. Acredito que problematizar esses artefatos midiáticos que se referem aos corpos gordos, a partir da internet, é produtivo para promover discussões sobre a constituição de outros modos de olhar os corpos gordos, desconfiando e suspeitando de verdades universais, pois, como fala Foucault (2014a), não se trata de identificar o verdadeiro ou o falso, mas de se dedicar às políticas de verdades, atravessadas por relações de poder/saber.

Assim, busco, neste momento, mostrar a forma como estruturei minha pesquisa, através dessa apresentação, como primeiro capítulo. No segundo capítulo, intitulado *Por onde andei: dos caminhos percorridos à proposta de pesquisa*, conto sobre a trajetória que me conduziu até os corpos gordos e o *plus size*, passando pela graduação, minha vida familiar, profissional e minhas experiências de pesquisa até chegar à escolha dos doze blogs *plus size* nacionais como meu *corpus* de análise e, assim, meu problema e objetivo da dissertação.

²Como cheguei ao meu problema de pesquisa e ao objetivo de meu trabalho, será tratado no capítulo intitulado ‘Por onde Andei: dos caminhos percorridos a proposta de pesquisa’.

No terceiro capítulo, *Referencial teórico: campos que me apoiam*, trago algumas considerações acerca dos Estudos Culturais. Fundamentada neste campo teórico, em suas vertentes pós-estruturalistas, busco sustentar as discussões realizadas neste trabalho, utilizando-me de algumas ferramentas a partir das concepções de discurso do filósofo Michel Foucault, com foco principal nas enunciações.

No quarto capítulo, *Os blogs e os blogs plus size nacionais: contextualizando*, ocupo-me em mostrar esses artefatos midiáticos de maneira geral e suas formas de linguagem, através de um breve histórico. Na continuação da escrita, apresento os blogs *plus size* nacionais, os quais foram minhas fontes de análises para a presente pesquisa, tratando de aspectos específicos dos mesmos.

No quinto capítulo, *Contando histórias...*, falo sobre uma das histórias dos corpos gordos, tratando como esses corpos, ao longo do tempo e espaço, passam por deslocamentos. Ainda nesse capítulo, traço uma escrita que pretende compreender, sob diferentes aspectos, como se pode pensar o *plus size* e sua emergência no Brasil,

No capítulo seguinte, intitulado *Traçando algumas análises*, mostro que a definição das temáticas se deu a partir da discussão de algumas recorrências que perpassaram os doze blogs *plus size*, nas quais emergiram os seguintes aspectos: o uso das palavras segmento e movimento, e as estratégias de poder em relação aos corpos gordos.

A primeira análise, intitulada *Movimento e segmento nos blogs plus size: modos de posicionar os corpos gordos em uma sociedade de consumidores*, tem por objetivo descrever e analisar o uso das palavras movimento e segmento pelos blogs *plus size* nacionais acessados. Discuti como a palavra movimento está sendo usada de maneira a se aproximar dos movimentos sociais e como a expressão segmento tem se associado aos chamados nichos de mercado.

Na segunda temática definida para análise, *Estratégias de Poder: as técnicas de vigilância, controle e exame dos corpos gordos nos blogs plus size*, discuti como as estratégias de poder estão configurando-se nos blogs *plus size*, de modo a controlar, vigiar, examinar e assim normalizar esses corpos gordos *plus size* a partir da referência do magro.

No sétimo capítulo, trago algumas considerações que foram possibilitadas pela escrita de minha dissertação, no sentido de perceber algumas estratégias de poder/saber.

2. POR ONDE ANDEI: DOS CAMINHOS PERCORRIDOS À PROPOSTA DE PESQUISA

Gostaria de destacar que a problematização que produzo sobre os modos de olhar os corpos gordos e o mundo não é neutra e nem se deu por acaso. A minha história, que constrói o lugar em que me coloco, permite que eu faça articulações com o que vivi e o presente em que me encontro, possibilitando a escrita desse trabalho e não outro.

Falo de mim como um *sujeito da experiência*, cujas andanças me constituem, me tocam e partem de alguém que vê a vida como saber, como singularidade (LARROSA, 2002). Não falo de mim como um indivíduo unificado, mas pautada nas várias manifestações de minha dispersão, nos diversos lugares em que me coloco e nas distintas posições que ocupo quando pratico uma fala ou quando tento legitimá-la, através de relações de poder/saber (FOUCAULT, 2014a).

Minha trajetória até aqui foi possível, entre outras coisas, pela minha história familiar, por ter cursado as disciplinas e participado dos debates do curso de Educação Física da Universidade Federal do Rio Grande - FURG, onde procurei fortalecer minha experiência como pesquisadora que se encontrou, em seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), com o Grupo Colmeia³, com a *Tulipa*⁴ e com os questionamentos que me tocaram ao final daquela pesquisa.

Entre os processos de constituição da minha história e de todos os atravessamentos que vivi até aqui, começo destacando a minha vida familiar, na qual minha mãe é uma pessoa central. Ela sempre foi e é interpelada por todos os ditos relacionados às pessoas nomeadas como obesas, tais como feias, preguiçosas, desleixadas, doentes, entre outros. De certa forma, foi a partir destas falas que passei a perceber e entender os gordos como um sujeito universal, ou seja, não pensava sobre eles fora do olhar de minha mãe e, também, por um tempo, entendia – e em alguns momentos ainda entendo – esses corpos gordos como algo negativo e que precisa ser corrigido.

³Associação Movimento Solidário Colmeia é uma sociedade de caráter social, fundada em 12 de dezembro de 2002, que tem como principal objetivo possibilitar o resgate da cidadania e melhorar a qualidade de vida de algumas famílias que residem no bairro Castelo Branco e seus arredores, no município do Rio Grande/RS. Informação disponível em: http://www.rederg.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=160, acessado em 04/02/2015.

⁴Utilizei nomes de flores como forma de nomear as mulheres que participaram de minha pesquisa.

Interpelada pela história de minha mãe, pela minha paixão pelos esportes⁵ e pela anatomia do corpo humano⁶, realizei o vestibular, no ano de 2008, para o curso de Educação Física (EF) - Licenciatura⁷ da FURG, cujo ingresso foi no ano de 2009. No decorrer de minha graduação, tive a possibilidade de entender o corpo para além de sua materialidade biológica, produzido também pela história e por diferentes culturas. Algumas disciplinas⁸, como Corporeidade I, II e III, Cultura do Movimento Humano I e II e Antropologia, além de outras, abriram um leque de discussões sobre diversas formas de perceber e viver os corpos.

Os debates propostos por essas e outras disciplinas me ajudaram a entender que o corpo não é algo dado, sólido e imutável. Ele não é único: é o seu entorno, provisório, suscetível a várias interferências com relação ao contexto em que está inserido. Os corpos são produtos e produtores de relações sociais, ou seja,

mais que um conjunto de músculos, ossos e vísceras, reflexos e sensações, o corpo é também a roupa e os acessórios que o adornam, as intervenções que nele se operam, a imagem que dele se produz, as máquinas que nele se acoplam, os sentidos que nele se incorporam, os silêncios que por ele falam, os vestígios que nele se exibem, a educação de seus gestos... enfim, é um sem limite de possibilidades sempre reinventadas e a serem descobertas. Não são, portanto, as semelhanças biológicas que o definem, mas, fundamentalmente, os significados culturais e sociais que ao corpo a ele se atribuem (GOELLNER, 2013, p. 31).

Porém, antes de minha entrada na universidade, nunca pensei sobre os corpos dessa maneira e, naquele momento de aprendizado, isso me desconcertou e me desestabilizou. No começo, tudo era um pouco estranho para mim, pois isto rompia com o que eu tinha elegido e escutado sobre o que seria a EF⁹.

Este processo de desestabilização foi potencializado com minha pesquisa de conclusão de curso, a qual ficou intitulada *As concepções de si: o corpo gordo*

⁵ Durante minha infância e adolescência transitei por diferentes esportes. Fui jogadora de vôlei de quadra e de praia; jogadora de futsal e handebol, além de participar de várias competições de atletismo.

⁶Esse interesse me foi despertado nas aulas de Ciências e de Educação Física (na qual eu tinha aulas teóricas sobre anatomia), que tive durante minha trajetória no ensino fundamental, a partir da 6ª série, no ano de 1991 e que continuou no decorrer do Ensino Médio, nas quais era abordada a parte biológica do corpo humano.

⁷Acreditava e ainda acredito que, como professora de Educação Física, poderia ajudar as pessoas a emagrecer e, com isso, viver melhor. Interpelada pela história de minha mãe, via na EF a possibilidade de ser uma voz autorizada a falar e ajudar as pessoas a emagrecer, acreditando que todos teriam esse objetivo. Minha mãe fica muito contente com essa possibilidade de agora ter um profissional que poderá ajudá-la a perder peso.

⁸Trago estas e não outras disciplinas, pois foram aquelas as que mais desestabilizaram as minhas certezas.

⁹ A Educação Física (EF) tem sua história intimamente ligada à área médica; isso possibilitou um olhar, em grande maioria, muito voltado para a área biológica, fazendo com que em muitos dos cursos de formação docente em EF houvesse uma visão de corpo que parte do referencial biologicista.

feminino. Meu trabalho teve como objetivo analisar as concepções de corpo das mulheres¹⁰ do Grupo Colmeia (GC), da cidade de Rio Grande – RS, que se consideravam gordas¹¹. Como referencial teórico-metodológico, usei os Estudos Culturais e o Grupo Focal, que serviu como ferramenta para a obtenção das informações, as quais foram analisadas através da Análise de Conteúdo¹². As narrativas das mulheres demonstraram que elas estavam aprisionadas ao poder que controla os corpos através de um ideal de beleza e saúde padronizado. Ser bela, para a maioria delas, era ter um corpo magro e considerado como saudável, sendo que a noção de saúde estava vinculada à de magreza.

Naquela pesquisa, meus modos de olhar o mundo eram outros, distintos daqueles dos quais me aproximo agora. Naquele momento, me sentia motivada a dar voz às mulheres do Grupo Colmeia para que elas saíssem do anonimato, que eu acreditava existir, em nossa sociedade, em relação às mulheres gordas. Minha pesquisa, a meu ver, possibilitaria dar visibilidade a elas, mostrando o que estava escondido em suas falas, através de uma interpretação aprofundada do que elas me diziam.

No entanto, em meio às vozes das mulheres do GC, uma singularidade me desestabilizou e chamou minha atenção: *Tulipa*, que se considerava gorda, evidenciava a sua satisfação em relação a seu corpo e associava sua beleza à gordura. Aquela postura surpreendeu a mim e também ao restante do grupo, pois era uma maneira diferente de sentir o corpo dentro de uma sociedade que, em sua maioria, prima pela magreza. Para mim, era certo que ninguém gostaria ou poderia encontrar alguma vantagem em ter um corpo gordo.

Reforçando isso, durante a minha graduação, trabalhei como estagiária em uma academia de ginástica, além de ter sido bolsista, por dois anos, de projetos para a comunidade na prática de musculação na FURG. Naquele momento, eu vivia uma

¹⁰As questões sobre gênero também me interessavam, naquele momento, e decidi pesquisar sobre as mulheres gordas em meu TCC, visto que “ao longo do tempo muitas foram as estratégias de controle e ocultamento a ele dirigidas” (GOELLNER, 2001, p.36). Os corpos femininos foram e são produzidos para seguir modelos idealizados de corporeidade. O culto à magreza e a rejeição aos gordos, considerados fora dos padrões de beleza e saúde da atualidade, mostram uma forma de controle e poder sobre a maioria dos corpos femininos, além de ser impulsionada pela história de minha mãe.

¹¹Deixei que as mulheres se identificassem como gordas e não pretendi julgá-las ou avaliá-las, dizendo se eram ou não gordas, a partir de quaisquer critérios pré-estabelecidos. Para mim, interessavam aquelas mulheres que se consideravam gordas.

¹² Laurence Bardin (1977) e Roque Moraes (1999) falam sobre a interpretação das mensagens, a qual procura uma compreensão dos significados para além de uma simples leitura, buscando um entendimento mais aprofundado, através de uma exploração das informações obtidas.

relação com alunas(os) que estavam comprometidas(os) com o emagrecimento. Esses sujeitos percebiam em mim a voz autorizada a ajudá-los a perder peso e, ainda hoje, vivo essa realidade, lecionando como professora de dança, através da zumba¹³. Todo o contexto de minha história familiar, que rejeitava os corpos gordos e o fato de acreditar que estava ajudando pessoas a eliminar algo que eu via como ruim, a gordura corporal, me motivaram a fazer escolhas. Naquele momento, estranhei, mas não priorizei, a possibilidade de discutir a fala de *Tulipa*.

Porém, entre leituras e escutas que eu realizava na graduação, iniciei minha aproximação com autores como Michel Foucault. Esses encontros passaram a me causar alguns desconfortos em relação às minhas certezas. Passei a suspeitar, em alguns momentos, que talvez nem todos os corpos gordos fossem doentes ou desleixados e que nem todos desejam corpos magros. *Tulipa* me fez desconfiar que minhas verdades devessem ser questionadas, mas continuei minha caminhada e, por um tempo, não voltei a pensar sobre isso.

No entanto, eu ainda continuava com a minha postura de julgar e negar esses corpos gordos. Isso se tornou evidente quando as(os) professoras(es) que compuseram a banca de defesa da minha pesquisa¹⁴ perguntaram-me porque não me dediquei mais às narrativas de *Tulipa*, não as explorei com maior dedicação. Não tive respostas para essas indagações. Porém, eu sentia que elas haviam me inquietado, me tocado (LARROSA, 2002) e as observações das(os) professoras(es) me despertaram novamente para aquele incômodo produtivo¹⁵.

Ao final dessa etapa de minha história, alguns questionamentos me desassossegavam e me remetiam a *Tulipa* e às relações dos sujeitos com a gordura em uma sociedade que, segundo Claude Fischler (2005), se caracteriza como lipofóbica, a qual possui uma obsessão por um corpo magro e rejeita a gordura. Então, passei a me perguntar: existiriam outras(os) Tulipas? Se existem, como estão sendo produzidos esses corpos gordos? Em que espaços esses gordos estão se constituindo?

¹³Zumba é um programa para *fitness*, inspirado principalmente pela Dança Latina. Foi criado por um bailarino e coreógrafo de Miami, Alberto "Beto" Perez, juntamente com um casal de empresários nomeados Alberto Perlman e Alberto Aghion. De acordo com Alberto Perez, a Zumba usa os princípios do treinamento de resistência e intervalo de treinamento físico para aumentar a produção de calorias, a tonificação total do corpo, e para queimar gordura. É um método de combinação de passos simples com movimentos de dança para esculpir o corpo. Informação disponível em: <http://praticarzumba.blogspot.com.br/2013/05/zumba-o-que-e-de-onde-vem.html>, acessado em 01/03/2015.

¹⁴Prof^a Dr^a Méri Rosane Santos da Silva (FURG), Prof. Dr. José Geraldo Damico (UFRGS) e Prof^a Débora Freitas (FURG).

¹⁵Uso o termo produtivo, pois me desestabilizou, me fez questionar coisas que eu havia colocado como naturais e me mobilizou a procurar outros caminhos, outros encontros, outros desafios.

A partir desses questionamentos comecei a me movimentar em direção a essas suspeitas, as quais me deixam sempre alerta para desconfiar do que é naturalizado, e isso me levou a outra etapa de minha história, a outras experiências, deslocamentos, deslizes que permitiram meu encontro com o *plus size* e a escrita dessa dissertação.

Meu envolvimento com o *plus size* aconteceu através do acesso a algumas mídias, tais como televisão, revistas, jornais impressos, internet. Por meio da leitura e visualização desses textos e vídeos, me aproximei do assunto. Porém, foi na internet que meu interesse ganhou maior entusiasmo.

Com a intenção de bisbilhotar e conhecer mais sobre o tema, realizei uma procura na internet, através da busca pela expressão "movimento¹⁶*plus size*". Escolhi esses vocábulos pois já havia visualizado algumas informações que traziam essa expressão em matérias de televisão, jornais e em ambientes virtuais. Utilizei como ferramenta de procura o site de busca *Google*¹⁷, por considerá-lo de fácil acesso à maioria das pessoas, e fui surpreendida com o volume grande de informações que surgiram a partir da minha investigação, envolvendo lojas virtuais, desfiles de moda, contas no *Facebook*, sites de compra e venda, agências de modelos, propagandas de divulgação, blogs, entre outros.

Circulei por diferentes ferramentas virtuais, as quais surgiram de minha busca no *Google* e, durante minha trajetória, apareceram dois blogs: Grandes Mulheres e Mulherão. Esses blogs despertaram minha curiosidade, motivo que me mobilizou a realizar um microinvestimento¹⁸ analítico nesses artefatos midiáticos. Não falo de uma curiosidade fútil, mas daquela que me permite questionar e desnaturalizar minhas verdades, ou seja,

única espécie de curiosidade que vale apenas ser praticada com um pouco de obstinação: não aquela que procura assimilar o que convém conhecer, mas a que permite separar-se de si mesmo. De que valeria a obstinação do saber se ele assegurasse apenas a aquisição dos conhecimentos e não, de certa maneira, e tanto quanto possível, o descaminho daquele que conhece? Existem momentos na vida em que a questão do saber se se pode pensar diferentemente do que se pensa, e perceber diferentemente do que se vê, é indispensável para continuar a olhar ou a refletir (FOUCAULT, 2014d, p. 13).

¹⁶ No processo de imersão nesses espaços, percebi o uso recorrente também do termo segmento e certamente se fosse usado esse termo para a busca seriam outros achados.

¹⁷ O Google hospeda e desenvolve uma série de serviços e produtos baseados na *internet*. O Google surgiu no ano de 1998, como uma empresa privada, e com a missão de organizar a informação mundial e torná-la universalmente acessível e útil. Informação disponível em: <http://www.significados.com.br/google/> (acessado em 08/05/2016).

¹⁸ Microinvestimento, pois pesquisei apenas esses dois blogs; li suas postagens, observei sua forma de funcionamento entre outras coisas, por certo tempo.

Assim, a curiosidade que evoca inquietações, perguntas e desconfianças é que me impulsionou a percorrer os dois blogs, pois eles me remeteram a *Tulipa* e aos questionamentos que movimentaram nessa busca, principalmente porque minhas desestabilizações em relação aos corpos gordos retornaram com maior força quando me encontrei com os blogs *plus size*.

Dessa forma, voltei ao site de busca *Google* e realizei outra procura, a qual foi feita em março de 2014, com a finalidade de saber mais sobre os blogs. Nessa etapa, utilizei-me das palavras “blogs do movimento *plus size*”. Nessa busca, deparei-me com doze deles, incluindo os dois que localizei anteriormente, além de alguns internacionais.

Os blogs nacionais encontrados foram: Grandes Mulheres, Beleza sem Tamanho, Mulherão, Blog Débora Fernandes Plus, Beleza *Plus Size*, Forma Fofa, Gordinhas Assumidas, Fofashions, Hoje Eu Vou Assim *Plus Size*, Espaço *Plus*, Cheias de Curvas e Cheias de Charme *Plus Size*. Somente esses doze blogs surgiram em minha busca. Porém, se fossem usadas outras palavras para procura, certamente outros surgiriam.

Logo, fiz minha escolha pelos doze blogs *plus size* nacionais para compor meu *corpus* de análise, pois acredito ser relevante compreender como está se dando esse processo de construção dos corpos gordos *plus size* em nosso contexto. Assim, através de minhas vivências familiares, acadêmicas e profissionais, meu TCC e *Tulipa*, minhas desestabilizações, o *plus size* e os blogs, chego ao problema que norteia minha pesquisa. Em função deste questionamento, acabei delimitando, como objetivo, descrever e analisar as enunciações dos doze blogs *plus size* nacionais, enquanto forma de produção dos corpos gordos.

Para alcançar meu objetivo e fazer funcionar meu problema de pesquisa, direciono meu referencial teórico para os Estudos Culturais em sua vertente pós-estruturalista e utilizo algumas ferramentas das concepções de Análise de Discurso em Foucault, de que tratarei no capítulo seguinte.

3. REFERENCIAL TEÓRICO: CAMPOS QUE ME APOIAM

O referencial teórico em que se apoia minha pesquisa situa-se no campo dos Estudos Culturais, em sua vertente pós-estruturalista, e nas contribuições do filósofo Michel Foucault, principalmente acerca das suas concepções de discurso, das quais utilizarei algumas ferramentas.

Os Estudos Culturais (EC) se caracterizam por não buscarem ser hegemônicos, com fronteiras e contornos claramente esquematizados. Ao contrário, os EC se utilizam de diversas tendências para analisar a cultura e se caracterizam, como afirmam Costa, Silveira e Sommer (2003), por empregar “um conjunto de abordagens, problematizações e reflexões situadas na confluência de vários campos já estabelecidos”(p. 40), empregando distintas teorias.

Os EC são um campo que se utiliza de diversas disciplinas para compreender os processos de produção cultural, das estruturas sociais e históricas da sociedade contemporânea, flexibilizando as fronteiras disciplinares, ou seja, os mesmos são “interdisciplinares; eles são frequentemente como outros têm dito, ativa e agressivamente antidisciplinares” (NELSON, TREICHLER e GRESSBERG, 2013, p.8). De acordo com esses autores, os EC buscam uma interação entre diversos campos e disciplinas que abrange posições e estratégias diferentes em contextos específicos, para tratar de questões culturais da sociedade.

Segundo Costa, Silveira e Sommer (2003), na década de 50, na Inglaterra, houve dois determinantes históricos importantes para a emergência e desenvolvimento dos EC:

A primeira seria a reorganização de todo o campo das relações culturais em decorrência do impacto do capitalismo no surgimento de novas formas culturais – TV, publicidade, música *rock*, jornais e revistas de grande tiragem e circulação – que levam à dissolução o campo de forças do poder cultural das elites. A segunda teria sido o colapso do império britânico, cujo mapa territorial do poder diminui significativamente após a guerra contra o Egito em 1956, revirando o imaginário social da Inglaterra (p. 39).

Nesse contexto, surgiu uma geração de intelectuais com outros posicionamentos, ideias e críticas em relação às discussões sobre cultura. De acordo com Costa, Silveira e Sommer (2003), autores como Hoggart (1957), Williams (1958) e Thompson (1963) deram início a um modo de pensar a sociedade ao qual chamamos, hoje, de EC. Muitos desses autores eram de famílias da classe operária.

Foi na década de 60 que os EC se institucionalizaram no Centro de Estudos Culturais da Universidade de Birmingham, em 1964, na Inglaterra, sendo que Stuart Hall foi um de seus fundadores e diretor (SILVA, 2015). O aparecimento desse campo de estudo questionou (e questiona) as distinções hierárquicas existentes entre a “alta cultura” (da burguesia), tida como modelo a ser seguido e tido como conhecimento verdadeiro para explicar o mundo (cinema, pintura e clássicos da música), e a “baixa cultura” (programas de TV, atividades de lazer, músicas populares), associada inicialmente à classe operária (COSTA, SILVEIRA, SOMMER, 2003; COSTA, 2000).

Dessa maneira, os EC buscam a descentralização da concepção de cultura, ou seja, a mesma não pode mais ser pensada como acúmulo de saberes ou processo estético, intelectual ou espiritual. “A cultura precisa ser estudada e compreendida tendo-se em conta a enorme expansão de tudo que está associado a ela, e o papel constitutivo que assumiu em todos os aspectos da vida social” (COSTA, SILVEIRA, SOMMER, 2003, p.36).

Com isso, esse campo do conhecimento abre as portas para uma diversidade de possibilidades de análises sobre culturas populares, incluindo pequenos grupos que antes eram desconsiderados, pois a

Cultura transmuta-se de um conceito impregnado de distinção, hierarquia e elitismos segregacionistas para um outro eixo de significados em que se abre um amplo leque de sentidos cambiantes e versáteis. Cultura deixa, gradativamente, de ser domínio exclusivo da erudição, da tradição literária e artística, de padrões estéticos elitizados e passa a contemplar, também, o gosto das multidões. Em sua flexão plural – *culturas* – e adjetivado, o conceito incorpora novas e diferentes possibilidades de sentido. (COSTA, SILVEIRA, SOMMER, 2003, p. 36)

Dessa forma, para os EC é importante a adoção da concepção de cultura entendida, segundo Silva (2015), como:

Um campo onde se define não apenas a forma que o mundo deve ter, mas também a forma como as pessoas e os grupos devem ser. A cultura é um jogo de poder. Os Estudos Culturais são particularmente sensíveis às relações de poder que definem o campo cultural (p.134).

Deste modo, a cultura está vinculada a relações de poder, a partir das quais se estabelecem os significados que se tornam culturalmente relevantes a um determinado grupo social.

Assim, todos os processos de significação social são culturalmente construídos e imbricados por relações de poder. Partindo desse entendimento, os EC entendem seus objetos de análise como artefatos culturais, sendo que:

Em muitas das análises feitas nos Estudos Culturais, busca-se, fundamentalmente, caracterizar o objeto sob análise como um artefato cultural, isto é, como o resultado de um processo de construção social (SILVA, 2015, p.134).

Os artefatos produzem pedagogias que ensinam modos de ser e estar no mundo, construindo e produzindo significados. Logo, compreendo que, enquanto sujeitos de uma cultura, somos constituídos nela e por ela. Com isso, os processos que compõem nossas subjetividades são tanto educacionais quanto culturais e, sob essa perspectiva, é possível compreender que “o cultural torna-se pedagógico e a pedagogia torna-se cultural” (SILVA, 2015, p. 139).

Para este mesmo autor, a pedagogia e a cultura estão presentes em diferentes instituições, instâncias, práticas e processos sociais como cinema, televisão, livros, música, ciência. Para ele, todos esses espaços “transmitem uma variedade de formas de conhecimento que, embora não sejam reconhecidas como tais, são fundamentais na formação da identidade e da subjetividade”, pois, do ponto de vista cultural e pedagógico, os conhecimentos produzidos nesses espaços “influenciarão o comportamento das pessoas de maneiras cruciais e até vitais”(SILVA, 2015, p.140).

Os exemplos citados acima – televisão, cinema, música, livros– são considerados, por Fischer (1996, 2007, 2012), exemplos de ferramentas midiáticas, além das possibilitadas pela internet – entre elas, os blogs. Logo, considero os blogs *plus size* nacionais, que fazem parte de minha pesquisa, enquanto artefatos midiáticos, nos quais pedagogias são constituídas acerca dos corpos gordos, ensinando aos sujeitos modos de vivenciar seus corpos, a partir da produção de sentidos.

Desse modo, os blogs *plus size* nacionais, enquanto artefatos midiáticos, tornam-se potentes para se pensar as pedagogias culturais, pois, conforme Fischer (1996), a mídia é um lugar onde possivelmente funciona, em nossa época, uma espécie de sobreposição de verdades, “justamente por ter-se transformado em um local privilegiado de produção, veiculação e circulação de enunciados de múltiplas fontes” (p. 123), que tentam assumir uma vontade de verdade em nossa sociedade.

Fischer (2007) cita a importância de se perceber as mídias como produtoras de verdades que merecem atenção na atualidade, visto que qualquer espaço nos jornais, nas revistas ou na internet configura poder, produz efeitos específicos nas pessoas, constrói um campo de verdades que buscam ser legitimadas. Os blogs, como artefatos midiáticos, estão sensíveis a essas relações de poder.

Desse modo, entender os blogs *plus size* como artefatos midiáticos é tomá-los como “resultado de um processo social”, produzido em um contexto cultural peculiar, o qual traz significados e conhecimentos característicos. Silva (2015) afirma que, para os EC, “todo o conhecimento, na medida em que se constitui num sistema de significação, é cultural. Além disso, como sistema de significação, todo conhecimento está estreitamente vinculado com relações de poder” (p. 139).

Assim, uma das abordagens dos EC que se focam nas concepções de poder é a pós-estruturalista, a qual surgiu na França por volta da década de 1960. Segundo Peters (2000), o pós-estruturalismo pode ser caracterizado como uma forma de filosofar, um modo de pensar e escrever que questiona o realismo, o racionalismo e o cientificismo do estruturalismo, mesmo que não rompa completamente com ele.

Dentre os intelectuais que fazem parte ou que têm seus trabalhos associados ao pós-estruturalismo, estão filósofo francês Michel Foucault. Para o autor, o poder não tem um ponto central de origem, mas “se produz a cada instante, em toda a relação entre um ponto e outro”, “o poder está em toda parte, porque provém de todos os lugares” (FOUCAULT, 2014c, p. 101).

Partindo do entendimento de que o poder se dá por todos os lados, ou seja, não está centralizado, percebe-se que o mesmo funciona como uma rede na qual existem pontos de resistência, pois “lá onde há poder há resistência” e “esses pontos de resistência estão presentes em toda a rede de poder” (FOUCAULT, 2014c, p. 104). Além disso, o poder não está fixado em uma ação, mas articula-se através de relações, isto é, na ação que parte da ação do outro, sem que isso estabeleça binarismos: dominadores e dominados, ricos e pobres, fortes e fracos, magros e gordos. Como o poder forma uma rede, com vários pontos de ação interligados, deve-se, segundo Foucault (2014c),

supor que as correlações de força múltiplas que se formam e atuam nos aparelhos de produção, nas famílias, nos grupos restritos e instituições, servem de suporte a amplos efeitos de clivagem que atravessam o conjunto do corpo social (p. 102).

Desse modo, o poder “produz domínios de objetos e rituais de verdade” (2014b, p. 20), como um elemento dinâmico que circula por todos os campos sociais. Dessa forma, as relações de poder estão presentes em nossas práticas culturais, criando significados sociais, construindo verdades e modos diversos dos sujeitos se colocarem no mundo.

Mas não se pode falar de poder sem o saber, pois

o poder produz saber [...]; o saber e poder estão diretamente implicados; que não há relação de poder sem constituição correlata de um campo de saber, nem saber que não suponha e não constitua ao mesmo tempo relações de poder.(FOUCAULT, 2013, p. 30).

Desse modo, analisar a constituição dos corpos gordos nos blogs *plus size* como artefatos midiáticos que produzem pedagogias que ensinam, através da produção de suas postagens, formas dos sujeitos vivenciarem seus corpos, significa estar atenta(o) às relações de saber/poder que envolve essa constituição. As blogueiras e seus leitores e leitoras tornam-se as vozes autorizadas a falar sobre os corpos gordos *plus size*. Esses sujeitos produzem verdades que lhes conferem poder e correlatamente um campo de saber sobre esses mesmos corpos.

Para realizar as análises dos blogs, apoiei-me na concepção de discurso de Foucault, entendendo, a partir do autor (2014a), que os discursos são um conjunto de enunciados de um determinado saber, articulados entre si, os quais são historicamente construídos em meio a disputas de poder.

Além disso, investi em assumir uma atitude de professora e pesquisadora que suspeita do que está dado, dos universais, ou seja, do que é dito e tomado como verdade em relação aos corpos gordos na atualidade, em nossa sociedade. Tentando, apoiada nas ideias de Foucault (2014a) e Fischer (2012), não cair em interpretações, não tenho a pretensão de descobrir algo que estaria na escrita das blogueiras. Para tanto, direcionei meu olhar aos blogs *plus size* nacionais e analisei as enunciações (textos, gráficos, imagens, números etc.), entendendo-as como parte de algo maior, de um enunciado que, segundo Foucault (2014a), caracteriza-se por quatro elementos: um referente, como um princípio de diferenciação, de singularidade; um sujeito, que se relaciona às posições que o mesmo pode ocupar; um campo associado, ou seja, o enunciado coexiste com outros; e, por fim, a uma materialidade: a enunciação.

Dessa maneira, dediquei-me as enunciações, ou seja, dirigi-me, como diz Foucault (2014a), “às coisas que são ditas, às frases que foram realmente pronunciadas ou escritas e que são possíveis de serem repetidas” (p. 140).

Inspirada nos procedimentos analíticos usados pelo autor que, ao analisar enunciações, tratou das recorrências e singularidades, detive-me a olhar duas temáticas que são recorrentes nos blogs *plus size*: o uso das palavras segmento e movimento e as estratégias de poder que vigiam, controlam, normalizam e examinam os corpos gordos *plus size*, não descrevendo a repetição das coisas que são faladas, mas o que faz com que essas enunciações sejam ditas. Opto, nesse momento, por analisar essas duas

recorrências, pois entendo que as mesmas perpassaram todos os doze blogs *plus size* que fazem parte de minha pesquisa e, sendo assim, as considero como elementos potentes daquilo que é dito nesses artefatos midiáticos.

Lancei meu olhar, então, às postagens feitas pelas blogueiras de março de 2014 a dezembro de 2015, entendendo que seria produtivo para minha escrita me manter em contato com os blogs durante quase todo o processo de mestrado¹⁹, pois isso me possibilitaria um maior conhecimento deles e, com isso, uma maior riqueza em minhas análises.

¹⁹Ingressei no mestrado em março de 2014 e concluirei até março de 2016.

4. OS BLOGS E OS BLOGS PLUS SIZE NACIONAIS: CONTEXTUALIZANDO

Nesse espaço de escrita de minha dissertação, me dedicarei a contextualizar os blogs em geral e os blogs *plus size* nacionais que compõem meu *corpus* de análise, como forma de situar esses artefatos midiáticos e seus funcionamentos. Para isso, vou utilizar ilustrações de enunciações desses blogs e, no decorrer desse capítulo, falarei sobre pontos específicos, neles encontrados.

A palavra blog, de acordo com Zago (2008), é uma versão reduzida de “*weblog*”. *World Wid Web* (rede de alcance mundial) é um termo, segundo o autor, utilizado para se referir à parte gráfica da internet, sendo que “*log*” “vem da prática de se utilizar um bloco de maneira a marcar a velocidade dos navios” e foi adotado pela informática para se referir “à gravação sistemática de informações sobre o processamento de determinados dados” (p.2). O termo *weblog* foi criado em meados de 1997 e sua abreviação teria surgido dois anos depois, segundo Zago (2008).

Frequentemente, esse artefato midiático é escrito por um(a) autor(a) ou por um coletivo de autores e autoras, possuindo, geralmente, temáticas específicas, como no caso dos blogs *plus size*, que é o foco do meu trabalho. Para Agendes (2011), a facilidade de criar e manter um blog, através de ferramentas de publicação, permite que qualquer pessoa com acesso à internet possa produzir e publicar informações.

Os blogs, normalmente, são um espaço pessoal e, dessa maneira, são comumente associados à ideia de diários íntimos (ZAGO, 2008 e AGENDES, 2011), nos quais as(os) blogueiras(os) relatam suas vidas e experiências. De acordo com Amaral, Recuero e Montardo (2008), o uso dos blogs como diário pessoal foi um dos aspectos que ajudou na sua popularização e, para demonstrar isso, trago uma enunciação do blog *Grandes Mulheres*:



Figura 1 - Postagem do blog Grandes Mulheres de 08 de outubro 2013:
<http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em maio de 2014.

Na enunciação acima (figura 1), a blogueira relata uma experiência vivida e, apesar de os blogs se prestarem para publicação de conteúdos pessoais, Recuero (2003) e Zago (2011) enfatizam que não se deve confundi-los unicamente como uma mídia exclusiva de construção de diários.

Recuero (2003) mostra que existem três tipos de blogs, no que concerne a seus textos: os *diários eletrônicos*, cuja escrita é voltada para a vida particular do(a) autor(a) e seus pensamentos, constituindo-se como diários pessoais; as *publicações eletrônicas*, cujos textos se destinam principalmente a produzir informações, através de revistas eletrônicas, notícias etc., e nos quais são evitados os comentários e manifestações pessoais; e as *publicações mistas*, que articulam textos pessoais do(a) autor(a) e informativos, com notícias, dicas e comentários, de acordo com o gosto do(a) blogueiro(a).

Dos blogs que pesquisei, a maioria se aproxima das publicações mistas, como mostram as enunciações a seguir, do Mulherão:

Procuo namorado, tratar aqui.

COMPORTAMENTO SEM CATEGORIA

Por Renata Poskus Vaz

Procuo namorado, tratar aqui!

Estou solteira há 1 ano e meio. Namorei 5 longos e sofridos anos.

Cometi o erro de tentar namorar um outro cara, pouco tempo depois do falecimento simbólico do meu ex. Mas eu precisava antes desintoxicar! Carregava comigo toda a intolerância de quem com o coração calejado, já não queria mais apanhar da vida e de amores.

Percebi que o importante mesmo era ficar sozinha um tempo, recolher meus caquinhos, cuidar da minha alma e de vez em quando periguetar (obrigada vizinhos! obrigada Tinder!).

Figura 2 – Postagem do blog Mulherão, de 02 de julho de 2015:

<http://cheiadecurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/>, acessado em agosto de 2015.

Gordo ativo é mais saudável que magro sedentário, apontam estudos

SAÚDE

por Litha Bacchi

Hoje eu não vou falar de moda. Hoje eu vou falar sobre um assunto muito legal que li [numa reportagem](#) do site do jornal Folha de São Paulo.

A notícia é sobre uma pesquisa feita com 43 mil pessoas por 14 anos. Como podem ver, é uma pesquisa com uma amostra muito, mas muito grande, por um período super extenso. Nessa pesquisa eles pegaram todo esse pessoal e dividiram em grupos por faixa de peso. Eles observaram os hábitos dos participantes, tanto magros quanto gordos, e observaram seus exames.

A conclusão foi algo que o grupo [Health At Every Size](#) já defende há muito tempo: o que aumenta o risco de doenças do coração e outras doenças associadas à obesidade, não é necessariamente a gordura, e sim, hábitos de vida que não são saudáveis para o corpo, como comer comida nociva à saúde em excesso e ser sedentário. A pesquisa mostra que esse comportamento negativo atinge tanto magros quanto gordos, tirando o peso da culpa do IMC da pessoa.

Figura 3 – Postagem do blog Mulherão, de 13 de setembro de 2012:

<http://cheiadecurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/>, acessado em outubro de 2014.

Na primeira enunciação (Figura 2), a blogueira relata um momento particular de sua vida; já na segunda (Figura 3), traz um texto informativo, que trata de uma pesquisa relacionada aos corpos gordos, assunto considerado pertinente e de interesse de uma blogueira *plus size*. Essas enunciações são uma demonstração de como blogs

se utilizam de publicações mistas e que abordam diversos assuntos como: política, programas de televisão, moda, beleza, saúde. Muitos dos blogs que pesquisei organizam suas postagens de acordo com os assuntos que serão abordados. Um exemplo é o Grandes Mulheres:



Figura 4– Layout da página de abertura do blog Grandes Mulheres: <http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em junho de 2014.

Os textos, normalmente chamados de *posts* ou postagens, são produzidos a partir dos interesses da(o) blogueira(o), ou seja, mesmo que os blogs não sejam especificamente opinativos, manifestam – na sua opção de links, de textos para publicar etc. – as escolhas de quem escreve. Isso significa que as postagens não são escritas despreziosas ou desinteressadas, mas que funcionam como a voz e o pensamento de um sujeito (AMARAL, RECUERO e MONTARDO, 2008). Não são, portanto, escritas neutras, mas permeadas por interesses.

Outro aspecto apontado como fundamental para os blogs, segundo Amaral, Recuero e Montardo (2008), é que possuem um espaço para a publicação dos comentários sobre as postagens realizadas, o que colaborou com a popularização desses artefatos midiáticos, pois essa opção de comentar os textos escritos não existia. Para os autores, os “comentários são elementos significativos da cultura dos blogs, e que são, se não essenciais, muito importantes como elementos de motivação para quem realiza as postagens e fundamentais como ferramentas de interação social” (s/p.).

Nas palavras de Agendes (2011), os blogs constituem um lugar de intercâmbio entre blogueiros(as) e leitores(as) e entre os(as) leitores(as), fato que pode criar um ambiente profícuo de debate. As postagens, normalmente, estão abertas para comentários dos sujeitos que acessam a estes blogs, tanto para aqueles que os frequentam com certa assiduidade como para visitantes eventuais.

Como ilustração do uso da ferramenta dos comentários, trago a enunciação abaixo:

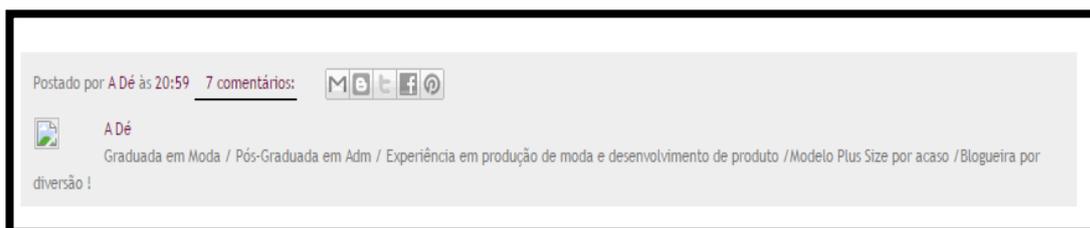


Figura 5 –Blog Débora Fernandez *Plus*: <http://deborafernandesplus.blogspot.com.br/>, acessado em agosto de 2014.

Com o uso da ferramenta dos comentários, há uma popularização dos blogs e, por sua utilização como diários pessoais, alguns/algumas blogueiras(os) também se tornaram bastante populares e até são tratadas(os) como celebridades na internet, tornando-se referência em seu campo de atuação ou no tema que abordam (BETTI, 2014).

Os blogs, segundo a mesma autora, tornaram-se um negócio rentável, lucrando ao fazerem propagandas de produtos e serviços em suas postagens e ao venderem espaços para anúncios de lojas e empresas. Alguns blogs que pesquisei servem como exemplo:



Figura 6– Layout da página de abertura do blog Mulherão: <http://mulherao.wordpress.com>, acessado em novembro de 2014.

quarta-feira, 5 de agosto de 2015

Recebidos da Vivan Moda Plus Size e Acessórios.

Semana passada recebi essa caixa cultural com duas blusas lindas e um lápis delineador de olhos da Vivan.

Amei, super atenciosa, looks lindos e Plus Size do 46 ao 62

Venham conhecer a página da loja.



Figura 7– Blog Cheias de Charme *Plus Size*: <http://blogformafofa.blogspot.com.br/>, acessado em agosto de 2015.

Os espaços para anúncios nos blogs, como mostra a enunciação do Mulherão (figura 6), servem para divulgação de lojas e outros tipos de negócios, assim como para a opinião da(o) blogueira(o) sobre determinadas empresas, como pode ser visto na enunciação do Cheias de Charme *Plus Size* (figura 7), evidenciando que

a popularidade e a rentabilidade dos blogs mostram o quanto eles se tornaram poderosos meios de comunicação, o quanto as avaliações, dicas e opiniões dos blogueiros e blogueiras são importantes não apenas para os diferentes públicos que os acompanham, mas também para as empresas, que acreditam no potencial de divulgação de suas páginas. (BETTI, 2014, p. 81).

Nos blogs *plus size* que venho pesquisando, repetidas vezes, encontram-se anúncios de lojas físicas ou virtuais que vendem roupas em tamanhos maiores e também propagandas das novas coleções classificadas de *plus size*. Esses anúncios, ao serem clicados, redirecionam as(os) leitoras(es) para o site das lojas, onde é possível ver as roupas ofertadas ou mesmo alternativas para comprar estas peças, principalmente se o *site* em questão engloba também uma loja virtual. As blogueiras *plus size* também podem ser pagas para fazer publicidade de produtos e serviços em suas postagens ou simplesmente indicar para seus e suas leitoras(es) as marcas, lojas

ou peças de roupas específicas que lhes agradam. Trago, como demonstração, o blog Grandes Mulheres (figura 8)

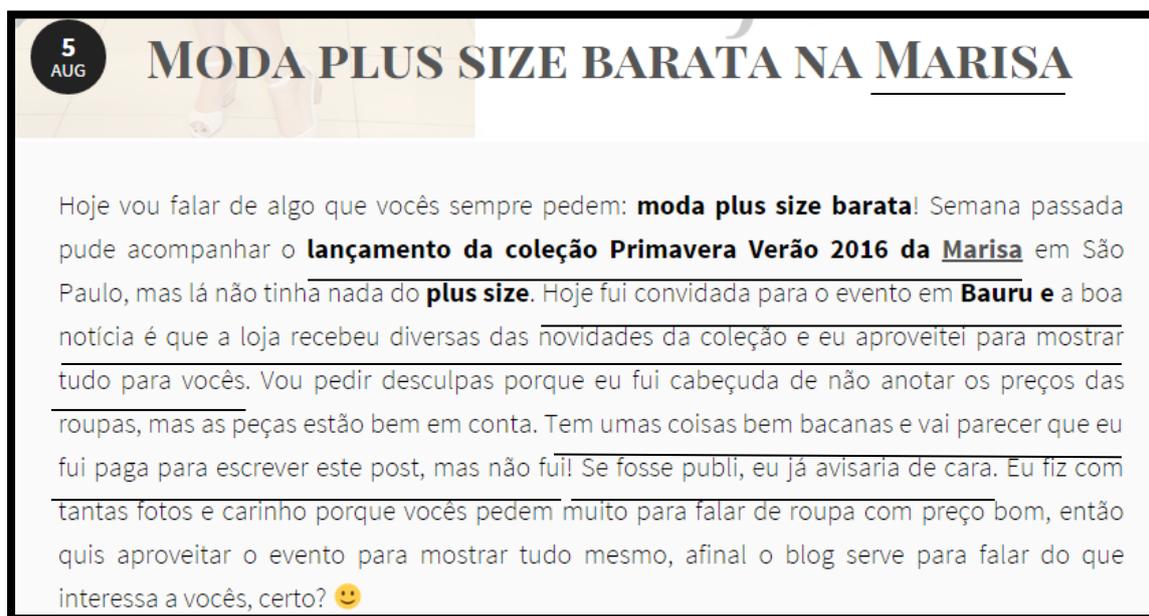


Figura 8 – postagem do blog Grandes Mulheres de 05 de agosto de 2015:
<http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em agosto de 2015.

Na enunciação (figura 8), é destacada a nova coleção primavera-verão 2016 das lojas Marisa e, clicando no nome da loja, a(o) leitora(or) é levado a ver suas roupas e comprá-las pela internet. A blogueira, autora da postagem, enfatiza que não foi paga para escrevê-la (mas poderia ter sido), afirmando que teve como objetivo indicar e evidenciar a coleção de roupas da loja. Outro ponto de ênfase é o fato da blogueira ter sido convidada pela loja para eventos nos quais divulgaria a linha *plus size*. Betti (2014, p.83) fala, em sua pesquisa sobre o *plus size*, que

as blogueiras são frequentemente convidadas a participar de eventos como desfiles, inaugurações de lojas e divulgações das novas coleções das marcas, e costumam contar suas impressões destas ocasiões nos blogs, fazendo comentários sobre o que viram, o que gostaram e sobre quem estava presente.

A chamada blogosfera ou “espaço virtual resultante da união de todos os blogs em uma conversa única” (ZAGO, 2011, p.4) contribui também para a divulgação de lojas, empresas, links para outros blogs, fotos, arquivos de som e imagens compartilhados, criando, segundo Zago (2011), uma rede de referência, como mostra a enunciação a seguir (figura 9):

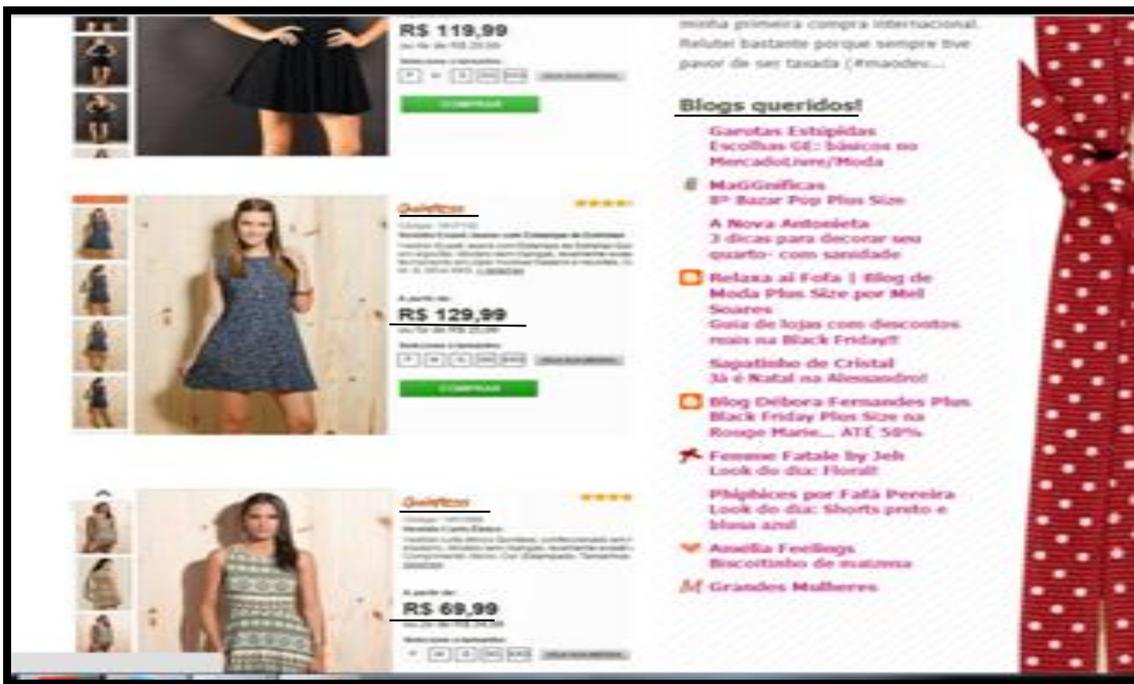


Figura 9–Blog Fofashions: <http://fofashions.blogspot.com.br/>, acessado em agosto de 2014.

Nessa rede de comunicação, a blogosfera se torna uma ótima estratégia de propaganda em uma sociedade de consumidoras(es), e os blogs *plus size*, mas não somente eles, tornaram-se um ótimo espaço para o marketing. As blogueiras atualizam seus blogs constantemente, com dicas e informações de moda que julgam ser pertinentes às consumidoras que vestem tamanhos grandes.

Todavia, estes artefatos midiáticos, ainda que possuam este direcionamento, não abordam exclusivamente temas relacionados à moda ou não se restringem a falar apenas sobre roupas e sobre como se vestir. A tabela abaixo contextualiza e mostra a diversidade de assuntos que são tratados:

Nome/ano de criação	Criação e coordenação	Endereço Eletrônico	Assuntos nomeados pelas blogueiras
Grandes Mulheres 2009	Paula Bastos, Jornalista	http://grandesmulheres.com.br/	Beleza; Comportamento; Moda e Variedades.
Beleza Sem Tamanho 2009	Kalli Fonseca	http://belezasemtamanho.com/category/plu-s-size/page/19/	Não organiza suas postagens por subdivisões, mas as vincula a Gordinha; Indico; Marcas Tamanho GG; Moda; <i>Plus Size</i> ; Verdadeira Beleza; Autoestima; entre outras.

Mulherão 2009	Renata Poskus, jornalista, escritora, cronista, consultora de moda, modelo <i>plus size</i> empresária <i>plus size</i>	http://mulhera.o.wordpress.com/	Organiza os assuntos em arquivos mensais, que são: moda, comportamento, saúde, sexo, beleza, relacionamentos.
Blog Débora Fernandes Plus 2009	Débora Fernandes, graduada em moda e modelo <i>plus size</i>	http://deboraferrnandesplus.blogspot.com.br/	Organiza seus assuntos em arquivos de postagens por cada mês. Os assuntos das postagens tratam de beleza, moda, comportamento e autoestima.
Beleza Plus Size 2010	Lorena Moraes, modelo <i>plus size</i> cursa Comércio Exterior	http://belezaplussize.blogspot.com.br/	Não faz subdivisões. Possui um arquivo de postagens mensais. Os assuntos, de acordo com a blogueira, tratam de beleza, moda, autoestima, entre outros.
Forma Fofa 2010	Gisele Prepara mulheres para serem modelos <i>Plus Size</i>	http://blogformafafa.blogspot.com.br/	Os assuntos abordados são: beleza, moda e comportamento, entre outros.
Gordinhas Assumidas 2010		http://www.gordinhasassumidas.com.br/	Beleza; Brechó <i>Plus Size</i> Virtual; Entrevista; Papo de Gordinha; Papo de Moda; Papo de Sexo; <i>Plus Size</i> ; Reflexão e saúde.
Fofashions 2010	Camila Cura	http://fofashions.blogspot.com.br/	Possui arquivos de postagens organizado por cada mês. Os assuntos abordados são sobre dicas de moda e de beleza, autoestima, entre outros.
Hoje Eu Vou Assim Plus Size 2010	Juiana Ricci empresária (possui loja <i>plus size</i>)	http://www.hojevouassimplussize.com.br/	Bazar; Beleza; Comportamento e autoestima; Fica a Dica; Look do Dia; Na Mídia; Notícia; Provador; Publieditorial; Se Inspira; Sorteios; Tendência; Update;
Espaço Plus Size 2011	Shirlei Dona de casa	http://espacoplussize.com/	Moda; Beleza; Turismo; Autoestima.
Cheias de Charme Plus Size 2012	Camila Ribeiro Bacharel em Direito	http://cheiasdecharmeplussize.blogspot.com.br/	Organiza suas postagens em arquivos mensais. Os assuntos abordados são beleza, autoestima, saúde, alimentação, entre outros.
Cheias de Curvas 2012	Simone Ferraz Enfermeira	http://cheiadescurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/	Moda; Beleza; Cuidados; Comportamento; Relacionamento; Saúde/Bem-estar; Momento Gordice.

Quadro 10– Informações gerais sobre os blogs

Através da tabela, percebi a recorrência das sessões moda, beleza, saúde, comportamento e autoestima. As blogueiras, quando se referem à moda, o fazem

voltadas para o público feminino, indicando que as gordas também gostam de estar na moda e querendo usar roupas que acompanhem as tendências²⁰, como demonstra a enunciação (figura 11) abaixo:

Por muito tempo nos escondemos atrás de roupas largas e escuras mas o mercado Plus Size no Brasil está crescendo cada dia mais, pois percebeu um grande potencial de consumo num nicho pouco explorado antigamente. As marcas Plus Size que antes tinham cara de "senhora" estão se atualizando e muitas lojas estão tendo um novo olhar trazendo coleções jovens que se encaixam no nosso corpo curvilíneo, basta garimpar.

Dá sim para se vestir bem e aceitar seu corpo num mundo cheio de estereótipos, é necessário se conhecer e se manter antenada no mundo da moda e eu estarei aqui para te ajudar toda semana ! Já já seus looks feios e largos vão estar no fundo do armário dando espaço para looks cheio de estilo.

Queremos e PODEMOS usar estampas, listras, calça branca, cropped e muito mais. A definição de Beleza não está na palavra Magra

Figura 11 – Postagem do blog Débora Fernandes *Plus*, de 31 de dezembro de 2014: <http://deborafernandesplus.blogspot.com.br/>, acessado em janeiro de 2015.

As blogueiras enfatizam, como demonstra a enunciação de Débora Fernandes *Plus* (figura 11), que, apesar do crescimento do mercado *plus size*, há dificuldades de comprar roupas que lhes agradem e que correspondam aos diferentes estilos e ocasiões sociais. Elas contam que as roupas para mulheres gordas sempre foram feias, largas, sem cores e estampas, com tecidos e modelagens pouco diversificadas e de baixa qualidade. Segundo elas, essas roupas, muitas vezes, têm um custo maior e são pouco apropriadas para mulheres jovens, sendo consideradas "fora de moda" e desatualizadas com relação às variações de tendências. Elas afirmam que costumavam comprar não as peças que lhes agradavam, mas as que lhes cabiam.

Além disso, os blogs falam sobre a inclusão de modelos gordas(os) na indústria da moda, ou seja, defendem que as(os) gordas(os) possam participar de desfiles de passarela e fotografar para campanhas publicitárias e revistas de moda e beleza, para que sejam representadas por homens e mulheres gordas, como mostra a enunciação do blog Forma Fofa (figura 12)

²⁰Roupas, acessórios, sapatos, maquiagens que estão em destaque em determinado momento.

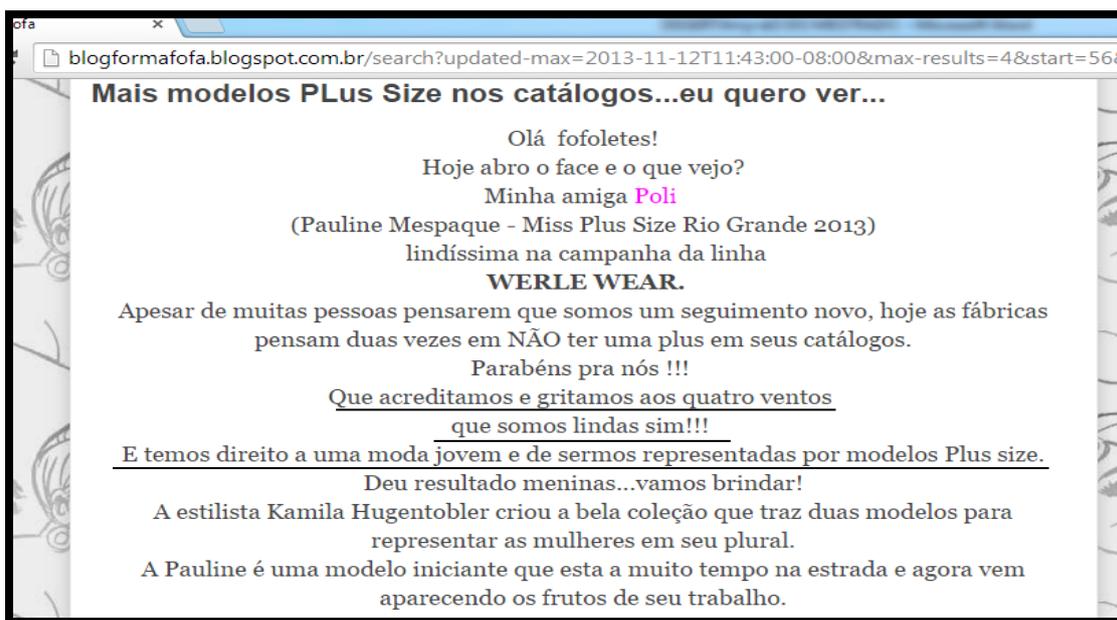


Figura 12– Postagem do blog Forma Fofa, de 08 de abril de 2014:
<http://blogformafofa.blogspot.com.br/>, acessado em maio de 2014.

As blogueiras também abordam, em suas postagens, "o look do dia", o qual ocupa grande espaço nos *posts* e no qual são mostradas as roupas e acessórios que elas usam para sair em determinado dia ou evento. Normalmente, elas não apenas exibem as peças usadas, mas também informam onde as compraram ou de quais marcas elas são, para que as leitoras saibam em qual loja poderão adquirir o produto. Os principais objetivos dessas postagens, segundo as enunciações, é proporcionar inspirações para as leitoras, mostrando que roupas podem ou devem usar em cada ocasião e dando exemplos de como combinar diferentes peças de roupas e acessórios, como mostram as enunciações a seguir:

2 DE JANEIRO DE 2015 · 14:45

Look do dia: Biquininho plus size branco de lacinho

Por Renata Poskus Vaz

Olá, mulherões!

Viajei para o Guarujá, litoral de São Paulo, para passar o réveillon. Não tive tempo de postar aqui meus desejos para que o ano de 2015 seja maravilhoso para todas nós. Chegando lá, fiquei sem internet (maldita TIM!). Enfim... Eu fiquei alguns (poucos) dias longe, mas agora estou aqui para mostrar o biquíni que usei no dia 31, véspera de ano novo.

Figura 13 – Postagem do blog Mulherão de 02 de janeiro de 2015: <http://mulherao.wordpress.com/>, acessado em fevereiro de 2015.

Look Plus - Moderno e Elegante



O que acharam? Esta na hora de aposentar os looks monocromáticos e se arriscar um pouco com estampas elegantes em ambientes mais formais.

O look todo é da Julia Plus e a loja virtual está toda em promoção com a coleção de inverno.

Figura 14– postagem do blog Débora Fernandes *Plus*, de 30 de julho de 2015: <http://deborafernandesplus.blogspot.com.br>, acessado em agosto de 2015.

Além disso, outros dois assuntos se destacaram: a beleza e a saúde, sendo que, em vários momentos, eles estão relacionados, como demonstra a enunciação do blog Cheias de Curvas (figura 15):



Figura 15 – Postagem do blog Cheias de Curva, de 28 de janeiro de 2013: <http://cheiadecurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/>, acessado em agosto de 2014

As postagens sobre beleza também são direcionadas para o público feminino. Isso remete ao fato de que, hoje, a beleza corporal é muito valorizada e, como diz Sant'anna (2014), “é um trunfo de quem a possui, um objetivo dos que não se consideram belos, um instrumento de poder, uma moeda de troca em diferentes sociedades” (p. 8). A insistência em associar a beleza à mulher não é algo recente. Novaes (2006) destaca que a corporeidade feminina “na cultura confunde-se com a da beleza”. Essa autora lembra também que características mais enfatizadas sobre a mulher é de que “ela pode ser bonita, deve ser bonita, do contrário não será totalmente

mulher” (p.85). Sant’Anna (1995) afirma que a beleza é considerada uma característica feminina, assim como a força é uma particularidade masculina, e atravessa os séculos e as culturas como algo naturalizado.

Para as blogueiras, um dos investimentos para se tornar bela é colocar o corpo em movimento. Os exercícios físicos são vistos como essenciais àquelas que querem alcançar a beleza corporal e isso não é diferente para as mulheres, como fala Goellner (2003), remetendo às recomendações encontradas na revista Educação Physica:

para ser bela há de fazer exercícios físicos: exercícios para as pernas, o abdômen, o rosto, as mãos, os ombros e os braços, a cintura, os pés, exercícios para desenvolver a flexibilidade e agilidade, para ativar a respiração, os músculos, as glândulas e os hormônios, para diminuir o peso, para modelar o corpo...Para ser bela há que abandonar velhos hábitos como o uso do espartilho, das cintas e das roupas apertadas que deformam o corpo, pois beleza exige movimento. Exige um corpo em movimento (p.35).

Quando as blogueiras falam sobre beleza, também indicam o uso de cosméticos, testam maquiagens e produtos para a pele e os cabelos, que recebem das empresas ou que elas mesmas compraram, contando o que acharam dos produtos e mostrando que tipo de efeito eles proporcionam, como traz o blog Grandes Mulheres (figura 16):



Figura 16 – postagem do blog Grandes Mulheres de 18 de fevereiro de 2015: <http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em maio de 2015.

As enunciações que integram as mulheres à beleza impõem normas para esses corpos, sugerindo intervenções (desde maquiagem a cirurgias) e o movimento como a palavra de ordem. Com isso, os blogs produzem um tipo de mulher que, normalmente, é padronizado por regras sociais, históricas e sexuais, reforçando e fixando uma norma para os corpos das mesmas. Isso constrói uma série de saberes que buscam convencer as mulheres de que elas precisam e devem ser belas, de acordo com o padrão estabelecido naquele tempo e espaço.

Outro assunto que também se destacou nos blogs *plus size* é a saúde, associada principalmente ao emagrecimento, à alimentação e às cirurgias plásticas. As enunciações dos blogs Forma Fofa (figura 17), Mulherão (figura 18) e Cheias de Charme *Plus Size* (figura 19) demonstram o que afirmo:

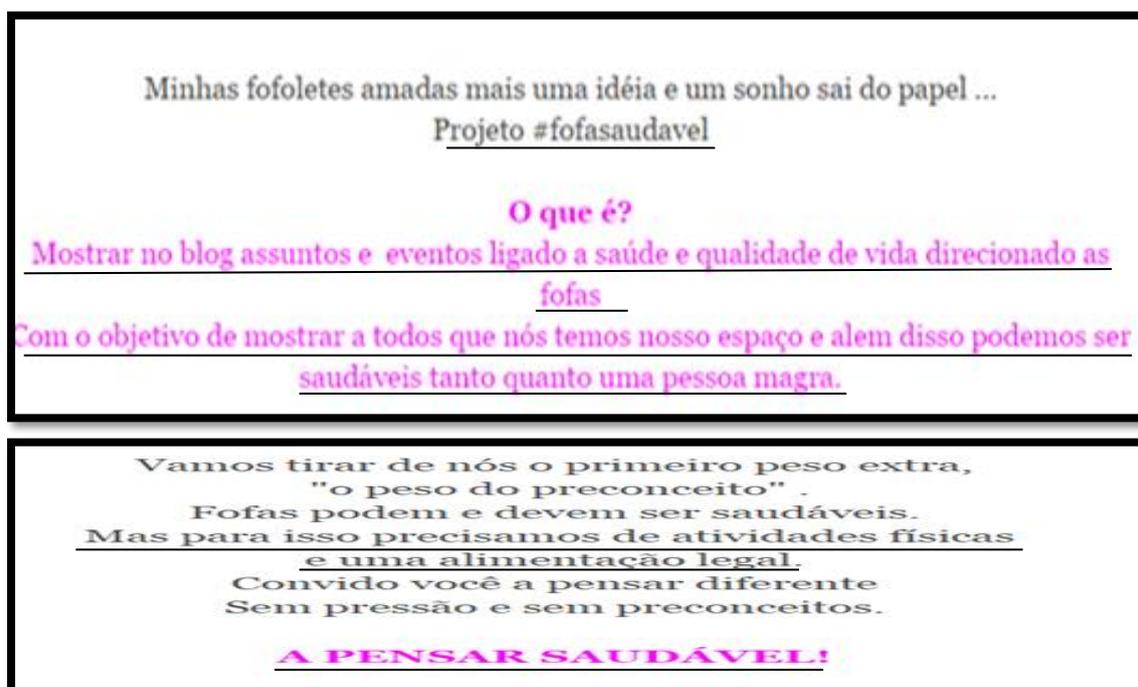


Figura 17 -Postagem do blog Forma Fofa, de 16 de outubro de 2013:
<http://blogformafofa.blogspot.com.br/>, acessado em maio de 2014

Gorda que faz plástica não se ama?

Por Renata Poskus Vaz

Conheço algumas celebridades plus size que já fizeram operações plásticas estéticas. Uma arrebitou o nariz, colocou silicone e fez lipo, a outra reduziu o tamanho dos mamilos e deu uma empinada nas peitolas, uma outra fez lipoaspiração no papinho. Teve uma que fez plástica na barriga e outra que além da plástica na barriga, botou silicone nos seios e ainda nos lábios.

Filed under [Beleza](#), [Saúde](#)

9 Comments

Tagged as [braquioplastia](#), [cirurgia](#), [cirurgia plástica](#), [dieta](#), [emagrecer](#), [GORDA](#), [gorda pode fazer cirurgia plástica?](#), [lipoaspiração](#), [modelo plus size](#), [plástica](#)

Figura 18 – Postagem do blog Mulherão de 07 de março de 2014:
<http://mulherao.wordpress.com/>, acessado em agosto de 2014

Veja como montar um prato saudável.

Um prato saudável é assim :



Postado por [Camila Ribeiro](#) às 7:33:00 AM Nenhum comentário:

[M](#) [B](#) [t](#) [f](#) [p](#) [g+](#) +1 Recomende isto no Google

Marcadores: [Emagrecimento](#), [Saúde](#)

Figura 19 – Postagem do blog Cheias de Charme *Plus Size*, de 19 de fevereiro de 2015:
<http://cheiasdecharmeplussize.blogspot.com.br/>, acessado em fevereiro de 2015.

Os exercícios físicos voltam a ser mencionados quando os blogs falam sobre saúde, como mostra a enunciação do Cheia de Charme *Plus Size* (figura 20):

Meninas, independente do tipo físico , malhar sempre é importante , pois se trata de uma questão de saúde, afinal de contas quem é que não quer ter mais saúde e ainda perder uns quilinhos.

E não importa qual o exercício que você pratica, seja na academia ou com simples caminhadas diárias .

Figura 20: Postagem do blog Cheias de Charme *Plus Size*, de 19 de fevereiro de 2015: <http://cheiasdecharmeplussize.blogspot.com.br/>, acessado em fevereiro de 2015.

A partir dessas postagens (figuras 17,18, 19 e 20),percebo que as blogueiras replicam a ideia de que a prática de exercícios físicos e a alimentação estão associadas à saúde, algo que já está naturalizado em nossa sociedade. Elas buscam demonstrar que os corpos gordos podem ser saudáveis, se aderirem a essas rotinas.

Alex Fraga (2006) afirma que, em nossa sociedade, cada vez mais, há a concordância acerca da importância de uma vida fisicamente ativa, ou seja, há uma valorização da crença de que a apropriação de exercícios físicos ao cotidiano será capaz de produzir efeitos fisiológicos benéficos para saúde. Dessa maneira, para o autor, “ativar a vida”, na rotina diária, está associado a uma vida saudável.

A união da alimentação tida como saudável e a prática de exercícios físicos são fatores amplamente difundidos como verdades que, necessariamente, levariam à obtenção de uma vida saudável. Muitas recomendações são feitas quando o assunto envolve exercícios físicos e alimentação. Em relação ao primeiro, o Caderno de Atenção Básica (2006), do Ministério da Saúde, ao tratar sobre a obesidade²¹, diz que a Organização Mundial da Saúde (OMS) sustenta que

a prática de atividades físicas de intensidade leve ou moderada diariamente ou na maior parte dos dias da semana, sendo que, para a prevenção de doenças cardiovasculares, diabetes e alguns tipos de câncer, a recomendação é de pelo menos 30 minutos e, para o controle do peso, de pelo menos 60 minutos diários de atividade física. Essas atividades podem ser praticadas de forma contínua (30 ou 60 minutos seguidos) ou acumulada ao longo do dia (p. 16).

Quando trata sobre alimentação tida como saudável, o mesmo caderno também traz as indicações da OMS, as quais afirmam que os indivíduos devem

²¹A obesidade, segundo Carvalho e Martins (2006), remete ao determinismo que visa estabelecer verdades constituídas em leis universais sobre esses corpos. Segundo os autores, a área da saúde, em particular a medicina, prioriza as proporções e medidas dos corpos obesos, reduzindo esse corpo ao visível e mensurável, um corpo a-histórico.

buscar o balanço energético e o peso saudável; limitar o consumo de gorduras; aumentar o consumo de frutas, legumes e verduras, cereais integrais e oleaginosas (amêndoas, castanhas etc.); limitar o consumo de açúcares livres; limitar o consumo de sal (sódio) de todas as fontes e assegurar que o sal seja iodado (p.16).

Também nas postagens sobre saúde percebo que, assim como nas da beleza, elas estão, na sua maioria, dirigidas às mulheres. Com isso, é relevante entender como a corporeidade feminina vem se constituindo, em tempos e espaços históricos que vinculam as mulheres, segundo Goellner (2014) e Novaes (2006), à beleza, à saúde e à juventude. Essas ligações são estabelecidas, de acordo com Sant’anna (2014), a partir de concepções eugênicas, que buscavam formar sujeitos “produtivos, obedientes, saudáveis e belos” e, no Brasil, “vários eugenistas mostravam-se entusiasmados em embelezar os corpos (...) eliminando os traços de doença e fraqueza” (p. 63).

A autora fala ainda que, para os médicos eugenistas, toda a beleza externa possuía um foco interno, ou seja, um estado patológico do funcionamento interno dos corpos se refletiria nas suas aparências externas, as quais se tornariam feias, contribuindo para que se estabeleça uma relação direta entre saúde e beleza (SANT’ANNA, 2014).

Por outro lado, o tema ‘comportamento’ também aparece em muitos blogs. Suas postagens falam sobre uma diversidade de assuntos e, muitas vezes, abarcam também beleza, saúde, moda, sexo, como mostra o blog Grandes Mulheres (figura 21):

30
JANEIRO
2014

8 razões para ir à academia – por uma gorda

Por: Paula Bastos | Categoria: [Comportamento, Slide](#)

Antes de qualquer coisa, calma! Não é porque estou fazendo dieta – eu vivo a vida fazendo dieta ou explodiria por causa da maldita tendência, isso é comum na minha vida – que agora vou começar a falar de dieta e de coisas fitness. Não! Quem acompanha o blog há tempos sabe que vez ou outra eu posto algo sobre saúde porque sim, somos gordas, mas saúde é primordial e a gente precisa se cuidar pras coisas não escambarem de vez. A verdade é que todo ser humano precisa se exercitar de alguma forma porque faz bem: seja magro, gordo, criança, velho... Os benefícios da atividade física vão muito além de emagrecer e como estou firme e feliz na academia, resolvi compartilhar com vocês algumas razões que estão me deixando cada vez mais animada e quem sabe eu te empolgo pra sair do sedentarismo: só vai te fazer bem!

Figura 21 – Postagem do blog Grandes Mulheres, de 30 de janeiro de 2014:
<http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em maio de 2014.

Além destes, no assunto "comportamento", as blogueiras tratam de temas como relacionamentos afetivos (namoro, casamento), além de experiências vividas por elas. Nesses relatos, dois elementos aparecem com maior recorrência: o preconceito e a autoestima, como mostra o blog Cheias de Curvas (figura 22):

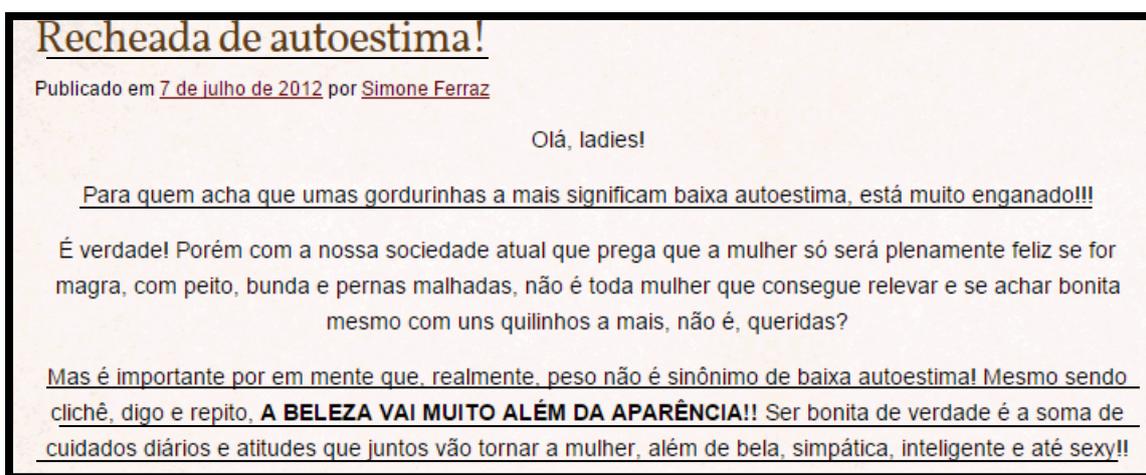


Figura 22 – Postagem do blog Cheias de Curvas, de 07 de julho de 2012:
<http://cheiadecurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/>, acessado em novembro de 2014

De acordo com William James (apud GUERREIRO, 2011), a autoestima conglomerada todos os atributos do sujeito, ou seja, o corpo, as habilidades sociais, a família, os bens etc. Com isso, o autor define a autoestima como a razão entre o sucesso e as aspirações pessoais. Como, na nossa sociedade, o corpo gordo está vinculado à feiura, os gordos tornam-se desviantes dentro do contexto de moralização e de disciplinamento da beleza, no qual o culto ao corpo é a regra (NOVAES, 2006).

Considerando que ter um corpo gordo é sinônimo de feiura, geralmente, as pessoas adotam como verdade que as gordas não estariam satisfeitas com seus corpos. No entanto, as blogueiras enfatizam que o gordo precisa/deve ter uma autoestima elevada, questionando o padrão de corpos magros e afirmando que é possível ser gorda, bonita, sexy, inteligente, como mostra a enunciação (figura 22).

Outro tema muito abordado no assunto "comportamento" é o preconceito, como demonstro nas enunciações dos blogs Cheias de Curvas (figura 23) e Grandes Mulheres (figura 24):

Pois é, muitas pessoas acham que "sensualidade" e "gordinha" são palavras que nunca podem ocupar a mesma oração! Infelizmente o preconceito ainda é bastante evidente em nossa sociedade, mas pior ainda é quando temos preconceito consigo mesmas, não é verdade?

Figura 23 – Postagem do blog Cheia de curvas, de 10 de maio de 2013: <http://cheiadecurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/>, acessado em junho de 2014.

30
JUNHO
2010

Ariel lança campanha preconceituosa

Por: Paula Bastos | Categoria: [Comportamento](#)

A equipe do [Grandes Mulheres](#) une-se ao rol de blogs e sites indignados com a nova propaganda do sabão líquido da Ariel. Indo contra a onda de respeito à diversidade, a marca faz chacota com o universo GG ao expor – e comparar – em tom cômico e irônico dois homens.

O marketing da empresa colocou dois testes no ar, já veiculados na internet, com o intuito de mostrar a eficácia do sabão líquido em comparação com o sabão em pó. Ambos os experimentos mostram um homem bonito e sarado representando o sabão líquido; e ao seu lado o sabão em pó, representado pelo gordo. Enquanto o primeiro protagoniza cena sensual, a segunda figura chama atenção por ser estabonado e desengonçado.

A empresa Ariel, uma das mais respeitadas no ramo de limpeza doméstica do Brasil, envergonha seus consumidores diante de tais vídeos. Por que o gordo deve ser o retrógrado, ineficiente e sujo? Por que bater na tecla do preconceito?

Enquanto as pessoas lutam por igualdade social, contra a gordofobia, a Ariel mostra-se arcaica e suja a mídia brasileira com mais um apelo desnecessário à beleza ideal, que não existe na realidade.

Assim como a propaganda, o slogan da marca "Pense limpo, pense Ariel", aos poucos, vai se tornando também irônico. Afinal, os vídeos a seguir estão longe do conceito da empresa. Estão longe de mostrar o que é pensar limpo. Limpo de preconceitos, livre de demagogias.



Figura 24 – Postagem do blog Grandes Mulheres, de 30 de junho de 2010: <http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em maio de 2014.

As blogueiras, através dessas postagens que abordam o preconceito, afirmam buscar a problematização de alguns adjetivos negativos relacionados aos gordos(o s), como “feio”, “desleixado”, “não sexy”, “infeliz”, “doente”, “anormal”, “sujo”, entre outros. Esse ato político de rever qualificativos em relação aos corpos gordos é relevante para as blogueiras que, com isso, buscam produzir outras formas de falar sobre os corpos gordos, percebendo-os como sujeitos felizes, saudáveis, belos e sexy.

De acordo com Sabino *et.al.* (2006, p. 01), o preconceito se caracteriza “por um julgamento prematuro, inadequado sobre o assunto em questão”, “um prévio julgamento”. Os autores enfatizam que

Os múltiplos preconceitos de gênero, de cor, de classe e outros têm lugar tipicamente nos espaços individuais e coletivos, nas esferas públicas e privadas. Fazem-se presentes em imagens, linguagens, marcas corporais e psicológicas de homens e de mulheres, nos gestos, nos espaços, singularizando-os e atribuindo-lhes qualificativos identitários, hierarquias e poderes diferenciais, diversamente valorizados, com lógicas de inclusões-exclusões conseqüentes, geralmente associadas a situações de apreciação-depreciação (p.02).

De acordo com Novaes (2006), o lugar de cada corpo no mundo ainda depende muito de seus aspectos visuais. O padrão instituído como melhor e “normal” para a sociedade ocidental, hoje, seria o de um indivíduo magro e esguio. Tal exigência acaba produzindo determinados comportamentos com relação aos corpos gordos, os quais são classificados como diferentes. Nesse caso, a diferença é entendida como

aquilo que contamina a pretensa pureza, a suposta ordem, a presumida perfeição do mundo. A diferença pensada como uma mancha no mundo, na medida que os diferentes teimam em não se manterem dentro dos limites nítidos (VEIGA-NETO, 2001, p.107).

Os corpos gordos em nossa sociedade são percebidos, de acordo com Novaes (2006), como indisciplinados, não obstinados, sem autoestima, desleixados, sem persistência, feios, sujos, doentes, entre outros adjetivos, estabelecendo esses corpos como indesejáveis para a maioria dos sujeitos. Nesse sentido, Sabino (2006) diz que as pessoas que possuem corpos gordos sofrem preconceito e discriminação por serem consideradas sem caráter, visto que um adequado trabalho e investimento corporal eliminariam a gordura em excesso desses sujeitos que são, então, culpabilizados. A maioria das postagens dos blogs tenta romper com essa linguagem que constrói os corpos gordos como negativos, tentando, com isso, combater o preconceito.

Assim, as blogueiras tentam produzir, através de suas postagens, outras formas de olhar os corpos gordos em nossa sociedade, formas que já foram diferentes das que vivenciamos nesse momento, pois os corpos estão sempre em constante construção.

Para mostrar um pouco desses deslocamentos nos sentidos que são dados aos corpos gordos em diferentes tempos e espaços, trago, no próximo capítulo, uma escrita – a qual não é neutra, pois partiu de minhas escolhas e está apoiada em autoras(es) específicas(os) – que mostra os corpos gordos a partir de uma perspectiva histórica, assim como a da emergência do *plus size* no Brasil.

5. CONTANDO HISTÓRIAS...

Levando em consideração o tema desta pesquisa, pretendo contar uma história, entre outras tantas, dos corpos gordos e de como, na atualidade, torna-se possível falar sobre o *plus size* no Brasil. Para isso, organizo essa parte da escrita em dois momentos: no primeiro, a partir do meu olhar e fundamentada em determinados autores, falo sobre os deslocamentos, ocorridos em espaços/tempos históricos, nos quais diferentes sentidos foram estabelecidos em relação aos corpos gordos; no segundo momento, destaco acontecimentos diversos, para que seja possível disparar o pensamento em relação à emergência do *plus size* no Brasil, ou seja, como se torna possível falar sobre isso nesse presente em que nos encontramos. Assim, dou início à primeira ação.

5.1 OS CORPOS GORDOS: DESLOCAMENTOS NO TEMPO E ESPAÇO

É possível afirmar que as verdades que se referem aos corpos gordos nas diversas sociedades, no passado, provavelmente, eram diferentes da atualidade. Isso remete à metáfora de Paul Veyne (2011), aproximando a verdade a um aquário, ou seja,

sempre somos prisioneiros de um aquário do qual nem sequer percebemos as paredes; como os discursos são incontornáveis, não se pode, por uma graça especial, avistar a verdade verdadeira, nem mesmo uma futura verdade ou algo que se pretenda como tal(p.49).

Esse aquário, ou as verdades de uma determinada época, não é imóvel e inflexível, mas provisório. No caso desse trabalho, os sentidos que os sujeitos desenvolvem sobre sua corporeidade e suas formas de comportamento intelectual, moral, afetivo e físico são dependentes de aspectos culturais e sociais que se estabelecem através de processos históricos que estão sempre em constante modificação. Os corpos não são dados *a priori*, eles são transitórios, mutáveis e mutantes, estando suscetíveis a várias interferências com relação ao contexto em que estão inseridos (GONÇALVES, 1997 e GOELLNER, 2008). Os corpos, segundo Martins (2006), são uma construção que está sempre passando por significações e ressignificações ao longo do tempo.

Os corpos gordos, segundo Sant'anna (2001), deixaram de ser sinônimo de saúde e prosperidade para, na atualidade, passarem a ser considerados doentes e feios por muitas sociedades. De acordo com a autora, hoje, há, muitas vezes, a rejeição aos corpos gordos, mas nem sempre foi assim.

O desenvolvimento das sociedades ocidentais promoveu uma "afinação" dos corpos, uma vigilância da silhueta, uma rejeição ao excesso de peso. Porém, a autora afirma que, em outros momentos históricos, existia um receio em relação à magreza: ela representava um déficit intolerável para com o mundo (SANT'ANNA, 2001).

Para Vigarello (2012), nos séculos centrais da Idade Média, os corpos não eram pensados fora da fartura, ou seja, o importante era “estufar a pança”, comer e beber à vontade. Os cuidados com a saúde e as respostas às doenças eram obtidos através de uma farta alimentação, pois, de acordo com o autor, naquele tempo e espaço, o prestígio dos corpos gordos estava

ligado, antes de mais nada, ao meio. Mundo da fome, de restrições esmagadoras, em que a escassez se repete em intervalos de menos de cinco anos, por esgotamento dos solos, falta de armazenamento, lentidão e precariedade das redes de transporte e vulnerabilidade às intempéries, os séculos centrais da Idade Média enfrentam cerca de 1.300 crises de abastecimento e erigem em ideal a acumulação de alimentos (p.21).

Os sujeitos com corpos gordos eram considerados formosos e possuíam prestígio social, pois a gordura corporal ainda não havia se tornado sinônimo de doença e feiura. Claude Fischler (2005) relata que, há um século, nos países ocidentais, os corpos gordos eram apreciados, e afirma que

nos países ocidentais desenvolvidos, os gordos eram amados; hoje, nos mesmos países, amam-se os magros. [...] As sociedades modernas, é claro, não amam nem a gordura nem as pessoas muito gordas. No tempo em que os ricos eram gordos, uma rotundidade razoável era muito bem vista. Ela era associada à saúde, à prosperidade, à respeitabilidade plausível, mas também ao capricho satisfeito. Dizia-se de um homem gordinho que ele era “bem feito”, enquanto que a magreza não sugeria mais do que a doença (o definhamento), a maldade ou a ambição desenfreada (p.78).

Vigarello (2012) enfatiza que os corpos magros, em outros momentos, sofreram rejeições. “O perigo da magreza era fazer sumir o que uma gordura 'normal' supostamente promovia, ou seja, o volume e modulação das carnes” (p.81). Um medo envolvia a imagem da magreza com a morte, pois ela assustava, lembrava a fome, a peste e a desencarnação.

Os corpos gordos tinham prestígio e segurança, pois a fome “olhava com bons olhos” para a gordura dos corpos, ou seja, em épocas de escassez de alimentos, comer

muito e ter um corpo gordo demonstrava uma situação social privilegiada. Porém, no século XVIII, houve alguns deslocamentos nestas concepções e os corpos gordos passaram a ser associados com os “abastados”, aqueles que “engordam tirando o sustento da viúva e do órfão”, enquanto o povo perecia na miséria e na fome (VIGARELLO, 2012, p. 170).

Sobre isso, Claude Fischler (2005) – quem, assim como Vigarello (2012), realizou seu trabalho sobre a sociedade europeia no século XX, principalmente a francesa – afirma que os corpos gordos também eram vistos como incontrolláveis, transgressores, por comerem demais e, com isso, violarem

constantemente as regras que governam o comer, o prazer, o trabalho e o esforço, a vontade e o controle de si. Dito de outro modo, o obeso (seu corpo o trai) passa por alguém que come mais do que os outros, mais do que o normal, numa palavra: *mais que a sua parte* (FISCHLER, 2005, p. 74).

Assim, a vigilância sobre os corpos gordos aumentava entre os séculos XVI e XVII, constantemente e em todos os domínios: do lazer à intimidade, da moda ao comportamento, da saúde à doença. Aos poucos, os corpos gordos se tornaram o símbolo do desagradável ou do feio e a pressão sobre eles ganhou intensidade (VIGARELLO, 2012).

A aproximação dos corpos gordos com o termo feiúra de corre de sua origem no latim *foeditas*, que significa, simultaneamente, sujeira e vergonha, sendo que o feio é considerado o antônimo do belo. De acordo com Eco (2014), o feio é a antítese do belo, “uma desarmonia que viola as regras daquela proporção sobre a qual se fundamenta a beleza, tanto física quanto moral, ou uma falta que retira do ser aquilo que, por natureza, deveria ter” (p.133).

Por outro lado, a exibição dos corpos torna-se cada vez maior, destacados por meio da valorização dos banhos de mar e das temporadas nas praias (SANT’ANNA, 2014). No século XIX, os corpos, que antes ficavam ocultos, começavam a ganhar visibilidades, e os olhares passaram a ser educados e capazes de constatar “deformidades” dos corpos, sendo que a gordura corporal já era associada ao feio (VIGARELLO, 2012).

Em meados do século XIX, junto com os olhares, mudaram também as formas de lazer, a moda, o vestuário, emergindo a preocupação com roupas que deixassem os corpos mais expostos, o que alterou a maneira de julgar as formas

corporais. Nesse contexto, as pessoas analisavam os perfis, umas das outras, com um olhar atento a todas as formas dos corpos (VIGARELLO, 2012).

Para a sociedade ocidental, existir significa ser visto, construindo uma concepção que torna os sujeitos espectadores e espetáculo, procurando no olhar do outro a sua aprovação (NOVAES, 2006). A aparência passa a dominar e a alertar para o feio: a feiura torna-se o alvo. Os corpos gordos, naquele momento da História do Ocidente (e, em alguns momentos, ainda na atualidade), antes mesmo de serem tidos como gulosos, preguiçosos, excessivos, passaram a ser considerados feios.

As discriminações por causa da aparência, segundo Fischler (1995), no século XX, tornam-se reais em relação aos corpos gordos. O autor cita um exemplo: “em 1984, um eletricitista de Rennes, na França, foi despedido porque seu peso (123 kg) tornava-o, de acordo com seu empregador, 'inapto para o trabalho'" (p. 70). Também trago um exemplo bem próximo ao da autora, que ocorreu aqui no Brasil, em 2014, no estado de São Paulo: um professor, após ter sido aprovado em concurso público, foi impedido de assumir o cargo por ser considerado "obeso"²². A decisão, neste último caso, não foi pautada pela aparência, mas justificada pela medicina, pelo argumento de que ele era “doente”.

Dessa forma, a sociedade ocidental passa a ver os corpos gordos como algo não desejável para os padrões estéticos e de saúde da contemporaneidade, pois configuram um dos piores tipos de negligência, em que estão excluídos os “exercícios físicos regulares, esforço, disciplina, persistência, obstinação e autoestima” (NOVAES, 2006, p. 98). Na segunda metade do século XIX, a utilização dos regimes alimentares intensificou-se e as mulheres eram os principais alvos, revelados por periódicos de moda que sugeriam o emagrecimento. Outro alvo deste investimento no emagrecimento era a juventude, incentivada através das vestimentas, tais como os corpetes (VIGARELLO, 2012).

Nesse processo de emagrecimento, a ênfase na pesagem também se tornava rotineira e as balanças começavam a ganhar destaque no século XX, começando a fazer parte do cotidiano, inclusive, dos brasileiros. Segundo Sant’anna (2014), por volta da década de 1960, uma insistência em controlar o peso popularizou o uso das balanças, que aparecem em drogarias por todo o Brasil e, assim, “todos os sujeitos

²²Informação disponível em: <http://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2014/04/15/professor-e-impedido-de-assumir-cargo-publico-por-ser-considerado-obeso.htm>. Acessado em: 07/02/2015.

puderam conhecer e conferir o próprio peso com uma frequência antes desconhecida” (p. 131).

Todo esse contexto mostra o quanto os corpos gordos, ao longo do tempo, na sociedade ocidental, se tornaram alvo de intenso interesse e investimento. Além de promoverem uma aparência desagradável ao olhar do outro, por estarem vinculados ao feio, também eram considerados (e em alguns momentos ainda são) potenciais doentes, que colocam sua vida em risco.

A partir desta associação dos corpos gordos à noção de doença, emerge a obesidade. De acordo com Vigarello (2012), o termo obesidade foi adicionado à segunda edição do Dicionário de *Antoine Furetière*, em 1701, para substituir outras formas de nomear os corpos gordos, como gordotes, gorduchos, as quais estavam na primeira edição. A obesidade, naquele momento, significava: “Termo da medicina. Estado de uma pessoa carregada demais em carnes ou gorduras” (VIGARELLO, 2012, p.164). Obesidade surge para designar uma doença que, segundo o autor, passou, então, a ter que ser combatida. Os interesses da medicina sobre ela só cresciam.

Segundo Carvalho e Martins (2006), a obesidade, geralmente, trata o corpo como uma máquina de entrada e saída de energia e a ‘vontade’ dos sujeitos gordos deve, moralmente, determinar sua adesão à dieta prescrita. No entanto, os autores enfatizam que os corpos gordos não são “uma máquina mensurável que ingere e excreta substâncias, independente do ambiente”, mas que os mesmos fazem “parte do ambiente em que vivem e, como tal, se apropriam dele a cada momento, interagindo e modificando os processos” (p.204).

Vigarello (2012) destaca que os perigos constatados sobre os corpos gordos, no Ocidente, a partir da década de 1920, passam a ser tratados como um problema de saúde pública e não apenas como uma questão individual. Esses corpos passam a ser vistos como um perigo para a população e necessitam de uma vigilância grupal. Sobre isso, o autor fala a respeito da emergência de se criar defesas coletivas contra essa doença chamada obesidade, sendo que a vigilância dos comportamentos individuais passa, também, a ser adotada.

O enaltecimento dos perigos que os corpos gordos podem trazer à vida individual e à população tornou-se alvo de controles coletivos e de debates políticos e econômicos nos séculos XX e XXI. São inúmeras as campanhas de prevenção à obesidade, além da produção de trabalhos científicos que abordam esse tema. Nesse aspecto, outros saberes são construídos com a função de avaliar o risco que a

população corre de conviver ou vir a ter corpos gordos, buscando, principalmente, prevenir e detectar a gordura corporal.

Assim, “ou o corpo é magro ou não é”, sendo que a magreza passa a ser uma exigência. “A 'transgressão' em relação à gordura corporal, então, banaliza-se, ou seja, qualquer vestígio de gordura nos corpos é visto como uma infração. Todos correm o risco de 'passar' das medidas [...]. O 'excesso' de peso e de gordura vira um horizonte diário” (VIGARELLO, 2012, p. 327). Essa vigilância permanente se sustenta pelo argumento da manutenção da saúde ou por um possível mal-estar causado por uma silhueta que não agrada, pois é considerada feia.

Dessa maneira, a rejeição aos corpos gordos, no decorrer do século XX e em muitos episódios do século XIX, diante das exigências por corpos esbeltos, faz com que aqueles necessitem fazer um esforço para emagrecer, impondo-lhes um fardo bem mais pesado do que seu próprio peso (SANT'ANNA, 2001). O trabalho sobre si e o controle das próprias condutas se tornaram obrigação estética e de saúde. Um cuidado sobre si mesmo passa a ser uma tarefa cotidiana, na qual a preparação física vira rotina e a autotransformação é valorizada e visibilizada.

Na atualidade, na maioria das vezes, o mínimo vestígio de adiposidade é rejeitado, o que se deseja são corpos absolutamente desprovidos de qualquer gordura corporal. Além disso, os padrões de corpos gordos e magros foram modificados, pois “no passado, era preciso ser bem mais gordo do que se é hoje para ser considerado gordo e bem menos magro para ser nomeado magro” (FISCHLER, 2005, p.79)

No entanto, Sant'anna (2014) enfatiza que, no presente, para alguns, os corpos gordos não são considerados feios, pois “os movimentos sociais em prol da aceitação sem preconceitos da diversidade corporal favorecem uma beleza mais redonda que longilínea”. A autora cita o *plus size* como uma possibilidade de divulgar os corpos gordos como símbolos de beleza.

Segundo Sant'anna (2014), o sucesso dos corpos gordos no Brasil, mas não somente em nosso país, aciona a “antiga imagem de que gordura é formosura, charme, generosidade”. Para a autora, os blogs e sites que tratam sobre o assunto ajudam a mostrar outros tipos de corpos gordos. Atualmente, percebe-se alguns modos diferentes de olhar para os corpos gordos. O *plus size* é considerado uma forma de dar visibilidade a esses corpos.

Nesta parte do texto, trouxe algumas possibilidades históricas de se poder pensar os corpos gordos, fundamentadas em algumas abordagens, especificamente, da

sociedade ocidental. São concepções de corpos que passam por deslocamentos ao longo dos tempos, o que mostra que não houve uma construção única, universal, unívoca, mas construções múltiplas, que se estabeleceram em diferentes períodos. Essas histórias que escolhi tornam-se importantes para que eu possa pensar sobre o *plus size* e sua emergência no Brasil, a partir do presente em que me encontro agora.

5.2A EMERGÊNCIA DO PLUS SIZE NO BRASIL: POR QUE É POSSÍVEL FALAR SOBRE ISSO NESSE MOMENTO?

Em minha pesquisa, percebi que a maioria dos blogs nacionais investigados foi criada entre 2009 e 2010. A partir disso, me pergunto como poderia ter ocorrido, nesse tempo/espço, a criação da maioria desses blogs *plus size*, cujos anos de criação apresento abaixo (quadro 25):

Blogs	Ano de criação
Grande Mulheres	2009
Beleza sem Tamanho	2009
Mulherão	2009
Blog Débora Fernandes <i>Plus</i>	2009
Beleza <i>Plus Size</i>	2010
Gordinhas Assumidas	2010
Fofashions	2010
Hoje Eu Vou Assim <i>Plus Size</i>	2010
Espaço <i>Plus Size</i>	2011
Cheias de Curva	2012
Cheias de Charme <i>Plus Size</i>	2012

Quadro 25: listagem dos blogs *plus size* nacionais e seus respectivos anos de criação.

É difícil saber quando foi inventado o termo *plus size* e quando ele passou a nomear os corpos gordos. Segundo Moreno (2014), o uso do termo surgiu nos Estados Unidos da América (EUA), no início do século XX. De acordo com a autora, o aumento da população com sobrepeso nos EUA gerou uma demanda cada vez maior para atender ao público com corpos gordos e fazer com que a indústria da moda os perceba como potenciais consumidores. Logo, cria-se outro nicho de mercado, voltado especificamente ao público *plus size*.

Com a oportunidade de gerar lucros, entre as décadas de 1980 a 1990, grandes agências de modelos americanas começaram a trabalhar com a moda voltada para pessoas gordas. Porém, o *plus size*, nos EUA, segundo Moreno (2014), teve seu grande momento em 2008, durante a décima temporada do programa de TV “America's Next Top Model10”, quando a modelo Whitney Thompson, considerada *plus size*, recebeu o título de “Top Model da América”. Abaixo, trago uma foto da modelo:



Figura26: Whitney Thompson, modelo *plus size*

Em 2009, a revista americana “Glamour” publica fotos da modelo Lizzie Miller deixando à mostra uma barriga fora dos padrões, o que suscitou grande

repercussão, pois era a primeira vez que as leitoras viam, em matérias de revistas femininas, uma mulher que fugia ao modelo magro (MORENO, 2014). Logo abaixo, uma foto da modelo:



Figura 27- Foto da modelo Lizzie Miller, publicada na revista norte-americana *Glamour* – edição setembro de 2009.

No Brasil, o Blog Mulherão divulga, em uma de suas postagens, a repercussão da edição de setembro de 2009 da revista *Glamour*, enfatizando que a citada revista fará outra capa com modelos *plus size*, como mostra a enunciação a seguir (figura 28):

Depois da mulher da página 194...

MODA E ESTILO MODELO GG

Por Dani Lima

A revista americana *Glamour* gostou da repercussão da [foto de Lizzie Miller e sua barriguinha](#) ("inha" pra sempre, em relação a minha!), que ilustrou a página 194 da edição de Setembro! Gostaram tanto, que contrataram sete plus sizes, contando com Lizzie, para fotografarem um editorial para a edição de Novembro. Ah, um detalhe... estarão todas nuas! 😊

Figura 28 – Postagem do blog Mulherão, de 27 de setembro de 2009: <http://belezaplussize.blogspot.com.br/>, acessado em junho de 2014.

A enunciação (figura 28) mostra que, em 2009, já se falava sobre o *plus size* no Brasil, ainda que com pouca ênfase. Segundo Moreno(2014), essa data foi bastante importante para o *plus size* mundial, pois:

Aproveitando esse momento de frenesi, grandes publicações internacionais como “Elle”, “V Magazine”, “Vogue”, “Love”, “Cosmopolitan” e “Marie Claire”, entre outras, começaram a apresentar em suas páginas e capas, modelos “*plus size*” e editoriais voltados a essa questão da valorização de uma beleza mais real (p. 49).

Abaixo, trago imagens que mostram as capas de algumas das revistas citadas por Moreno(2014):



Figura 29- Cantora Beth Ditto, da Banda Gossip, na capa da Revista *Love* de 2009.



Figura 30- Atriz Gabby Sidibe, na Revista *Elle* de outubro de 2010.

Dessa forma, pergunto-me: por que, nesse momento histórico, no Brasil, torna-se possível falar sobre o *plus size*? Essa interrogação começa a ser dissipada e alguns acontecimentos me mobilizam a pensar sobre a emergência do *plus size* em nosso país. A partir do que trouxe Moreno (2014), o meu pensamento é disparado em relação ao contexto brasileiro e começo a suspeitar de alguns acontecimentos nacionais e internacionais que, em conjunto, podem traçar uma possibilidade do surgimento do *plus size* no Brasil.

Em 2010, a Organização Mundial da Saúde (OMS) e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgaram dois grandes levantamentos do excesso de peso e da obesidade no Brasil, através de uma pesquisa feita pela Vigilância de Fatores

de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (VIGITEL)²³, realizado em 2009.

Segundo o VIGITEL 2009, o Brasil possuía 46,6% de sua população adulta com excesso de peso (p. 50). Isso indicava um mercado promissor, se pensarmos que não faltaria público para consumir mercadorias voltadas especificamente para pessoas com corpos gordos. Essa data coincide com o ano de criação de quatro dos blogs que venho pesquisando.

Algumas revistas brasileiras divulgam esses dados estatísticos realizados em 2009, como, por exemplo, a revista Veja (figura 31):

Pesquisa do IBGE confirma que obesidade é epidemia no Brasil

Mantido o ritmo de crescimento do número de pessoas acima do peso, em dez anos o país terá se igualado aos Estados Unidos

Por: Lucila Soares e Cecília Ritto © 27/08/2010 às 10:00 - Atualizado em 27/08/2010 às 12:08



Assento para obesos em estação de metrô de SP. (VEJA.com/VEJA)

²³VIGITEL é um levantamento bianual realizado pelo Ministério da Saúde, através de contato telefônico, considerando indivíduos com mais de 18 anos de idade, que tem como objetivo monitorar a frequência e a distribuição de fatores de risco e proteção para Doenças Crônicas não Transmissíveis em todas as capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal, por meio de entrevistas telefônicas realizadas em amostras probabilísticas da população adulta residente em domicílios servidos por linhas fixas de telefone em cada cidade brasileira (VIGITEL, 2009, p.15).

E é aí que a boa notícia começa a dar lugar à preocupação. O déficit de peso atinge hoje menos de 5% da população - o que é um indicador social positivo da maior relevância. Mas o excesso (ou sobrepeso, como preferem dizer os médicos) e a obesidade explodiram. A Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) divulgada nesta sexta-feira pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostra que em todas as regiões do país, em todas as faixas etárias e em todas as faixas de renda aumentou contínua e substancialmente o percentual de pessoas com excesso de peso e obesas. O sobrepeso atinge mais de 30% das crianças entre 5 e 9 anos de idade, cerca de 20% da população entre 10 e 19 anos e nada menos que 48% das mulheres e 50,1% dos homens acima de 20 anos. Entre os 20% mais ricos, o excesso de peso chega a 61,8% na população de mais de 20 anos. Também nesse grupo concentra-se o maior percentual de obesos: 16,9%.

O IBGE segue os parâmetros da Organização Mundial da Saúde (OMS) na conceituação de sobrepeso (Índice de Massa Corporal superior a 25%) e obesidade (IMC superior a 30%). **Calcule aqui o seu**

Figura31- Revista Veja de 27 de agosto de 2010, disponível em:

<http://veja.abril.com.br/noticia/saude/pesquisa-do-ibge-mostra-que-obesidade-e-epidemia-no-brasil/>, acessado em 15/08/15

Os eventos de moda e concursos de beleza voltados para pessoas com corpos gordos são destacados por Betti (2014) e Moreno (2014) como acontecimentos produtores do *plus size* no Brasil. Para Betti (2014), a primeira edição do *Fashion Weekend Plus Size*, que aconteceu em 2010, contribuiu para dar visibilidade ao mercado e, até hoje, é o maior evento de moda *plus size* do país. Outro episódio foi o concurso de *Miss Plus Size*, que, para Moreno (2014), ajudou a alavancar o *plus size* nacional, pois as vencedoras foram encaminhadas para o mercado de trabalho, como modelos.

De acordo com a autora, uma das responsáveis pelo uso do termo *plus size* em eventos de moda para esse público, no Brasil, foi a assessora de imprensa Joyce Matsushita, que, em 2009, passou a trabalhar para a então modelo brasileira Flúvia Lacerda, que iniciou sua carreira nos EUA e popularizou a profissão no mercado nacional:



Figura 32– Modelo *Plus Size* Flúvia Lacerda.

Moreno (2014) afirma que a tarefa de falar sobre *plus size* no Brasil teve suas dificuldades, pois vinha na contramão do culto à beleza magra. Porém, com o *plus size* ganhando força internacional, iniciou-se sua disseminação, buscando agregar valores como autoestima, confiança e identificação.

Com a intenção de se falar e promover o *plus size* nacional, Moreno (2014) e Betti (2014) enfatizam a importância da internet. As autoras citam, entre outros, a criação de vários blogs como importantes espaços de divulgação do *plus size* nacional. Segundo Betti (2014), é preciso reconhecer a relevância dos blogs, pois são

uma referência bastante importante porque fornecem, de maneira mais rápida e mais acessível - já que o acesso à Internet está cada vez mais ampliado e barato - dicas e informações dificilmente encontradas em outros locais que podem ser vistas por um público mais amplo que as classes médias e altas (BETTI, 2014, p. 57).

Os blogs, segundo Moreno (2014), debatem o *plus size* através de vivências pessoais, dicas de compra, fotos de estilo pessoal e textos motivacionais, além da divulgação de notícias nacionais e internacionais sobre o tema.

Outro acontecimento ao qual volto meu olhar são as discussões que tomaram vulto social em torno da bulimia e anorexia no mundo da moda, entre 2006 e 2008, período que antecedeu a criação dos primeiros blogs nacionais que fazem parte de minha pesquisa. No ano de 2006, especificamente, foi destaque, dentro e fora do

Brasil, a morte da modelo brasileira Ana Carolina Reston, conforme enunciações (figura 33e 34):

Atualizado às: 17 de novembro, 2006 - 11h31 GMT (09h31 Brasília)

Morte de modelo brasileira é destaque na imprensa mundial

A morte da modelo brasileira Ana Carolina Reston, por complicações decorrentes de uma anorexia nervosa, é destaque de vários jornais europeus e americanos.



Segundo o jornal britânico *The Independent*, a morte "deve causar nova auto-análise nos principais centros da moda no mundo".

Ana Carolina Reston 'se matou de fome', diz jornal americano

Alimentação
Dieta pode afetar saúde mental, diz pesquisa.

Mal de Alzheimer
Dieta mediterrânea diminui riscos, diz estudo

Dieta Atkins
Pesquisa revela que o regime é mais eficaz em homens

O jornal lembra que o debate sobre a magreza excessiva das modelos foi esquentado em agosto, quando outra modelo latina, a uruguaia Luisel Ramos, morreu de insuficiência cardíaca após passar semanas praticamente sem comer.

"A indústria (da moda) se vê acusada de não apenas negligenciar a saúde das modelos, mas de, através delas, encorajar jovens mulheres a levarem dietas para perder peso a extremos perigosos", disse o jornal.

"As meninas brasileiras, inspiradas pelo sucesso internacional de algumas de suas conterrâneas, como Gisele Bündchen e Adriana Lima, podem estar particularmente suscetíveis ao apelo do mundo da moda."

NOTÍCIAS RELACIONADAS

- ▶ Milão lança código de conduta contra modelos 'anoréxicas' 23 setembro, 2006 | BBC Report
- ▶ Semana de moda de Madri proíbe

Figura 33– Site BBC: disponível em:

http://www.bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2006/11/061117_pressreview_ir.shtml

acessado em 15/08/15



Figura34– Jornal Nacional, disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=PIBnmvX6fh4> acessado em 22/08/2015

A magreza excessiva de modelos é enfatizada nas enunciações (figuras 33 e 34) e se constituiu como um potente debate em torno da saúde dessas modelos e das exigências por corpos magros na moda. É interessante observar que, em 2015, foi aprovado, na França, um projeto de lei que proíbe a contratação de modelos excessivamente magras, como mostra a enunciação (figura 35):



PEDRO DINIZ
COLUNISTA DA FOLHA

20/04/2015 @ 02h15

Compartilhar    < 1,2 mil  OUVIR O TEXTO  Mais opções

Enquanto o Senado francês se prepara para votar nas próximas semanas duas emendas à Lei da Saúde Nacional que criminaliza a contratação de modelos excessivamente magras na França, como forma de combater a propagação da anorexia no país, as tops e os convidados que passaram pela 39ª edição da São Paulo Fashion Week contestam a viabilidade prática do projeto.

A **Folha** levou uma balança e pesou algumas modelos nos bastidores dos desfiles e constatou que, para o padrão exigido pela França, elas estão ou no limite ou abaixo do necessário.

PUBLICIDADE

Figura 35– Reportagem da Folha disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/04/1618669-modelos-contestam-lei-que-proibe-magreza-excessiva.shtml>, acessado em 15/08/15

A aprovação da lei francesa repercutiu no Brasil, onde modelos se mostraram contrárias às novas regras da França, como traz a enunciação (figura35).

A discussão sobre anorexia e bulimia está presente em alguns blogs *plus size* de minha pesquisa, como mostra a enunciação do Blog Grandes Mulheres (figura36):

17
OUTUBRO
2009

Prato cheio para emagrecer

Por: colaborador | Categoria: Comportamento

Protegidos pelo anonimato, sites alimentam a bulimia e a anorexia

Colaborador: Gabriel Innocentini



Lindsay Lohan, que já teve

Ana tem muitas amigas, mas seus conselhos não costumam ser os melhores. Mia, por outro lado, é mais popular, embora não seja tão letal. A anorexia e a bulimia são duas doenças cujos casos têm aumentado graças à internet. Sites e blogs são usados pelas garotas como forma de trocarem dicas, experiências e relatos. O problema é que esses transtornos alimentares não são vistos por elas como algo doentio, podendo até levar à morte, mas sim como "estilo de vida".

As garotas que desejam emagrecer devem estar dispostas a tudo, desde comprar remédios para perda de peso até enganar a família. Estas estratégias absurdas e perigosas são ensinadas em sites pró-ana e pró-mia. Para elas, Ana é que sofre de anorexia, enquanto Mia é quem sofre de bulimia.

Ana Julia Silva (nome fictício), de 1,74m, tem 18 anos e pesa 66 quilos, mas sua meta é atingir os 46 quilos. Ela já perdeu dez e conta que aprendeu na internet os métodos para emagrecer, até mesmo com a prática radical do NF – do inglês *no food*, ou seja,

Figura 36– Postagem do blog Grandes Mulheres de 17 de outubro de 2009: <http://grandesmulheres.com.br/> acessado em maio de 2014.

Isso me faz desconfiar que pode haver interesses dos blogs *plus size* ao citarem Ana e Mia²⁴, pois afirmam os corpos gordos como saudáveis e mostram que a busca por magreza excessiva é que é uma doença. Suspeito que essa discussão produziu o *plus size* no Brasil, que se apropria desse tema para que os corpos gordos ganhem visibilidade e legitimidade.

Outro aspecto que pode ter contribuído para a emergência do *plus size* no Brasil foi o crescimento da taxa de emprego no país, entre 1999 e 2009. De acordo com o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE, 2012), ao analisar os dados da Pesquisa de Emprego e Desemprego (PED) para o conjunto das regiões metropolitanas, no período de 1999-2009, observou-se o declínio acentuado da taxa de desemprego total, que diminuiu de 20,2% para 14,2%. Esse resultado era reflexo do crescimento econômico sobre o mercado de trabalho no país naquele momento. Também, de acordo com o Departamento Intersindical de

²⁴ São blogs voltados para anorexia e bulimia.

Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE, 2012), em relação à renda, entre 1999 e 2009, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) indica o crescimento de 15,0% do rendimento médio real mensal familiar no Brasil (p.40). Esse aumento da renda da população brasileira pode ter impulsionado o consumo, levando a expandir vários nichos de mercado, inclusive, o *plus size*.

Diante das suspeitas e possibilidades que eu trouxe durante essa escrita, tento disparar o pensamento de como foi possível falar sobre o *plus size* no Brasil. São suspeitas que se cruzam e se interligam, para que eu possa fornecer pistas de como emerge, a partir de meu olhar, o *plus size* em nosso país, nesse momento e não em outro.

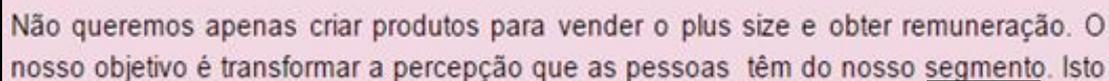
6. TRAÇANDO ALGUMAS ANÁLISES

Nesse capítulo do texto, discuto as duas temáticas recorrentes sobre as quais detive meu olhar, nos blogs *plus size*: o uso das palavras segmento e movimento e as estratégias de poder que controlam, vigiam, examinam e normalizam os corpos gordos *plus size*. Não descrevo a repetição das coisas que são faladas, mas o que faz com que essas enunciações sejam ditas. Opto, nesse momento, por analisar essas duas recorrências, pois entendo que as mesmas perpassaram todos os doze blogs *plus size* que fazem parte de minha pesquisa e, sendo assim, as considero como elementos potentes diante daquilo que é dito nesses artefatos midiáticos.

Na primeira análise, intitulada “Movimento e Segmento nos blogs *plus size*: modos de posicionar os corpos gordos em uma sociedade de consumidores”, venho discutir como as palavras movimento e segmento estão sendo usadas nos blogs. Na segunda temática definida para análise, “Estratégias de Poder: as técnicas de vigilância, controle e exame dos corpos gordos nos blogs *plus size*”, venho mostrando as estratégias de poder que controlam, vigiam, normalizam e examinam os corpos gordos *plus size*.

6.1. MOVIMENTO E SEGMENTO NOS BLOGS PLUS SIZE: MODOS DE POSICIONAR OS CORPOS GORDOS EM UMA SOCIEDADE DE CONSUMIDORES

No meu encontro com os blogs, algo me inquietou: a recorrência do uso das palavras movimento e segmento. Exponho, aqui, algumas enunciações que tratam dessas questões:



Não queremos apenas criar produtos para vender o plus size e obter remuneração. O nosso objetivo é transformar a percepção que as pessoas têm do nosso segmento. Isto

Figura 37- Postagem do blog Cheias de Charme *Plus Size*, de 08 de maio de 2014: <http://cheiasdecharmeplussize.blogspot.com.br/>, acessado em agosto de 2014.

No Fashion Weekend Plus Size também acontecem desfiles, que viram a sensação entre as consumidoras plus size. Tudo o que é mostrado na passarela é desejado pelos mulherões brasileiros, que pedem que esses produtos sejam revendidos por suas lojas prediletas. E é por este motivo que o FWPS recebe lojistas do País inteiro e é o maior e melhor evento do segmento.

Figura 38- Postagem do blog Grandes Mulheres, de 04 de maio 2015:
<http://cheiasdecharmeplussize.blogspot.com.br/>, acessado em maio de 2015.

Porque, vejam bem: nós levantamos a bandeira do *"movimento plus size"* e vivemos dizendo de todas as maneiras que conseguimos como é importante *"cada uma se aceitar como é"* (*sic!* – odeio este termo, quem me lê sabe), como é importante *"valorizar a real beleza que há nas grandes mulheres"*, como *"a sociedade nos julga pela nossa aparência"*,

Figura 39 - Postagem do blog Grandes Mulheres, de 22 de maio 2012:
<http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em maio de 2014.

Na segunda dia 12 aconteceu um lançamento épico para o movimento plus size brasileiro, a Diva Fluvia Lacerda se uniu a uma marca top para lançar uma coleção maravilhosa.

Figura 40- Postagem do blog Beleza sem Tamanho, de 14 de novembro 2012:
<http://belezasemtamanho.com/category/plus-size/page/19/>, acessado em setembro de 2014.

Para começar esta discussão, destaco que considero o fato de nomear algo como uma atitude que não é neutra: há interesses em jogo, os quais funcionam como “motor de ação”, “aquilo por que todos os indivíduos vão agir” (FOUCAULT, 2008, p.95). Esses interesses constituem públicos, grupos de sujeitos aproximados por valores e desejos em comum, como o do *plus size*, permitindo que seja possível que, ao mesmo tempo, cada sujeito promulgue seus interesses e seja coletivamente governado por eles.

Parto da suspeita de que os sujeitos que criaram e participaram/participam dos blogs *plus size*, através de suas postagens, produzem verdades quando fazem uso das expressões movimento ou segmento, pois, conforme Larrosa:

Eu creio no poder das palavras, na força das palavras, creio que fazemos coisas com as palavras e que, também, as palavras fazem coisas conosco. As palavras determinam nosso pensamento porque não pensamos com pensamentos, mas com palavras. E, portanto, também tem a ver com as palavras o modo como nos colocamos diante de nós mesmos, diante dos outros e do mundo em que vivemos (2002, p. 21).

Compreendo que o uso das palavras movimento e segmento pode ser uma maneira de esses sujeitos evidenciarem suas posições em relação aos corpos gordos. Dessa forma, trago alguns sentidos dados a esses termos em alguns dicionários. Cabe ressaltar, no entanto, que não os coloco para cristalizar algum significado específico, mas para problematizar esses e outros sentidos que possam surgir a partir dessas palavras.

No dicionário Aurélio Ferreira (2007), a palavra movimento possui os seguintes sentidos: “ato ou processo de mover-se; deslocamento” ou “um determinado modo de mover-se” ou, ainda, “série de atividades organizadas por pessoas que trabalham em conjunto para alcançar determinado fim” ou “processo de mudança ou alteração das relações internas ou externas de um sistema” (p. 1367). Também consultei o dicionário de Filosofia de Nicola Abbagnano (2007), quem afirma que movimento é a “mudança ou processo de qualquer espécie” e a “realização do que está em potência” (p. 686). Nesse sentido, a expressão movimento é utilizada para se referir a um processo inacabado, um vir a ser, que os sujeitos suscitam em busca de um objetivo.

Pensando nos sentidos da palavra movimento atribuídos pelos dicionários, lanço meu olhar para outros grupos que também se apropriam dessa nomenclatura, tais como o movimento feminista, o movimento negro, o movimento de lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transgêneros, o dos sem-terra (MST), entre outros. De acordo com Maria da Glória Gohn (2011), esses grupos caracterizam-se como "movimentos sociais" por serem ações coletivas organizadas, que possuem um caráter político-social e cultural, buscando, entre outras coisas, estabelecer políticas de proteção, promoção de igualdade e do reconhecimento da diferença. Assim, me questionei: os blogs do movimento *plus size* estão querendo ser reconhecidos como um movimento social, assim como feministas, negros, MST e LGBT, entre outros tantos?

Quanto à palavra segmento, encontrei os seguintes sentidos no dicionário Aurélio (2007): “porção bem delimitada e destacada de um conjunto”, “segmento de mercado. Market. cada um dos grupos de consumidores determinado no processo de segmentação.[...] Também se diz apenas segmento, nicho, ou público-alvo”(p.1820). Para Lamb (apud ALVES, 2006),

Segmento de mercado é um subgrupo de pessoas ou organizações que compartilhem uma ou mais características e que tenham as mesmas necessidades de produtos.[...] O processo de divisão de um mercado em

segmentos ou grupos significativos, relativamente homogêneos e identificáveis, é chamado segmentação de mercado (p. 18).

De acordo com o autor, a segmentação do mercado começa quando há diferença de interesses e necessidades dos clientes. Dessa forma, cria-se “subconjuntos de clientes, em que cada subconjunto deve satisfazer as necessidades de um grupo de clientes que tenham necessidades semelhantes” (ALVES, 2006, p.18).

Assim, passo a entender que a palavra segmento, nos blogs, está sendo usada para demarcar algo que já está determinado e separado em grupos específicos. Neste caso, está vinculada ao que é denominado como um nicho de mercado que atenderia às necessidades das(os) gordas(os) e no qual existem interesses econômicos e de mercado em jogo, como mostram as enunciações a seguir (figura 41):

Gostaria de aproveitar a oportunidade e pedir encarecidamente para que as outras empresas respeitem o nosso direito à marca Mulherão. Recentemente, fui surpreendida com a notícia que uma antiga marca que vende produtos em nosso segmento, que inclusive já integrou o **Fashion Weekend Plus Size** que organizo, que me conhece, que conhece o Blog Mulherão, e que estava fazendo uso indevido da minha marca em uma palestra anual que organiza em uma de suas lojas, e em seu site. Achei de uma baixeza sem tamanho que uma empresa familiar, com anos de mercado, tenha feito isso conosco e mesmo diante dos contatos de meus advogados e de nossas explicativas dizer que **Mulherão** é uma palavra de uso comum. Não, não é. Aliás, quando comeci a usar a palavra **Mulherão** quase ninguém a usava no Brasil. Usava-se aqui palavras no aumentativo mantendo o feminino: mulherzona, mulherona etc... Aí é muito fácil quando uma marca está fazendo sucesso em um nicho bem específico, que é o plus size e a tal empresa utilizá-lo, para vender seus produtos e serviços, sem cerimônia.

Figura 41- Postagem do blog Mulherão, de 13 de maio 2015:
<http://bezasentamanho.com/category/plus-size/page/19/>, acessado em maio de 2015.

A enunciação do blog Mulherão (figura 41) mostra que o mercado específico para as(os) gordas(os) pode estar chamando a atenção de empresas que começam a se dedicar a esse público. Dessa forma, criam-se marcas, como a Mulherão, para atender a essas/esses consumidoras(es). Isso demonstra que há um espaço para um nicho de mercado específico para as(os) gordas(os).

Além de ser possível encontrar estas duas maneiras de acionamento das palavras movimento e segmento, as mesmas também podem funcionar de maneira articulada e não excludente, como mostra a enunciação do Blog Cheias de Curvas (figura 42):

Apesar da nossa sociedade ainda impor que nós, mulheres, sejamos altas, magras, bronzeadas e com a barriguinha chapada, o movimento Plus Size demorou, mas chegou com força, trazendo a autoestima de volta a nós mulheres que não nos encaixamos nessa tal "perfeição" colocada pela sociedade, além disso, abriu portas para que os MULHERÕES de verdade possam ter seu espaço no mundo da moda. Fazer as gordinhas sofrerem para ficarem magras está se tornando uma ideia insustentável para a indústria da moda, pois assim como as outras mulheres, também somos bem consumistas, não é verdade? É tanto que foi criada a Vogue Curvy com tendências, fotos e dicas para a mulherada Plus Size.

Figura 42– Postagem do blog Cheias de Curvas de 03 de julho de 2012: <http://cheiadecurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/>, acessado em novembro de 2014.

Quando os blogs usam a palavra movimento, como mostram as enunciações dos blogs Cheias de Curvas (figura 42), questionam os padrões de beleza atuais e enfatizam a autoestima das mulheres gordas, buscando uma valorização dessa beleza, ou seja, produzem uma reivindicação que envolveria o desejo de sujeitos gordos. Ao mesmo tempo, destacam pontos do mundo da moda– que vem abrindo espaço para mulheres *plus size*, decorrente do reconhecimento produzido pelo movimento – e o quanto a indústria da moda está tendo que notar e perceber as mulheres gordas como consumidoras. Logo, são acionadas possibilidades de constituição de um segmento de mercado e de um nicho específico de consumo.

Na postagem anterior (figura 42), quando se fala sobre a criação da *Vogue Cury*, uma revista online dedicada às mulheres *plus size*, ou sobre a abertura de espaço para a carreira de modelo *plus size*, é evocada a ideia de consumo pelas blogueiras, enfatizando que elas são consumidoras e que devem ter suas necessidades atendidas.

Isso significa reivindicar, através do uso da palavra movimento, o sentido dos corpos gordos dentro do mercado consumidor, pois, conforme Bauman (2008), consumir é um direito dos sujeitos da sociedade atual. É o que mostra, a seguir, a enunciação do blog Beleza *Plus Size* (figura 43):

Quantas mulheres da América Latina entram em uma calça de tamanho 30? É irreal. Aqui (nos Estados Unidos) e na Europa, a mulher reivindicou o direito de se sentir incluída. Elas querem se ver em campanhas de moda, abrir uma revista e encontrar uma mulher parecida com ela. Além disso, elas botaram a boca no trombone e o próprio mercado da moda se sentiu forçado a modificar certas coisas. Se isso não acontecesse, no fim das contas, esse mercado perderia consumidores.

Se compararmos a realidade americana com a brasileira, o movimento ainda é fraco. Eu costumava dizer que não tinha muito mercado no Brasil, mas percebi que agora existe esse movimento. Aos poucos, a consumidora brasileira vai reivindicar a chance de ter a mesma calça jeans das modelos em tamanhos maiores.

Começa com a própria visão de negócio das empresas. Acho que os empresários estão perdendo muito ao não reconhecer esse público, porque o Brasil tem essa demanda. Eu recebo centenas de e-mails de mulheres, de norte a sul do país, falando da dificuldade de achar roupa, do preconceito. As empresas precisam perceber que é um mercado muito lucrativo e favorável. E o preconceito do mundo da moda no Brasil precisa acabar.

Figura 43 – Postagem do blog *Beleza Plus Size*, de 22 de janeiro de 2010: <http://belezaplussize.blogspot.com.br/>, acessado em junho de 2014.

A enunciação anterior (figura 43) fala sobre o movimento, mas acionando as palavras mercado e consumidores. Isso, de acordo com os dicionários de Aurélio (2007) e Alves (2006), vincula essas falas ao termo segmento.

Entretanto, a institucionalização de um nicho de mercado que produz uma moda *plus size*, como a enfatizada pelas blogueiras, pode estar sendo utilizada como uma estratégia para tentar combater o preconceito e buscar determinado prestígio para esse grupo. Há, então, uma busca de reconhecimento social, vinculado ao acesso à moda e ao consumo.

As blogueiras querem que os corpos gordos sejam reconhecidos socialmente, através do consumo e do direito de consumir. De acordo com Bauman (2008), “nessa sociedade, o consumo é visto e tratado como vocação, é *ao mesmo tempo* um direito e um dever humano que não conhece exceção” (BAUMAN, 2008, p. 73), ou seja,

como parte da “natureza humana” e de nossa predileção inata que todas as leis positivas são obrigadas a respeitar, ajudar, obedecer, proteger e servir; como aquele direito *humano* primordial que fundamenta todos os direitos do *cidadão*, os tipos de direitos secundários cuja a principal tarefa é reconfirmar esse direito básico, primário, como sacrossanto, e torná-lo plena e verdadeiramente inalienável. (BAUMAN, 2008, p. 83)

As blogueiras, através da reivindicação do direito de consumir, buscam dar sentido e significado a presença dos corpos gordos na sociedade, reconhecendo-se e buscando ser conhecidas como consumidoras. Logo, a palavra movimento sugere não somente reivindicações políticas, mas também interesses econômicos que estão ligados à ideia de segmento e de nicho de mercado. Desse modo, os sentidos dados às palavras movimento e segmento funcionam, muitas vezes, dentro de uma mesma

ordem, ou seja, reivindicam a inclusão social através da inserção na lógica do mercado e do consumo.

No atual momento histórico, fala-se em segmento porque vivemos numa sociedade de consumidores que arrasta os mais diferentes modos de vida à esfera do consumo, da necessidade de consumir e do sentir-se reconhecido apenas ao fazê-lo. No caso dos blogs analisados nesta pesquisa, as reivindicações buscam produzir um segmento de mercado voltado para o *plus size*, o qual acompanha uma gama de negócios, tais como trabalhos e cursos para modelos fotográficos e de passarela, concursos de beleza, lojas especializadas e eventos de moda, como o Fashion Weekend *Plus Size*, demonstrado apresentado na enunciação a seguir (figura 44):

No Fashion Weekend Plus Size também acontecem desfiles, que viram a sensação entre as consumidoras plus size. Tudo o que é mostrado na passarela é desejado pelos mulherões brasileiros, que pedem que esses produtos sejam revendidos por suas lojas prediletas. E é por este motivo que o FWPS recebe lojistas do País inteiro e é o maior e melhor evento do segmento.

Figura 44 – Postagem do blog Mulherão, de 14 de abril de 2015: <http://belezaplussize.blogspot.com.br/>, acessado em junho de 2014.

O segmento de mercado *plus size* visaria, então, atender determinado público e, dessa forma, não seria qualquer corpo gordo que poderia representar esse nicho para, por exemplo, desfilar em eventos de moda. Para tanto, é preciso haver uma demarcação, “homens e mulheres devem atender às condições de elegibilidade definidos pelos padrões de mercado” (BAUMAN, 2008, p.82), o que, nesse contexto, seria o *plus size*. Dessa forma, esses sujeitos, além de consumidores, se converteriam, como diz Bauman (2008), em uma mercadoria, pois só é reconhecido como sujeito, em uma sociedade de consumo, aquele que pode consumir, mas que também pode ser consumido como mercadoria. Trabalhar, por exemplo, como modelo *plus size*, seria tornar-se uma mercadoria consumível em nossa sociedade.

A delimitação de qual corpo seria *plus size* passa a ser considerada importante e a tornar-se um ponto de disputas e de conflitos de interesses. Para que o sujeito seja considerado *plus size*, atualmente, utiliza-se o balizamento dos números, ou seja, aqueles que estão enquadrados em determinada numeração poderiam ter acesso, por

exemplo, a trabalhos como modelo, entre outros, e tornar-se a mercadoria que vende determinados produtos dirigidos a este grupo.

Isso confirma a análise produzida por Bauman (2008), para quem, na nossa sociedade, os consumidores são eles próprios, mercadorias de consumo "que os tornam membros autênticos dessa sociedade" (p. 76). A partir disso, o autor diz que não há consumidor sem mercadoria e "é preciso se tornar uma mercadoria para ter uma chance razoável de exercer os direitos e cumprir os deveres de um consumidor" (p.89).

Nesse sentido, ter um segmento de mercado *plus size*, no qual existem trabalhos especializados, tais como modelo de passarela e fotográfico, com lojas específicas, possibilita que os corpos gordos possam consumir e serem reconhecidos na sociedade, exercendo seu principal direito: o de consumidores. É através do segmento, desse nicho de mercado, que as blogueiras se reconhecem como um público específico dentro de uma população e passam a desejar seus espaços. Isso mostra a "produção do interesse coletivo" pelo desejo criado e pela "artificialidade dos meios criados para geri-la" (FOUCAULT, 2008, p.95).

À medida que o interesse das blogueiras apoia-se na reivindicação por espaço no mercado – inclusive o de profissionais da moda –, percebe-se que não seria qualquer corpo gordo que poderia ser nomeado como *plus size*. Ou seja, para ser um corpo *plus size* digno de modelar, é preciso que esse corpo tenha alguns atributos, algumas características consideradas harmoniosas, o que gera outra padronização de corpo. Assim, agora, é o corpo gordo que passa a ser governado por determinadas normas, como mostra a enunciação do blog Espaço *Plus Size* (figura 45):

O assunto do post hoje é a seleção de modelos para desfilarm no evento. Quer ser modelo? Tá aí uma oportunidade bacana de se lançar no mercado 😊

Um dos eventos plus size mais aguardados do ano é o Fashion Weekend Plus Size, onde empresas sólidas no segmento plus size apresentarão suas coleções Primavera/Verão 2013.

Regras para participação:

- As meninas deverão usar manequim do 44 ao 50
- Ter no mínimo 1,65 de altura.
- Levar 2 fotos 10×15 profissionais
- Estar usando salto no dia da seleção
- Usar por baixo da roupa maiô ou biquini

Figura 45– Postagem do blog Espaço*Plus Size*, de 16 de julho de 2012: <http://belezaplussize.blogspot.com.br/>, acessado em abril de 2014.

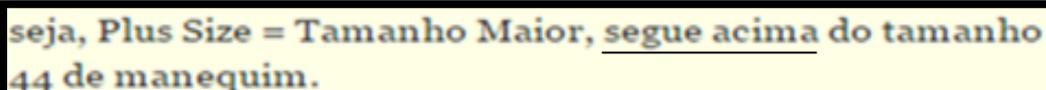
Desse modo, pode ser que esteja se produzindo uma espécie de reserva de mercado nos postos de trabalho como modelo, ou seja, os blogs acabam, em nome do reconhecimento social, agindo de acordo com a lógica do mercado consumidor: promovem um espaço limitado e segmentado, no qual só é legitimado a circular e se posicionar quem estiver dentro da numeração/normas estabelecidas. A utilização dos números, neste caso, busca criar e conservar os interesses econômicos relacionados aos trabalhos que dependem da classificação numérica do manequim das modelos.

De acordo com Betti (2014), o mercado *plus size* não é um campo livre de normas. A enunciação anterior (figura 45) mostra isso quando fala sobre a participação de modelos para o evento Fashion Weekend *Plus size*, ou seja, é preciso vestir manequim 44 a 50 e ter no mínimo 1,65 de altura. Segundo o autor, o fato do mercado *plus size* permitir que sujeitos gordos atuem como modelos não significa que todas(os) as(os) gordas(os) possam de fato se tornar modelos ou que aquele/aquela que já é modelo não precisa se preocupar com seu peso. É desejável que um/uma modelo mantenha suas medidas e seu manequim: “deve-se evitar o ganho ou a perda de peso, já que alguns quilos a mais ou a menos podem resultar em uma mudança nas medidas e no manequim” e uma “mudança significativa das medidas corporais pode acarretar a perda de uma oportunidade de trabalho, a uma quebra de contrato” (BETTI, 2014, p.70).

Entretanto, não há uma concordância absoluta sobre quem seria *plus size*, como mostram algumas postagens. Considerando que os blogs se referenciam em uma convenção numérica para o tamanho das vestimentas, alguns deles adotam o 44 como o critério para determinar aquelas pessoas que são consideradas *plus size*. Contudo, em

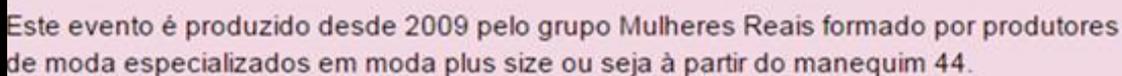
outros, a numeração definidora desta classificação é o 46. Assim, não há uma aceitação sobre onde o limite *plus size* começa e termina.

Porém, a ausência de uma delimitação única não significa que não haja certos acordos mínimos. Não constatei postagens que afirmassem que os manequins 40 e 42, por exemplo, são *plus size*, ou, ao contrário, que aquelas que vestem números como 50 ou 52 não são *plus size*. Trechos das postagens dos blogs Beleza *Plus Size* (figura 46) e Cheias de Charme *Plus Size* (figura 47), mostram o que falo:



seja, Plus Size = Tamanho Maior, segue acima do tamanho 44 de manequim.

Figura 46– Postagem do blog Beleza *Plus Size*, de 03 de janeiro de 2010: <http://belezaplussize.blogspot.com.br/>, acessado em agosto de 2014.



Este evento é produzido desde 2009 pelo grupo Mulheres Reais formado por produtores de moda especializados em moda plus size ou seja à partir do manequim 44.

Figura 47– Postagem do blog Beleza *Plus Size*, de 03 de janeiro de 2010: <http://belezaplussize.blogspot.com.br/>, acessado em agosto de 2014.

Nas enunciações expressas anteriormente (figuras 46 e 47), percebo, então, que a numeração é central para estas blogueiras, pois é acionada para delimitar quem é considerado *plus size* e, com isso, busca estabelecer critérios que incluem e excluem os sujeitos.

Em relação à noção de movimento, percebo que as blogueiras visam uma mudança no olhar da sociedade em relação aos corpos gordos, como traz a enunciação do Beleza sem Tamanho (figura 48):

O projeto Tarde Plus Size/RS será um evento pioneiro neste Estado e visará auxiliar meninas, mulheres modelos "plus size" ou simplesmente mulheres que estão fora do chamado "padrão" de passarela a se aceitarem e assumirem suas medidas reais.

O evento será uma tarde de fotos, na Praça de Redenção, Bairro Bom Fim, nesta cidade de Porto Alegre/RS, com muito glamour, união, troca de ideias, informações e experiência no meio "plus size", expondo suas belezas, unindo a isso a ideia de modificar o conceito de "gordinha" em nossa sociedade.

E, para que isso ocorra, o evento contará com a participação voluntária de fotógrafos, maquiadores, "hair Stiles", lojistas e parceiros em geral, os quais poderão, utilizando as modelos ou participantes do evento, demonstrarem seus talentos, serviços e/ou produtos para todos os públicos que se farão presentes no evento, bem como ao público em geral, que será

abrangido pelos mais variados tipos de mídias que farão a cobertura do evento.

Salienta-se que o evento "Tarde Plus Size/RS" não visa lucro, e sim, a divulgação e promoção do meio "plus size" na sociedade rio-grandense, objetivando tornar o movimento "plus size" no Estado e/ou também, fora dele, conhecido por beneficiar, não somente a economia, e sim, fazer o bem sem olhar a quem.

A organização do evento tem como meta a divulgação do meio "plus size" no Estado do Rio Grande do Sul e nos demais Estados da federação, cujo resultado esperado é a repercussão positiva do movimento "plus size" em todo Brasil, pois de acordo com pesquisas, mais de 50% da população brasileira está com sobrepeso/obeso, o que não os impede de serem felizes e se aceitarem como são. A organização do evento visa mostrar que os(as) "gordinhos(as)" também são saudáveis e bonitos, mostrar que tem bom gosto e precisam de lojas especializadas para que sejam vestidos com qualidade e não como "saco de batatas". A aceitação do todo, a valorização dos(as) participantes, dando destaque a um projeto pioneiro no Estado, onde fazer o bem, ajudar o próximo e valorizar a beleza real são as peças fundamentais.

Figura 48– Postagem do blog Beleza sem Tamanho, de 09 de outubro de 2012: <http://belezasemtamanho.com/category/plus-size/page/19/>, acessado em agosto de 2014.

Com isso, identifico que existem reivindicações políticas que pretendem desvincular o corpo gordo de adjetivos negativos como “doente” e “feio”, os quais, de acordo com Novaes (2006), estão culturalmente associados aos corpos gordos na sociedade ocidental. Como construímos os objetos e os sujeitos dos quais falamos, os blogs demonstram querer, através de suas postagens, estabelecer outras possibilidades de pensar os corpos gordos, considerando-os como saudáveis e bonitos.

As blogueiras reivindicam isso apropriando-se da própria lógica de mercado. Um exemplo disso é a organização de eventos – tais como o nomeado “Tarde Plus Size/RS” – que, segundo elas, procuram modificar o olhar da sociedade em relação ao corpo gordo e também mostrar que as(os) gordas(os) precisam de lojas

especializadas para poderem se vestir bem e não como “saco de batatas”, expressão usada na enunciação anterior (figura48).

Nesse sentido, tais reivindicações possuem caráter político-social e cultural em relação ao modo como a sociedade enxerga os corpos gordos e, segundo Gohn (2011), são potentes entre os movimentos sociais. Por outro lado, elas acionam a noção de segmento quando falam da necessidade de existir lojas especializadas e destacam os benefícios econômicos que seriam efeitos desta mudança de atitudes em relação aos corpos gordos.

No entanto, a enunciação do blog Beleza sem Tamanho (figura 48) não remete somente ao consumo associado à venda de produtos, objetos e ao mercado de trabalho para os corpos gordos. Existe, conforme diz Bauman (2008), “a compra e venda de símbolos empregados na construção da identidade” (p. 23), a qual busca, como mostra a postagem, a aceitação dos sujeitos gordos para com seus corpos, a assunção de suas medidas.

O consumo, segundo Bauman (2008), é um “investimento em tudo que serve para o ‘valor social’ e autoestima do indivíduo” (p. 76). Nesse sentido, a enunciação anterior (figura 48) afirma que “se deve fazer o bem sem olhar a quem”; fala sobre a aceitação e valorização dos sujeitos gordos e, também, enfatiza que ajudar o próximo e valorizar a beleza real são atitudes fundamentais.

Com isso, percebo que as blogueiras, muitas vezes, produzem algumas postagens com temas considerados íntimos, possivelmente com o objetivo de atingir outras vidas que possam lhes consumir, como traz a enunciação do Grandes Mulheres (figura 49), quando, através de uma experiência pessoal, ela fala sobre aceitação social, valorização de si e amor próprio para os sujeitos que acessam o seu blog:

Nem tudo é plantado na sua cabeça pela mídia. A gente já nasce com uma certa personalidade e nosso gosto estético vai se lapidando ao longo da vida. Quando eu não me aceitava e tinha problemas seríssimos de autoestima, eu não conseguir achar uma gorda sequer bonita – eu muito menos. Hoje o meu olhar mudou completamente e percebi que o que eu quero mesmo não é ser magra. Eu quero ter o meu jeito grandalhona de ser com um corpo mais definido pela malhação – tipo cintura, pernas, melhorar o braço – mas o que eu quero mesmo eu nunca vou ter: costas mais finas e quadril. Isso é osso, é estrutura e a minha é diferente da que eu acho linda e desejo.

Estou dizendo tudo isso pra vocês pelo seguinte: muitas vezes emagrecer não é a solução. Às vezes você quer coisas pra você que ainda nem percebeu. Talvez você até goste de você no peso em que está, mas adoraria ter a perna assim e o braço assado. A gente sempre mira no emagrecimento achando que ele vai ser a resposta pra nossa vida, mas nem sempre é e muitas vezes demora pra ficha cair e você passa a vida sofrendo por algo que nunca vai ser. Trata-se de aceitação, de olhar pra si mesma e valorizar o que você tem de melhor, saber lidar com as diferenças, se amar por inteira. Quer emagrecer e malhar, vai nessa, se joga, se esforça e faça por onde, mas não deposite a felicidade da sua vida em algo que só um milagre poderia dar jeito.

Figura 49– Postagem do blog Grandes Mulheres, de 01 de agosto de 2013: <http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em novembro de 2014.

Os blogs, por vezes, ao funcionarem como diários pessoais e remeterem a um tipo de escrita autobiográfica, dão um tom confessional e de busca de uma purificação do eu, como mostra a enunciação anterior (figura 49), na qual a blogueira relata que não se aceitava, mas que, depois, seu olhar mudou. Seria como uma confissão, ou seja, a

privacidade, intimidade, anonimato, direito ao sigilo, tudo isso é deixado de fora das premissas da sociedade de consumidores, pois todos nós somos mercadorias, e estas são destinadas ao consumo; uma vez que somos mercadorias, nos vemos obrigados a criar uma demanda de nós mesmos (BAUMAN e DONSKIS, 2014, p. 37).

A blogueira narra a experiência vivida por ela, buscando demonstrar uma pretensa autenticidade do sujeito. Isso também é consumido por quem circula nos blogs, ou seja, “a ‘subjetividade’ dos consumidores é feita de opções de compra – opções assumidas pelo sujeito e seus potenciais compradores; sua descrição adquire a forma de uma lista de compras” (BAUMAN, 2008, p.24), uma identificação entre a pessoa que narra sua história e suas leitoras. As histórias de vida e as posições assumidas em determinadas experiências permitem que suas/seus leitoras(es) (potenciais compradores) se identifiquem e passem a consumir a vida dessas blogueiras. De acordo com Bauman e Donskis (2014), a internet, com os blogs, assim como as demais redes sociais, tendem a seguir padrões “estabelecidos pelas fábricas de celebridades públicas; os promotores tendem a ter a consciência aguda de que, quanto

mais íntimo, picante [...] forem os conteúdos dos comerciais mais atraente e exitosa será a promoção” (p.37).

Há, então, segundo Bauman e Donskis (2014), uma “sociedade confessional”, com escutas e microfones por todas as partes, abertos em praça pública, convidando todos a participarem. Confessar suas experiências e realizar relatos íntimos que atraíam os consumidores torna a vida de quem a expõe uma mercadoria simbólica.

Dessa forma, percebo articulações entre as palavras segmento e movimento nos blogs, não somente no sentido econômico, a partir das noções de trabalho, mercado, compra e venda de produtos e objetos, mas também como um consumo da vida das blogueiras.

Concluo, a partir dessas enunciações, que as palavras segmento e movimento funcionam de forma articulada, são da mesma ordem e são acionadas para atender interesses bem específicos. As blogueiras reivindicam que suas demandas sejam atendidas por intermédio do reconhecimento de um mercado específico, ou seja, elas querem ser inclusas como potenciais consumidoras e, para isso, devem possuir um espaço legitimado onde sejam reconhecidas como tal. Desse modo, o segmento de mercado *plus size* se torna produtivo, pois, através dele, elas subjetivam os corpos gordos, dando outros sentidos e significados para os mesmos na sociedade do consumo, exercendo e usufruindo de seus direitos.

6.2. ESTRATÉGIAS DE PODER: AS TÉCNICAS DE VIGILÂNCIA, NORMALIZAÇÃO E EXAME DOS CORPOS GORDOS NOS BLOGS PLUS SIZENACIONAIS

Nesta parte da dissertação, apresento algumas suspeitas de que as enunciações produzidas nos blogs constituem estratégias de poder sobre corpos gordos em funcionamento no *plus size*. Tal inquietação se tornou possível pela identificação de algumas recorrências nas postagens dos blogs na direção de produzir verdades sobre esses sujeitos e tendo, como objetivos, controlar, vigiar, normalizar e examinar os mesmos.

Logo, suspeito que a liberdade de querer ter corpos gordos, dentro dos blogs, de reconhecer-se como um corpo gordo, flexibiliza algumas normas corporais já existentes, tomando como referência os corpos magros, os quais, segundo Novaes (2006), ainda são o padrão corporal social mais aceito como saudável e belo.

Foucault (2013), em suas análises sobre mecanismos de poder, demonstra que a disciplina, como uma técnica específica de um poder, atua sobre os corpos individuais, buscando torná-los corpos obedientes e dóceis, exercendo uma manipulação calculada de seus gestos e comportamentos. Essas disciplinas esquadrinham, desarticulam e recompõem os corpos, controlam seus gestos, comportamentos e suas atividades dentro de determinado espaço/tempo (p. 131-163).

As disciplinas são utilizadas por estratégias de poder que atuam como uma “anatomia política do detalhe”, que adentra, controla, vigia, examina e normaliza os corpos (FOUCAULT, 2013). Esse poder disciplinar não é “um poder triunfante que, a partir de seu próprio excesso, pode-se fiar em seu próprio superpoderio; é um poder modesto, desconfiado, que funciona a modo de uma economia calculada, mas permanente” (FOUCAULT, 2013, p. 164).

De acordo com o autor, o sucesso da disciplina como técnica do poder se dá pelo uso de instrumentos simples: a vigilância hierárquica, que coloca para funcionar o olhar como peça do poder, como uma rede de olhares que controla a si e aos outros; a sanção normalizadora, que tem como função colocar em funcionamento, na rede de poder, a relação normal e anormal, diferenciando

os indivíduos em relação uns aos outros e em função dessa regra de conjunto – que se deve fazer funcionar como base mínima, como média a respeitar ou como ótimo que deve chegar perto. Medir em termos quantitativos e hierarquizar em termos de valor as capacidades, o nível, a “natureza” dos indivíduos. Fazer funcionar através dessa média ‘valorizadora’, a coação de uma conformidade a realizar. Enfim traçar o limite que definirá a diferença em relação a todas as diferenças, a fronteira externa do anormal [...] diferencia, hierarquiza, homogeniza, exclui. Em uma só palavra, ela normaliza (FOUCAULT, 2013, 176).

Por último, a combinação num procedimento que lhe é específico, o exame, o qual traz

as técnicas da hierarquia que vigia e as da sanção que normaliza. É um controle normalizante, uma vigilância que permite qualificar, classificar e punir. Estabelece entre os indivíduos uma visibilidade através da qual eles são diferenciados e sancionados (FOUCAULT, 2013, p. 177).

A partir das enunciações, pretendo demonstrar como essas três técnicas estão em funcionamento nos blogs *plus size* nacionais.

Dentre as estratégias de poder identificadas, as quais visam controlar, vigiar e normalizar, começo enfatizando os números, os quais definem, mas não com consenso absoluto, quem possui corpos gordos *plus size*. Considerando que as mídias se referenciam também em uma convenção numérica para o tamanho das vestimentas,

percebo que elas se apoiam na mesma convenção utilizada pelos corpos magros, sendo que algumas adotam o tamanho 44 e outras o 46, como critério para definir aquelas mulheres que são consideradas *plus size*. Conforme mostram as enunciações abaixo:

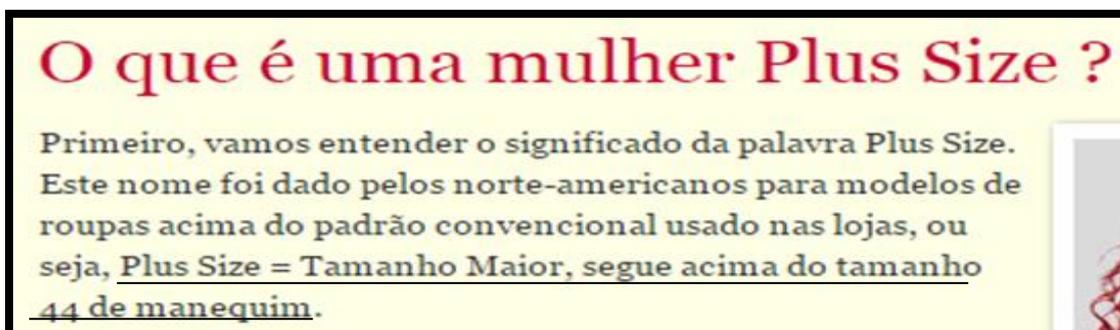


Figura 50– Postagem do blog *Beleza Plus Size*, de 03 de janeiro de 2010: <http://belezaplussize.blogspot.com.br/>, acessado em agosto de 2014.

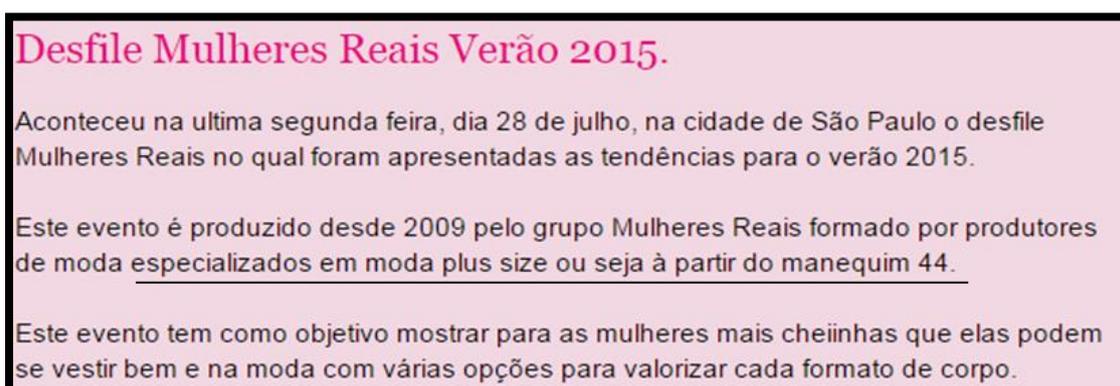


Figura 51 – Postagem do blog *Beleza Plus Size*, de 03 de janeiro de 2010: <http://belezaplussize.blogspot.com.br/>, acessado em agosto de 2014.

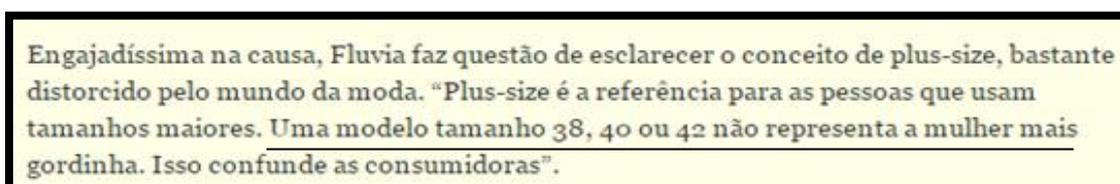


Figura 52 – Postagem do Blog *Beleza Plus Size*, de 05 de junho de 2010: <http://belezaplussize.blogspot.com.br/>, acessado em setembro de 2014

Assim, notei a busca de produção de uma verdade no que se refere à numeração *plus size*, atribuída ao 44 ou 46, já que não verifiquei postagens que afirmavam que os manequins 38, 40 e 42, por exemplo, são *plus size*, ou, ao contrário, que aquelas que vestem números como 50 ou 52 não são *plus size*. Porém, essa numeração usada nos

blogs reforça a referência, o modelo ótimo do corpo magro, visto que se utilizam das mesmas regras numéricas para dimensionar e classificar os corpos.

Os números, enquanto verdade inquestionável em nossa sociedade, tornaram-se importantes nesse contexto dos blogs como uma potente estratégia de poder que possibilita uma vigilância e controle sobre os outros. De acordo com Henning (2007), os números visam “explicar, prever e, se possível, controlar a natureza e, assim sendo, é tido como universal, a-temporal e a-histórica”. Segundo a autora, os números em nossa sociedade são capazes “de desvelar a *verdade verdadeira* das coisas, através de conhecimentos fixos e válidos em qualquer tempo e espaço” (p.168).

Esses números, na forma de medições e quantificações, adquirem nos blogs e fora deles uma vontade de dizer-verdadeiro sobre esses corpos gordos *plus size*. Quando as blogueiras evocam as convenções numéricas para vestimenta para definir o que é ou não um corpo *plus size*, visam tornar esses corpos universais e homogêneos, aproximando-os do modelo considerado como ótimo em nossa sociedade: o corpo magro.

As formas de medição dos corpos também fazem parte do contexto de outras postagens, como mostram os blogs Cheias de Curvas (figura 53) e Mulherão (figura 54):

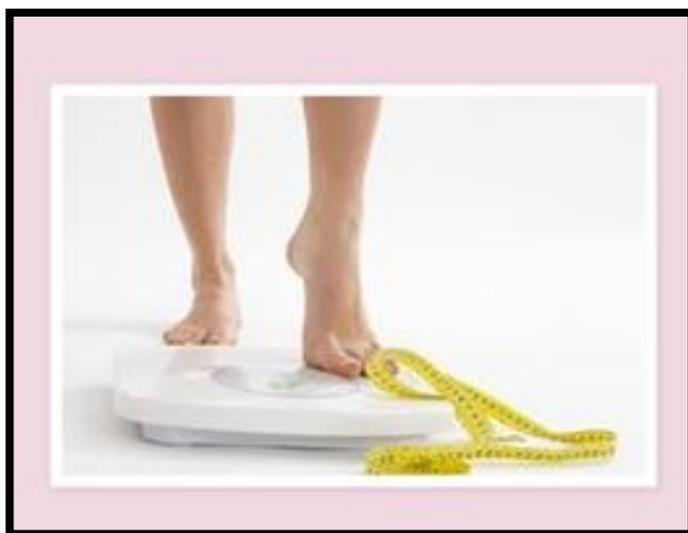


Figura 53 – Postagem do Blog Cheias de Curvas, de 18 de junho de 2014: <http://cheiadecurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/>, acessado em maio de 2014

DIA 8 #desafio30dias: diminuí o refri e eliminei 3 Kg em 8 dias

SAÚDE

Por Renata Poskus Vaz

Oláááá, mulherões!

O nosso **Desafio 30 dias de amor próprio** continua. Se você chegou agora aqui no Blog, **clique aqui** para entender o que é o nosso Desafio.

O meu primeiro desafio assumido foi beber água e tentar diminuir o refrigerante. Eu confesso que super achei que ia abolir de uma vez por todas o refri do meu cardápio, mas não rolou. Aquelas bolinhas gasosas deliciosas falaram mais alto que meu autocontrole. hihihhi

Porém, resisti bastante. Ao todo eu tomava cerca de 2 litros de refri todos os dias. Nestes 8 primeiros dias tomei refri apenas na quinta-feira (acompanhando uma super pizza portuguesa) e no sábado (acompanhando uma feijuca básica), 2 copos em cada uma dessas refeições. No restante dos dias, eu tomei muita água e suco clight.

O resultado foi uma pele mais bonita, uma barriga menos inchada e 3 Kg a menos. Isso mesmo! Comi chocolate, pizza, feijoada e mesmo assim eliminei 3 Kg, que provavelmente deviam ser de puro inchaço e retenção de líquidos por causa do consumo excessivo do refri.

Vejam nas fotos se notam a diferença da minha barriga antes e depois:



Eu coloquei a calça bem embaixo da barriga para mostrar para vocês a evolução. Normalmente, eu uso roupas que valorizam meu biotipo e calcinhas largas e altas e, com isso, meu barrigão de estimação não fica tão evidente. Mas ele está aí, ele existe. E embora emagrecer não seja o objetivo principal do DESAFIO 30 DIAS, vou comemorar sim os Kg eliminados, porque não abdiqueei de uma coisa saudável por isso. Abdiqueei de refri, caloria vazia.

E vamos embora, porque temos mais 22 dias pela frente.

Figura54 – Postagem do Blog Mulherão, de 06 de outubro de 2015:
<http://mulherao.wordpress.com/>, acessado em dezembro de 2015

As medições e quantificações estão presentes nas enunciações anteriores (figuras 53e 54) e os números são evocados a todo o momento, através do uso da fita métrica como forma de conferir as circunferências corporais, bem como a balança

como verificadora do peso. De acordo com Vigarello (2012), “a gordura é sinônimo de peso, que se mede e se declara”, ou seja, torna-se visível. Para o autor, a referência ao peso é determinante e altera a maneira de olhar e avaliar os corpos gordos (p.201-202). Logo, a insistência de controlar e vigiar o peso dos corpos se instaura no *plus size*.

Porém, não são somente os números e quantificações através do peso corporal e medições que podem verificar os corpos. Falo também de uma vigilância hierarquizada feita pelas blogueiras para consigo e com os outros, que se dá a partir do jogo do olhar: “um aparelho onde técnicas que permitem ver induzam a efeitos de poder” (FOUCAULT, 2013, p. 165).

Os blogs tornam os corpos que circulam em suas postagens visíveis, logo mais sujeitados ao exame minucioso, feito através dos olhares que mensuram e verificam a quantidade de gordura aceitável, mais favorável, como mostra a imagem do antes e depois da barriga da blogueira, na enunciação do blog Mulherão (figura 54).

As postagens mostram corpos gordos sem muita gordura abdominal, com cinturas marcadas, pouca celulite e estrias em evidência: corpos gordos, porém, não extremamente gordos, os quais são controlados e ajustados, como anteriormente observado, pelo olhar.



Figura 55 – Postagem do Blog cheias de Curvas, de 03 de julho de 2012: <http://cheiadecurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/>, acessado em maio de 2015



Figura 56 – Postagem do blog Grandes Mulheres, de 26 de janeiro de 2015: <http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em fevereiro de 2015

Carmem Soares (2011) vai anunciar a contemporaneidade como o tempo do predomínio do olhar, em que o visível e o trabalho sobre as superfícies corporais tornam-se causa e efeito das relações de poder:

O trabalho inscrito na superfície é aquele que dá visibilidade às pedagogias que não cessam de fabricar as aparências. Esse resultado visível não mais alcançado apenas pelo trabalho no corpo pensado no movimento das disciplinas que tornavam os corpos dóceis e úteis. Essa passagem vai mostrar que é no imaterial, naquilo que podemos chamar de subjetividade, num lento e obstinado trabalho nas emoções, na vontade do indivíduo que se vai agir. Domesticar o desejo pelas superfícies, pelas aparências de excelência corporal (SOARES, 2011, p. 77).

Assim, nas fotos (figuras 55 e 56), observo mulheres que possuem a pele sem cicatrizes, estrias ou celulites, cinturas bem definidas e pouca gordura abdominal, ou seja, percebo a aproximação e a avaliação dos corpos gordos *plus size* a partir de critérios colocados para os corpos magros.

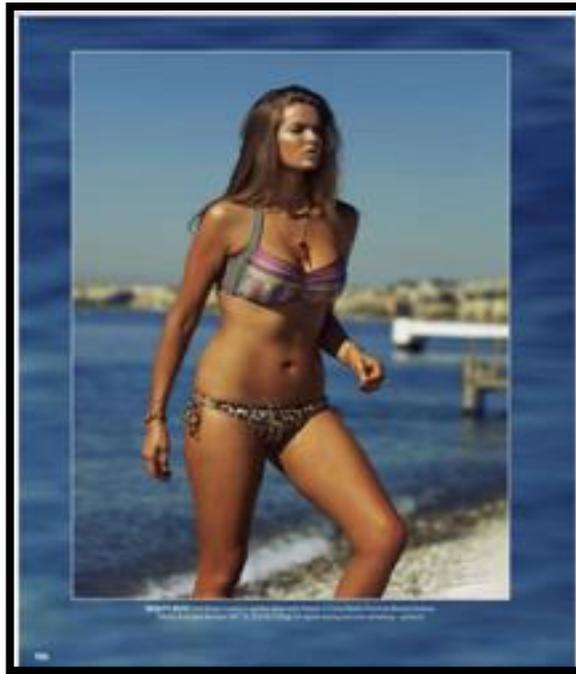
Na enunciação a seguir (figura 57), com a modelo Flúvia Lacerda –a qual, segundo as blogueiras, é considerada o “maior nome da moda *plus size*” –, é possível visualizar o trabalho das aparências, isto é, o predomínio do olhar para a classificação dos corpos mais favoráveis à moda *plus size*, o qual flexibiliza alguns critérios em relação aos corpos magros, mas se aproxima em outros.



Figura 57– Postagem do Blog cheias de Curvas, de 16 de julho de 2012: <http://cheiadecurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/>, acessado em maio de 2015

A marca desse exame minucioso evidencia um controle normalizante que se inscreve nos corpos das gordas, que tentam romper com algumas regras corporais estabelecidas na moda. Porém, a todo momento a referência para os critérios corporais advém do magro, e isso faz com que essas mulheres carreguem a marca da anormalidade, quando comparadas e avaliadas em relação aos corpos considerados magros, como mostra a enunciação do blog Grandes Mulheres (figura58):

Monteiro, responsável pela Dilma Bolada, havia me mandado uma inbox com fotos de Robyn Lawley, uma modelo considerada plus size, em um ensaio fotográfico de biquíni. Ele pedia que eu dissertasse sobre o assunto. Minha amiga blogueira Ana Farias, do espetacular Trendy Twins, também havia me mostrado uma foto deste mesmo ensaio chocada com o fato da moça ser rotulada "plus size". Antes de eu começar a dissertar sobre tudo o que quero falar, vamos ver as fotos do ensaio que a magnífica senhora presidenta me mandou:



Esta é Robyn: uma mulher linda, com um corpo saudável e que recebe o rótulo de "plus size". Ao ver as fotos, acho que a maioria das leitoras terá a mesma reação que eu tive: se ela é **plus size**, então eu sou o que? Não sei de onde vem

mundo. Sério. Acho doentio chamarem uma mulher saudável, com pouca gordura no corpo de "plus size" porque isso gera uma grande distorção na mente feminina e, convenhamos, há décadas e décadas nossa cabeça vem sofrendo

Figura 58– Postagem do Blog Grandes Mulheres, de 11 de novembro de 2013: <http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em janeiro de 2015.

Ao partirem dos critérios colocados aos corpos magros, os blogs *plus size* classificam o corpo da modelo acima, suas falas acabando por mostrar o que foge a um corpo tido como ideal, isto é, o outro, como traz a enunciação (figura 58): “se ela é *plus size*, então eu sou o que?”. Nesse caso, mesmo que o estranhamento pareça natural, ele acaba por exercer relações de poder/saber sobre esse “outro”. De acordo com Veiga-Neto (2001)

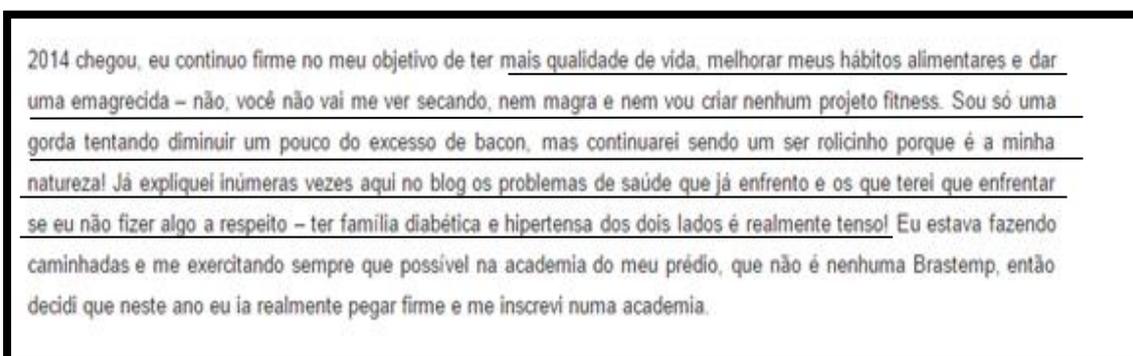
é preciso a aproximação com o outro, para que se dê um primeiro (re)conhecimento, para que se estabeleça algum saber, por menor que seja, acerca desse outro. Detectada alguma diferença, se estabelece um estranhamento, seguido de uma oposição por dicotomia: o *mesmo* não se identifica com o *outro*, que agora é um estranho (p.26).

A partir disso, entendo que os sujeitos que produzem estas postagens acreditam que o bom seria ter corpos magros, comparando os corpos gordos *plus size* com a

modelo da enunciação (figura 58), a qual funciona como “um princípio de comparação, de comparabilidade, de medida comum, que se institui na pura referência de um grupo a si próprio, a partir do momento em que só se relaciona consigo mesmo” (EWALD, 1993, p.86).

Quando a blogueira considera doentio o fato de chamarem uma mulher saudável e com pouca gordura corporal de *plus size*, ela reforça os corpos magros como referência de saúde. Logo, o normal é ser magro e o anormal é ser gordo, entretanto, o último não é rejeitado ou excluído, mas se torna necessário, pois, conforme Veiga-Neto (2001), “o normal depende do anormal para a sua própria satisfação, tranquilidade e singularidade, o anormal depende do normal para sua própria segurança e sobrevivência” (p. 27). Um depende do outro para existir.

Além disso, a saúde é um enunciado que é acionado nas postagens para legitimar as verdades que vem sendo proferidas, as quais se referem ao imperativo da saúde, do ser saudável. A perda de peso só é justificada quando ocorre motivada pela busca da melhora da saúde, caracterizada como melhora também da qualidade de vida e da nutrição, como mostra a enunciação (figura 59):



2014 chegou, eu continuo firme no meu objetivo de ter mais qualidade de vida, melhorar meus hábitos alimentares e dar uma emagrecida – não, você não vai me ver secando, nem magra e nem vou criar nenhum projeto fitness. Sou só uma gorda tentando diminuir um pouco do excesso de bacon, mas continuarei sendo um ser rolicinho porque é a minha natureza! Já expliquei inúmeras vezes aqui no blog os problemas de saúde que já enfrento e os que terei que enfrentar se eu não fizer algo a respeito – ter família diabética e hipertensa dos dois lados é realmente tenso! Eu estava fazendo caminhadas e me exercitando sempre que possível na academia do meu prédio, que não é nenhuma Brastemp, então decidi que neste ano eu ia realmente pegar firme e me inscrevi numa academia.

Figura 59 – Postagem do Blog Grandes Mulheres, de 13 de janeiro de 2014: <http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em maio de 2014.

Os argumentos da blogueira para a realização da sua dieta remetem à saúde e não a um imperativo estético relacionado à beleza magra. Seu objetivo seria ter melhor qualidade de vida e saúde, evitando o diabete e a hipertensão, aspectos presentes em sua família. Essa utilização do enunciado da saúde, nos blogs, como uma forma de justificar a perda de peso, se faz necessária, visto que, quando se faz parte do *plus*

size, querer um corpo magro pode ser considerado como uma traição ao grupo, como traz a enunciação (figura 60):

mas agora eu quero ser uma gorda gostosa, mais firme, mais malhada e mais saudável. Não estou "traindo o movimento", nem sendo uma fraude ou hipócrita ou nada disso. Já emagreci 7 kg e mal dá pra perceber. Tenho 1,79m e ossos muito largos, por isso minha gordura é bem distribuída. Eu só quero e vou dar uma "murchada de leve", até porque sei que meu biotipo não comportaria uma Paula magra. Quero mesmo é me sentir gostosa e eu não vou conseguir chegar nem perto, por exemplo, de ter esse corpo da Robyn, por exemplo. Pra mim ela é magra. Meu conceito de magreza talvez seja diferente do de muita gente.

Figura 60– Postagem do Blog Grandes Mulheres, de 11 de novembro de 2013: <http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em janeiro de 2015.

A blogueira afirma não estar traindo o movimento, e fala que só quer “dar uma ‘murchada de leve’”. No entanto, isso significa que existe um controle, uma vigilância, um constante exame sobre a perda de peso, além de outros aspectos, dos sujeitos que coordenam os blogs, o que fica mais evidente na enunciação a seguir (figura 61):

Policiais da vida alheia

Hoje eu odeio que alguém diga que faço parte do "movimento plus size". Por um momento, lááááá no passado, eu mesma posso até ter me considerado parte do que chamavam de movimento, mas atualmente ele está tomando um aspecto tão errado, tão não sadio e tão besta que eu me recuso a dizer que faço parte dele. Porque claro, se você faz parte dele e resolve fazer uma dieta, você é uma traidora e se você disser que fulana magra é bonita, tem alguém ali, de prontidão, pra esfregar o dedo na sua cara e te chamar de hipócrita. É isso mesmo? Será que é ai que está a hipocrisia?

Figura 61– Postagem do Blog Grandes Mulheres, de 28 de março de 2013: <http://grandesmulheres.com.br/>, acessado em agosto de 2014.

Há um controle e uma vigilância permanente sobre a vida das gordas *plus size*. Como a enunciação (figura 61) traz em seu título, “policiais da vida alheia”, essas mulheres que coordenam os blogs têm suas condutas, comportamentos e ações

controlados e normalizados pelos sujeitos que acessam os blogs e buscam ajustar-se, a todo momento, aos critérios colocados aos corpos magros.

O enunciado da saúde ainda é acionado para fazer funcionar uma rotina de boa alimentação e atividade física vinculada ao emagrecimento, como mostram as enunciações abaixo (figura 62 e 63):

Veja como montar um prato saudável.

Um prato saudável é assim :



Postado por **Camila Ribeiro** às 7:33:00 AM Nenhum comentário:

M E t f p g+1 +1 Recomeinde isto no Google

Marcadores: Emagrecimento, Saúde

Figura 62 – Postagem do blog *Cheias de Charme Plus Size*, de 19 de fevereiro de 2015: <http://cheiasdecharmeplussize.blogspot.com.br/>, acessado em fevereiro de 2015.

Meninas, independente do tipo físico , malhar sempre é importante , pois se trata de uma questão de saúde, afinal de contas quem é que não quer ter mais saúde e ainda perder uns quilinhos.

E não importa qual o exercício que você prática, seja na academia ou com simples caminhadas diárias .

Figura 63: Postagem do blog *Cheias de Charme Plus Size*, de 19 de fevereiro de 2015: <http://cheiasdecharmeplussize.blogspot.com.br/>, acessado em fevereiro de 2015.

É possível observar que as blogueiras procuram pedagogizar a vida dos sujeitos que acessam os blogs. Elas buscam ensinar que, para ser *plus size*, há a necessidade de se alimentar bem e exercitar-se, um modo de vida vinculado, em nossa sociedade, na maioria das vezes, aos corpos magros.

Ter um corpo gordo não é desejável para os padrões estéticos e saudáveis da contemporaneidade. Porém, as blogueiras sustentam que os corpos gordos podem ser saudáveis se aderirem a esse modo de vida, o qual tem como referência os corpos magros. A união de uma alimentação específica e da prática de exercícios físicos tidos como saudáveis são fatores amplamente difundidos como verdades em nossa sociedade e, como diz Sant’anna (2014), “a saúde está na moda”.

Dentro desse contexto de estratégias de poder que visam controlar e vigiar os sujeitos *plus size*, normalizando-os, as blogueiras e leitoras são convidadas a compartilhar não somente de uma saúde que está na moda, mas também a “vestir-se bem” para “estar na moda”. No entanto, a maneira de se vestir, na maioria das postagens, visa esconder os corpos gordos, ou seja, apresenta truques para disfarçar a gordura corporal e, com isso, possibilitar uma aproximação dos corpos magros. Isso fica evidente nas enunciações que seguem (figuras 64):

Dicas para mulheres plus size: Como se vestir

Roupas

- Casacos abertos e golas pontudas criam linhas na frente do corpo e alongam a silhueta
- Abuse dos decotes em V, pois eles valorizam o colo.

Gola em V e casacos abertos: peças alongam a silhueta

- Evite blusas muito fechadas e gola rolê.
- Prefira o tom mais forte de qualquer cor que desejar usar. Afina a silhueta.

- Use roupas bem ajustadas. O ideal é que fique a um centímetro do corpo. Peças muito largas reforçam a impressão de sobrepeso, assim como as exageradamente justas.

Figura 64 – Postagem do Blog Cheias de Curvas, de 13 de junho de 2014:
<http://cheiadecurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/>, acessado em abril de 2015.

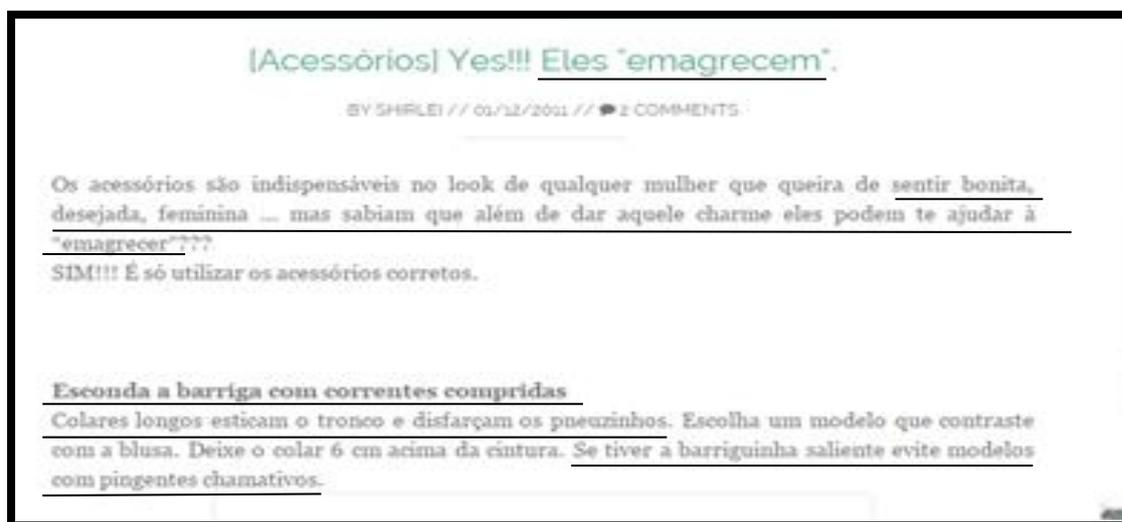


Figura 65 – Postagem do Blog Espaço *Plus Size*, de 02 de dezembro de 2011:
<http://espacoplussize.com//>, acessado em abril de 2014.

Nesse sentido, a maioria dos blogs *plus size* ensina as formas tidas como apropriadas no uso de diferentes peças de roupas e acessórios, com o fim de valorizar o próprio corpo, como mostram as postagens anteriores (figuras 64 e 65). Assim, as enunciações trazem dicas de como disfarçar o corpo gordo e não colocá-lo em evidência. No blog Cheias de Curvas (figura 64), as dicas para vestir um corpo *plus size* visam alongar e afinar a silhueta, propondo evitar roupas muito justas e que possam deixar visível a gordura corporal.

Na mesma direção segue o blog Espaço *Plus Size* (figura 65), que ensina truques de como usar acessórios para ajudar na produção de um corpo mais magro. Isso é demonstrado na enunciação a seguir (figura 66), quando se trata de evocar a beleza.:

Moda Praia para gordinha!!!

Em geral, mulheres que estão acima do peso têm vergonha de mostrar o corpo e acabam abdicando das praias durante o verão. O fato é que elas não precisam disso; basta escolher peças de banho que ajudem a afinar um pouco mais a silhueta e valorizar os pontos positivos.

formas do corpo e dando um ar muito mais sofisticado ao visual.

Os modelos de maiô com cortes anatômicos ajudam a modelar o corpo, na região do busto e dos quadris. Forros e reforços internos auxiliam na firmeza. Os maiôs em cores escuras com laterais fechadas ou recortadas são um truque que dão a impressão de diminuir o volume do corpo.

Os maiôs inteiros ajudam a deixar a silhueta mais magra. A abertura das pernas mais cavada dá a impressão de alongar o corpo. Outro aspecto a favor das gordinhas são os decotes em V. Os grandes decotes nas costas devem ser evitados, para não realçar as famosas "dobrinhas".



Para ajudar a deixar a silhueta ainda mais

esbelta, vale apostar nas cores, estampas e elementos que ajudam a dar esse efeito.

Listras e recortes verticais e diagonais redesenham o corpo. As cores escuras, em regra, deixam o corpo visualmente mais magro. O ideal é escolher padrões simétricos; estampas circulares devem ser evitadas. Caso a opção seja por estampas florais ou outras coloridas e maiores, o ideal é que o fundo seja sempre em cor escura.

Quando a escolha são os biquínis, o mais aconselhável é que a parte de baixo tenha a cintura mais alta, para disfarçar a barriga mais saliente. Os tops devem ter as alças mais largas, principalmente para aquelas que tem os seios grandes. Para essas, os modelos frente única também são ótimos aliados, já que proporcionam sustentação e segurança. É melhor esquecer o tomara-que-caia; ele pode ser muito desconfortável, especialmente quando se trata de moda praia.



Para as mulheres de quadris mais largos, a principal dica é usar biquínis e maiôs apertados, que fazem o bumbum saltar para fora da peça. As calcinhas não devem ser nem muito grandes, porque chamam a atenção, nem no estilo tanguinha. Os modelos com as faixas laterais mais largas são os mais indicados.

Não há necessidade de desistir de ir à praia só por não ter um corpo bem torneado. Basta optar pelo que a moda e as tendências oferecem e usar tudo de uma maneira que favoreça seu tipo de corpo, escolhendo modelos que disfarcem os pontos fracos, que incomodam, e evidenciem os pontos positivos. A criatividade é um aspecto muito importante nessa situação. Fora isso, é fazer o teste do espelho e analisar se aquilo que está vestido lhe deixa confortável ou não.

Figura 66 – Postagem do Blog Beleza *Plus Size*, de 22 de janeiro de 2010: <http://belezaplussize.blogspot.com.br/>, acessado em junho de 2014.

O blog Beleza *Plus Size* (figura 66) afirma que valorizar os pontos positivos significa esconder o volume do corpo, as “dobrinhas”, disfarçar a barriga saliente e utilizar truques que possam ajudar a ter uma silhueta mais esbelta. Logo, optar pelo que a moda oferece aos corpos gordos *plus size* significa usar roupas que ajudam a esconder esses corpos.

Fica evidente que as blogueiras tomam como referência – de corpo “na moda” – os corpos magros, os quais são considerados os mais belos, sugerindo que as mulheres *plus size* tentem se aproximar desse corpo considerado normal.

Portanto, as enunciações produzidas pelos blogs *plus size* tentam se aproximar dos corpos magros como referência, podendo flexibilizar alguns critérios corporais e modos de vida, mas fazendo funcionar o ideal de beleza, a concepção de saúde, de alimentação adequada, de rotina de exercícios físicos e de ajuste ao mundo da moda que são próprias dos corpos magros. Assim, esses blogs *plus size* acabam por reforçara mesma configuração de normalidade socialmente instituída, afirmando que, para ser *plus size*, não basta ter corpos gordos, mas ajustar-se a uma série de características produzidas num contexto de permanente controle, vigilância e exame que normaliza esses corpos, aproximando-os de uma referência tida como aceitável socialmente.

7. FIM? TALVEZ ALGUMAS CONSIDERAÇÕES...

As reticências são os três primeiros passos do pensamento que continua por conta própria o seu caminho

Mario Quintana

A finalização de uma pesquisa é sempre difícil e dolorosa, mas é também repleta de satisfação e alegria, pois, a partir dela, há possibilidades de trilhar outros caminhos e desafios. Será que chegar ao fim é o que há de mais motivador na escrita? Ao invés de pontos finais, prefiro as reticências e trilhar novos sonhos. Assim, trago algumas considerações que, longe de se tornarem a verdade, buscam problematizar temáticas relacionadas aos corpos gordos.

Assumi uma atitude de suspeitar das verdades e não tomá-las como absolutas, pois a “verdade é desse mundo” (FOUCAULT, 2014a, p. 52), ou seja, são produzidas nesse mundo e tornam-se verdades a partir de processos e relações sociais e culturais. Também lancei um olhar curioso (FOUCAULT, 2014d) ao que era dito a respeito dos corpos gordos em doze blogs *plus size* nacionais e, assim, cheguei ao meu objetivo de pesquisa: descrever e analisar as enunciações em doze blogs *plus size* nacionais, enquanto forma de produção dos corpos gordos.

Esses artefatos midiáticos se tornaram potentes para esse trabalho enquanto fontes de informações, pois eles me remeteram a *Tulipa* e aos questionamentos que me desassossejavam em relação aos corpos gordos.

Assim, aparece com destaque, para a pesquisa, o trabalho com duas recorrências, sendo uma delas o uso das palavras movimento e segmento nos blogs, as quais funcionam de forma articulada e são da mesma ordem, sendo acionadas para atender a interesses bem específicos. As blogueiras reivindicam que suas demandas sejam atendidas por intermédio do reconhecimento de um mercado específico, ou seja, elas querem dar outros sentidos e significados aos corpos gordos, posicionando-se como potenciais consumidoras. Para isso, devem possuir um espaço legitimado, onde sejam reconhecidas como tal. Desse modo, o segmento de mercado *plus size* se torna produtivo, pois, através dele, elas subjetivam os corpos gordos na sociedade de consumo, exercendo e usufruindo de seus direitos.

Na segunda recorrência, observo as estratégias de poder que fazem funcionar um controle, uma vigilância e um exame detalhado dos corpos gordos *plus size* dentro dos blogs. Foi possível perceber como existem estratégias de vigilância e de controle normalizante constantes em relação aos corpos gordos. Os blogs *plus size* tentam se aproximar dos corpos magros como referência, flexibilizando alguns critérios corporais e de modos de vida. Porém, suas postagens fazem funcionar os mesmos critérios utilizados para os corpos magros. Assim, esses artefatos midiáticos acabam por reforçar a mesma configuração de normalidade ao seu público, instituindo que, para ser *plus size*, não basta ter corpos gordos, mas ajustar-se a uma série de características produzidas num contexto de permanente controle, vigilância e exame, os quais normalizam os gordos, a partir da referência dos corpos magros.

Entendo que as temáticas tratadas em minha escrita se constituem como estratégias de poder que visam controlar os sujeitos *plus size*, através da pretensão de constituição de verdades sobre esses corpos, as quais acionam relações de saber.

Relações de poder que causam enfrentamentos entre os blogs *plus size*, que, através de suas enunciações, tentam mostrar outros corpos gordos a uma sociedade que os percebe, em sua maioria, como doentes, feios, sedentários, etc. Tensionamentos que subjetivam esses corpos gordos através de outros olhares, a partir dos blogs, como saudáveis, bonitos, sexys, ativos, entre outros adjetivos.

Mas também relações de poder em um nível interno, as quais acontecem dentro do próprio *plus size*. São confrontos sobre os modos de ser *plus size*: para algumas, Lse deve vestir a partir da numeração 44 para ser considerada *plus size*; para outras, a partir do 46. Para algumas, emagrecer é uma traição; para outras, uma questão de saúde. Assim, seguem-se outros confrontamentos dentro do *plus size*, os quais tecem redes de poder/saber sobre esses corpos.

Neste sentido, minha conclusão não significa um ponto final, pois outras suspeitas emergiram, apesar das escolhas que foram feitas, e nem tudo foi possível de ser tratado nesse tempo e espaço de dois anos de mestrado. A partir do meu olhar, percebo outras possibilidades de análises e, entre elas, está a questão de gênero, visto que os blogs são todos criados e coordenados por mulheres, bem como suas postagens, em grande maioria, são voltadas ao público feminino. Os nomes dos blogs também poderiam ser outra possibilidade de análise, pois muitos deles remetem ao ‘grande’, ao ‘maior’, como, por exemplo, o Blog Mulherão ou as Grandes Mulheres.

Outro enfoque de pesquisa que poderia ter sido dado seria verificar como vêm funcionando, nas postagens, os enunciados da saúde e da beleza, os quais as blogueiras acionam como forma de legitimar suas falas, podendo considerá-los como um campo associado (FOUCAULT, 2014, p.2014a). Porém, nesse momento, decido por outras análises.

Mas, como dizia, isso não é o fim. Foram possibilidades, encontros desse momento. Outras perspectivas agora me incomodam e me fazem querer trilhar outros caminhos e, por isso, encerro essa parte da escrita assim como a comecei, abrindo a possibilidade de pensar outras coisas, que também não terão um fim em si mesmo, mas assumem o objetivo de disparar outros pensamentos...

Adoro reticências...

*Sabe aqueles três pontos intermitentes que
insistem em dizer que nada está fechado,
que nada acabou,
que algo sempre está por vir?
A vida se faz assim!
Nada pronto,
nada definido,
tudo sempre em construção.
Tudo ainda por dizer...
Nascendo...
Brotando...
Sublimando...
Vivo assim...
Numa eterna reticência ...
Para que colocar ponto final?!
O que seria de nós sem a expectativa de
Continuação...*

O Mundo a Poesia

8. REFERENCIAIS

ABBAGNAMO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. 5.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

AGENDES, Daniela. Mulheres na rede: características da “conversa de salão” do blog Mão Feita. In: **Verso & Reverso**. São Leopoldo: Unisinos, v.25, n.59, 2011. Disponível em: <<http://www.unisinos.br/revistas/index.php/versoereverso/article/view/ver.2011.25.59.04/459>>. Acesso em: 27/10/2014.

ALVES, Luciana Assunção Xavier. **Segmentação de mercado como estratégia de marketing: caso GVT**. Brasília: Monografia (graduação em Administração), UNICEUB, 2006.

AMARAL, Adriana, RECUERO, Raquel, MONTARDO, Sandra Portella. **Blogs: mapeando um objeto**. Texto apresentado no VI Congresso Nacional de História da Mídia, no GT História da Mídia Digital, 2008. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/AmaralMontardoRecuero.pdf>. Acessado em: 29/06/2015.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt, DONSKIS, Leonidas. **Cegueira Moral: a perda da sensibilidade na modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2014, p.25-62.

BETTI, Marcela Uceda. **Beleza sem Medidas? Corpo, gênero e consumo na moda plus size**. São Paulo: Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social), USP, 2014.

BRASIL. **Situação do Trabalho no Brasil na Primeira Década dos anos 2000**. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE). São Paulo, 2012, p.58-60. Disponível em: <http://www.dieese.org.br/livro/2012/livroSituacaoTrabalhoBrasil.pdf>. Acessado em 08/02/2016

BRASIL. **Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico 2009 (VIGTEL)**. Brasília: Ministério da saúde, 2010, p.47-53 Disponível em: <http://www.abeso.org.br/uploads/downloads/77/553a24c01eb80.pdf>. Acessado em 08/02/2016.

COSTA. Estudos culturais – para além das fronteiras disciplinares. IN: _____ (Org.). **Estudos culturais em educação: mídia, arquitetura, brinquedo, biologia, literatura e cinema**. Porto Alegre: Universidade/UFRGS, 2000, p. 13-36.

COSTA, Marisa Vorraber, SILVEIRA, Rosa Hessel, SOMMER, Luiz Henrique. Estudos Culturais, educação e pedagogia. **Revista Brasileira de Educação**, n. 23, maio/jun./jul./ago. 2003, p. 36-61.

ECO, Umberto. **A História da Beleza**. 4.ed. Rio de Janeiro: Record, 2014, p. 131-154.

EWALD, François. **Foucault: a norma e o direito**. Lisboa: Vega, 1993.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. Curitiba: Positivo, 2007

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Adolescência em Discurso: mídia e produção de subjetividade**. Porto Alegre: tese de doutorado da UFRGS, 1996.

_____. A paixão de trabalhar com Foucault. In: COSTA, Marisa Vorraber. (Org.). **Caminhos Investigativos I: novos olhares na pesquisa em educação**. 3.ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007, p. 39-60.

_____. **Trabalhar com Foucault: arqueologia de uma paixão**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

FISCHLER, Claude. Obeso Benigno, Obeso maligno. In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (Org.). **Política do Corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 2005. p. 69-79.

FONSECA, Márcio Alves da. Do Incômodo das Imagens à Inquietação do Pensamento. **VERVE**. São Paulo: PUC, v. 6, 2004, p. 47-58.

FOUCAULT, Michel. O Sujeito e o Poder. In: DREYFUS, Michel e RABINOW, Paul. **Michel Foucault Uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1995, p. 231-249

_____. **Segurança, território e população: curso no Collège de France (1977-1978)**. São Paulo: Martins Fontes, 2008, p. 73-116.

_____. **Em Defesa da Sociedade: cursos no Collège de France (1975-1976)**. 2 ed. São Paulo: WEF Martins Fontes, 2010a, p. 201-222.

_____. **Ditos e Escritos: ética, sexualidade, política**. 2.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010b, p. 223-251.

_____. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**. 41.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013, p.09-33, 131-163.

_____. **A Arqueologia do Saber**. 8.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014a.

_____. **Microfísica do Poder**. 28.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014b, p. 07-54.

_____. **História da Sexualidade: a vontade do saber**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014c, p.84-144.

_____. **História da Sexualidade: o uso dos prazeres**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014d, p.07-43.

GONÇALVES, Maria Augusta Salin. **Sentir, Pensar, Agir**. Campinas: Papyrus, 1997.

FRAGA, Alex Branco. Promoção da Vida ativa: nova ordem físico-sanitária na educação dos corpos contemporâneos. IN: BAGRICHEVSKY, Marcos, PALMA,

Alexandre, ESTEVÃO, Adriana, ROS, Marco da. (Org.). **A Saúde em Debate na Educação Física**. Blumenau: Nova Letra, 2006, p.101-118

GOELLNER, Silvana Vilodre. A Educação Física e a construção do corpo da mulher: imagens de feminilidade. **Motrivivência**. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina, n. 16, 2001, p. 35-52.

_____. **Bela, Maternal e Feminina**: imagens da mulher na Revista Educação Physica. Ijuí: Inijuí, 2003.

_____. A produção cultural do corpo. IN: LOURO, Guacira Lopes, FELIPE, Jane, GOELLNER, Silvana Vilodre. (Org.). **Corpo, Gênero e Sexualidade**: um debate contemporâneo na educação. 9.ed. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 30-42.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. In: **Revista Brasileira de Educação**, n. 47, maio/agosto, 2011, p. 333-361.

GUERREIRO, Dina Patrícia das Neves. **Necessidade Psicológica de Auto-Estima/Auto-Critica**: relação com bem-estar e *distress* psicológico. Lisboa: Dissertação de mestrado da Universidade de Lisboa, 2011. .

LARROSA, Jorge. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. **Revista Brasileira de Educação**, nº 19, jan/fev/mar/abr, 2002, p. 20-28.

MARTINS, Jaqueline. **Tudo menos ser gorda**: a literatura infanto-juvenil e o dispositivo da magreza. Porto Alegre: Dissertação de mestrado da UFRGS, 2006.

MORENO, Tania Valeria Ajala. **A Constituição dos Sentidos da MulherPlus Size**. Campo Grande: Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Letras), UFMS, 2014.

NELSON, Cary, TREICHLER, Paula A. e GROSSBERG, Lawrence. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Alienígenas na sala de aula**: uma introdução aos estudos culturais em educação. 11.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2013, p.7-38.

NOVAES, Joana de Vilhena. **O Intolerável Peso da Feiúra**: sobre as mulheres e seus corpos. Rio de Janeiro: PUC - Rio, 2006.

VEIGA-NETO, Alfredo. Incluir para Saber. Saber para Excluir. **Pro-posições**, v. 12, nº 2-3, jul./nov. 2001, p. 22-31.

SABINO, Claudia de Vilhena Schayer et al. **O Preconceito Contra o Gordo e o Conseqüente Sofrimento do Jovem**: um estudo piloto. Belo Horizonte: 2006.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de Si e Embelezamento Feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. IN: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (Org.). **Política do Corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 121-139.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **Corpos de Passagem**. São Paulo: Estação Liberdade, 2001, p. 13-26.

_____. **Histórias da Beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SILVA, Tomaz Tadeu da. O projeto educacional moderno. IN: VEIGA-NETO, Alfredo J. (Org.). **Crítica pós-estruturalista e educação**. Porto Alegre: Sulina, 1995, p. 245-260.

_____. **Documentos de Identidade: uma introdução às teorias do currículo**. 3.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2015, p.139-142.

SOARES, Carmem. A educação do corpo e o trabalho das aparências: o predomínio do olhar. In: ALBUQUERQUE, D; VEIGA-NETO, A; FILHO, A. **Cartografias de Foucault**. 2. Ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2011, p. 69-82.

PETERS, Michel. **Pós-Estruturalismo e Filosofia da Diferença: uma introdução**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000, p. 7-46.

VIGARELLO, Georges. **As Metamorfoses do gordo: história da obesidade no ocidente: da Idade Média ao século XX**. Petrópolis: Vozes, 2012.

VEYNE, Paul. **Foucault: seu pensamento, sua pessoa**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011, p. 43-65.

ZAGO, Gabriela. Dos Blogs aos Microblogs: aspectos históricos, formatos e características. In: **VI Congresso Nacional de História da Mídia**. Niterói, RJ: 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>>. Acesso em: 27/10/2014.

9. Fontes

Grandes Mulheres: <http://grandesmulheres.com.br/>.

Beleza *Plus Size*: <http://belezaplussize.blogspot.com.br/>.

Cheias de Charme *Plus Size*: <http://cheiasdecharmeplussize.blogspot.com.br/>.

Cheias de Curvas: <http://cheiadecurvas.wordpress.com/2012/07/03/movimento-plus-size/>.

Mulherão: <http://mulherao.wordpress.com/>.

Fofashions: <http://fofashions.blogspot.com.br/>.

Forma Fofa: <http://blogformafofa.blogspot.com.br/>.

Beleza sem Tamanho: <http://bezasemtamanho.com/category/plus-size/page/19/>.

Blog Débora Fernandes *Plus*: <http://deborafernandesplus.blogspot.com.br/>.

Espaço *Plus Size*: <http://espacoplussize.com/>.

Hoje Eu Vou Assim *Plus Size*: <http://www.hojevouassimplussize.com.br/>.