

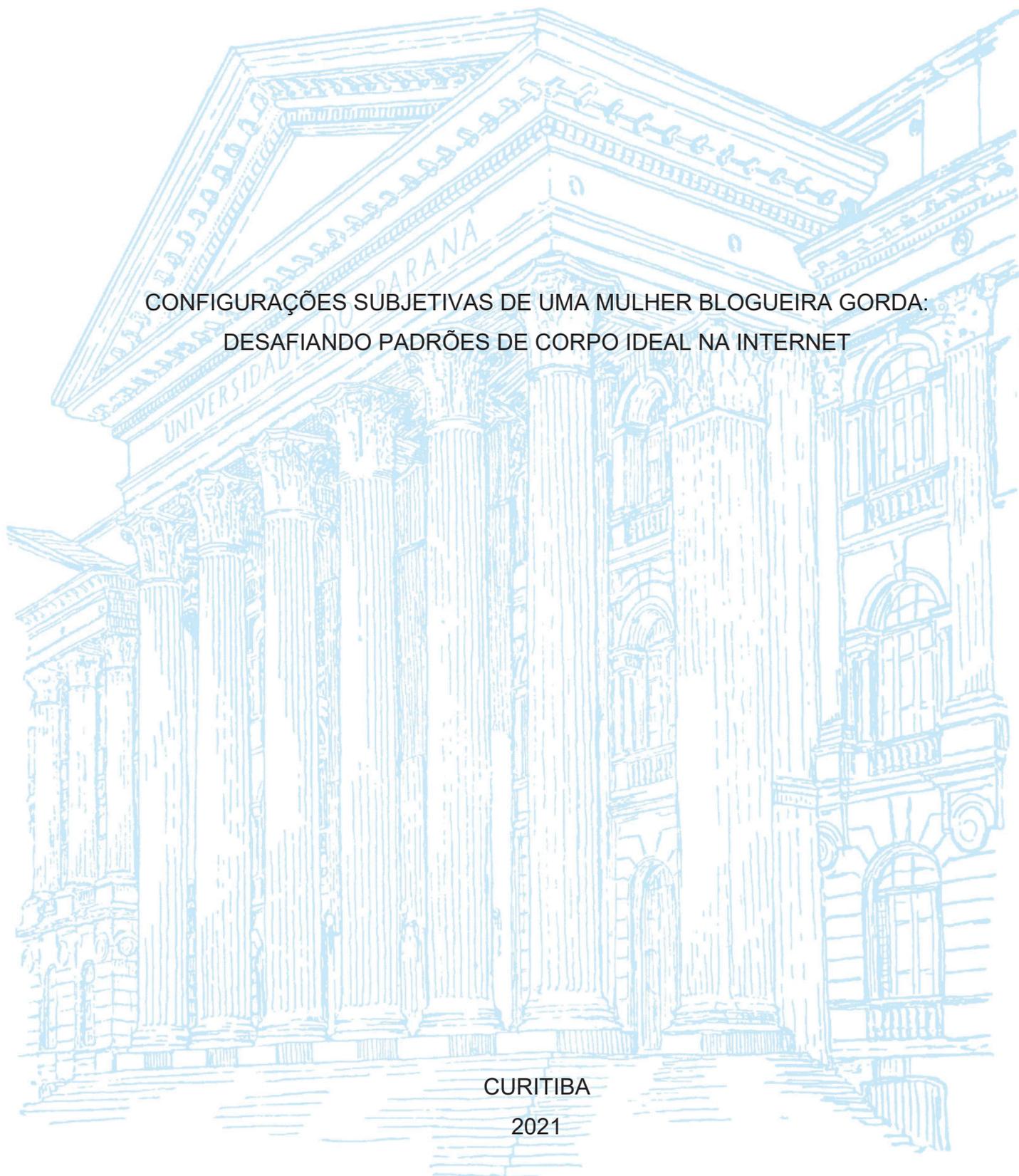
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

SARA SCHLICHTA

CONFIGURAÇÕES SUBJETIVAS DE UMA MULHER BLOGUEIRA GORDA:  
DESAFIANDO PADRÕES DE CORPO IDEAL NA INTERNET

CURITIBA

2021



SARA SCHLICHTA

CONFIGURAÇÕES SUBJETIVAS DE UMA MULHER BLOGUEIRA GORDA:  
DESAFIANDO PADRÕES DE CORPO IDEAL NA INTERNET

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Psicologia, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Psicologia.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Norma da Luz Ferrarini

CURITIBA

2021

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELO SISTEMA DE BIBLIOTECAS/UFPR –  
BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS COM OS DADOS FORNECIDOS PELO AUTOR

Fernanda Emanoéla Nogueira – CRB 9/1607

Schlichta, Sara

Configurações subjetivas de uma mulher blogueira gorda : desafiando padrões de corpo ideal na internet. / Sara Schlichta. – Curitiba, 2021.

Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora : Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Norma da Luz Ferrarini

1. Obesidade em mulheres. 2. Corpo humano - Aspectos sociais. 3. Internet. 4. Subjetividade. 5. Epistemologia. I. Ferrarini, Norma, da Luz. II. Título.

CDD – 613.398



## TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em PSICOLOGIA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **SARA SCHLICHTA** intitulada: **Configurações subjetivas de uma mulher blogueira gorda: desafiando padrões de corpo ideal na internet**, sob orientação da Profa. Dra. NORMA DA LUZ FERRARINI, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 19 de Março de 2021.

Assinatura Eletrônica  
22/03/2021 08:14:29.0  
NORMA DA LUZ FERRARINI  
Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica  
22/03/2021 09:17:03.0  
MIRIAM APARECIDA GRACIANO DE SOUZA PAN  
Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica  
22/03/2021 10:05:55.0  
ALEXANDRA ARNOLD RODRIGUES  
Avaliador Externo (FAE - CENTRO UNIVERSITÁRIO)

Assinatura Eletrônica  
22/03/2021 08:45:37.0  
DANIEL MAGALHÃES GOULART  
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA)

## AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Norma da Luz Ferrarini, pelo carinho com que me acolheu, assim como pela oportunidade intelectual de compartilhar sua experiência na construção de pesquisas fundamentadas na Teoria da Subjetividade e Epistemologia Qualitativa de Fernando González Rey. Agradeço suas observações, desde a elaboração do projeto até a redação final, cruciais para que este trabalho pudesse contribuir, mesmo que modestamente, com a ação profissional dos psicólogos que respondem as demandas de sujeitos que têm suas subjetividades individuais configuradas por algum grau de sofrimento relacionado ao corpo gordo.

Dedico um agradecimento especial à Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Miriam A. G. Souza Pan pela leitura atenta da dissertação no Exame de Qualificação e pelas preciosas sugestões que, sobremaneira, enriqueceram e possibilitaram a consecução do trabalho que ora apresento. Nossa pesquisa a respeito das configurações subjetivas sobre o corpo gordo muito deve às suas pontuações, à sua competência e seu conhecimento.

Ao Prof. Dr. Gabriel Gomes de Luca agradeço pelas aulas, nas quais muito apreendi sobre Docência no Ensino Superior, tanto pelos conhecimentos teórico-práticos transmitidos quanto por seu exemplo de dedicação ao Magistério Superior.

Grata aos colegas mestrandos do Programa de Pós-graduação em Psicologia da UFPR pelo incentivo e momentos de descontração, tão importantes durante o Mestrado. Em especial, a colega Tatiana Rabitto, com quem dividi inquietações e conquistas, mas principalmente pela paciência com que sempre me recebeu.

Agradeço à CAPS pela concessão de bolsa de estudos. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Agradeço à minha família. Ao meu marido, Kleber Eduardo Brunelli, meu companheiro de caminhada, pela sua presença sempre amorosa e incentivo incondicional, nesse e em todos os meus projetos. Ao meu pai, Paulo Roberto Schlichta e minha irmã, Clara Schlichta, que acompanharam carinhosamente todos os momentos da pesquisa. À minha mãe, Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Consuelo Alcioni Borba Duarte Schlichta, cujo exemplo de tenacidade, tolerância e amor sempre é norte que me auxilia na subversão e superação das dificuldades, na conclusão desse trabalho e diante de todos os desafios postos pela vida.

A eles dedico esse trabalho.

Quarenta quilos é muito peso. Foram os que perdi após a gastrectomia: era um segundo corpo que transportava comigo. Ou seja, que arrastava. Foi como se os médicos me tivessem separado de um gêmeo siamês que se suicidara de desgosto e me dissessem, no final, “fizemos o nosso trabalho, faça agora o seu e aguarde-se. Aprenda a viver sozinha”. (...) Não me tornei invencível. Ainda penso como gorda. Serei sempre uma gorda. Sei que o mundo das pessoas normais não é para mim. Continuo a ter o defeito, mas não se vê tanto; tornou-se menos grave. Há momentos em que me parece ter ganhado uma nova vida, como os que passaram por experiências de quase morte, viram o túnel para o outro lado, com a atraente luz branca no final, chamando-os, mas escolheram voltar. Eu também tenho escolhido, e mesmo que já ninguém me exclua, excluo-me eu, à partida. Conheço muito bem os meus limites. Aquilo a que posso aceder e o que me está vedado para sempre.

Os Aleijados são, como se diz dos diamantes, eternos.

(FIGUEIREDO, 2018, p. 5)

## RESUMO

O modo como os indivíduos têm usufruído seus corpos na contemporaneidade traz inúmeras implicações para a Psicologia, que é desafiada a atender, tanto indivíduos com corpo gordo que estão lutando contra estigmas sociais, que sofrem ou não de síndromes físicas ligadas à obesidade, mas que vivem em intenso sofrimento psíquico, quanto indivíduos que apresentam peso dentro da faixa normal do Índice de Massa Corporal (IMC), entretanto se declaram infelizes e insatisfeitos no que diz respeito ao seu corpo. Elegeu-se para investigação os sentidos e configurações subjetivas a respeito da corporeidade vivenciada por uma mulher blogueira gorda que desafia os padrões hegemônicos de corpo na internet, porque, enquanto a pesquisa relativa ao sobrepeso e à obesidade mórbida ganha força na última década, é incipiente a pesquisa sobre mulheres que se apresentam com corpos que do ponto de vista físico encontram-se dentro de uma faixa normal de peso, mas, que a despeito disso, do ponto de vista psicológico, vivem atormentadas pela sensação de inadequação de seus corpos, referindo-se a ele como gordo. Além disso, apesar de trabalhos das Representações Sociais identificarem elementos nas mídias que têm contribuído para a formação de padrões ideais de corpo, poucos trabalhos dedicam-se a compreensão das pessoas que vivem o corpo gordo. Assim, investigou-se e analisou-se: (a) as categorias – subjetividade, subjetividade social e individual e sentido subjetivo social e individual – concebidas por Fernando González Rey que dão suporte teórico-metodológico à pesquisa; (b) aspectos históricos, econômicos, sociais e culturais que visibilizam como e por que os padrões de corpo, construídos no interior do capitalismo, fundaram-se em torno de idealizações de beleza/feiura e saúde/doença; (c) algumas dimensões significativas da subjetividade social a respeito da corporeidade gorda no espaço social da internet; e, (d) por meio da metodologia construtivo-interpretativa de González Rey, como a vivência singular de uma mulher blogueira gorda sobre o próprio corpo configura seus sentidos subjetivos, os de outras mulheres e sentidos subjetivos sociais sobre o corpo gordo. A partir dessa investigação possibilitou-se a formulação de quatro hipóteses: a primeira, a identificação das diferenças conceituais entre corpo gordo e obesidade e a concretude do corpo e a sua materialidade, pode auxiliar na transposição da dicotomização na investigação do corpo gordo. A segunda, indica a possibilidade de uma nova zona de inteligibilidade para a compreensão da corporeidade: a subjetividade da concretude do corpo. Esta hipótese apresenta-se como recurso para o aprofundamento da investigação das questões ligadas ao tema do corpo gordo e pode subsidiar a construção de novas possibilidades para a ação profissional do psicólogo que dá suporte a indivíduos que sofrem ante seu corpo gordo. A terceira, de que o espaço social construído por mulheres blogueiras na internet amparou-as na construção de sentidos subjetivos em relação ao próprio corpo que desafiam construções simbólicas e emocionais hegemônicas sobre o corpo gordo. Por fim, a hipótese de que o foco da ação profissional do psicólogo é, sobretudo, compreender junto ao sujeito a subjetividade da concretude de seu corpo.

Palavras-chave: Corpo gordo. Padrões de corpo. Internet. Teoria da Subjetividade. Epistemologia Qualitativa.

## ABSTRACT

The approach that individuals have been utilizing their bodies nowadays, creates several implications to Psychology which is being challenged to attend different groups: one comprising fat individuals that fights against social stigmas, whether or not if they suffer from physical syndromes related to obesity however, they live in intense psychic suffering. The other group formed by individuals with normal weight in the Body Mass Index (BMI), nevertheless declare unhappy and unsatisfied with their own body. It has been chosen to investigate, senses and subjective configurations from a fat blogger woman and how she experiences her body while challenging body hegemonic patterns in the internet because whilst researches on overweight and morbid obesity increased in the last decade, there are few researches about women that have normal weight but even though live psychologically afflicted for feeling their bodies are unsuitable and fat. In addition, although Social Representations' researches identify media element contributing to build up body ideal patterns, a few promote the understanding of people who experience fat body. Thus, this research investigated and analyzed (a) categories – subjectivity, social and individual subjectivity and social and individual subjective sense – conceived by Fernando González Rey, which provides theoretical-methodological support to the research; (b) historical, economic, social and cultural aspects that show how and why the body patterns, built up inside capitalism, were based on beauty/ugliness and health/illness idealizations; (c) some significant dimensions of social subjectivity concerning the fat body in the internet social space; and, (d) utilizing González Rey's constructive-interpretative methodology, how the singular life experience from a fat blogger woman about her own body configure her subjective senses, other women subjective senses and social subjective senses about the fat body. From the present investigation it was possible to formulate four hypotheses: the first identifies conceptual differences between fat body and obesity alongside body concreteness and its materiality what may help in the dichotomization transposition in the fat body investigation. The second indicates the possibility of an intelligibility new zone for body's comprehension: the subjectivity from body concreteness. This second hypotheses is a resource that helps deepening the investigation of themes about fat body and can subsidize building of new possibilities for the psychologist professional action supporting individuals that suffer due to their fat bodies. The third, that a social space built by blogger women in the internet assisted them in building subjective senses about their own bodies challenging hegemonic symbolical and emotional constructions about the fat body. And, finally, the fourth proposing where the focus of psychologist professional action is, overall, to comprehend along with the subject the subjectivity from his or her body concreteness.

Key-words: Fat body. Body patterns. Internet. Theory of Subjectivity. Qualitative Epistemology.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	– A FAMÍLIA DE CARLOS IV.....	43
FIGURA 2	– CLARA BOW NA REVISTA CINEARTE.....	52
FIGURA 3	– ALICE WHITE NA REVISTA CINEARTE.....	53
FIGURA 4	– ANÚNCIO PUBLICITÁRIO CINTA DE BORRACHA.....	53
FIGURA 5	– ANÚNCIO PUBLICITÁRIO CREME PARA OS SEIOS.....	53
FIGURA 6	– ANÚNCIO PUBLICITÁRIO PÍLULAS PARA EMAGRECIMENTO.....	53
FIGURA 7	– ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA CAMPANHA DOVE® REAL BELEZA.....	70
FIGURA 8	– ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA CALVIN KLEIN COM A RAPPER CHIKA ORANIKA EM MANHATTAN, NY.....	73
FIGURA 9	– IMAGEM DE MULHERES VEICULADA EM OUTUBRO DE 2019 NO SÍTIO DOVE® FRANÇA.....	73
FIGURA 10	– INFORMAÇÕES SOBRE O BLOG DE JU ROMANO.....	79
FIGURA 11	– JU ROMANO NA CAPA DA ELLE BRASIL EM 2015.....	80
FIGURA 12	– TESS HOLLIDAY NA CAPA DA COSMOPOLITAN EM 2018..	80
FIGURA 13	– DESCRIÇÃO DE UMA OPERAÇÃO DE PESQUISA NO GOOGLE.....	94
FIGURA 14	– EXEMPLO DE TERMO DE PESQUISA NÃO IDENTIFICADO COMO RELEVANTE PELA FERRAMENTA DE PESQUISA GOOGLE.....	97

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	– DISTRIBUIÇÃO EM PERCENTUAIS DOS 11 GRUPOS DE SUGESTÕES DE PESQUISA NOS 4 CONJUNTOS DE NOMES/TERMOS DE PESQUISA: MG, MM, HG E HM.....	101
-----------	--	-----

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – PERCENTUAL DA POPULAÇÃO COM EXCESSO DE PESO E OBESIDADE NO BRASIL – VIGITEL 2006-2017.....	68
TABELA 2 – 80 NOMES DE PESSOAS UTILIZADOS COMO TERMOS DE PESQUISA NA FERRAMENTA DE PESQUISA GOOGLE.....	98
TABELA 3 – DISTRIBUIÇÃO NUMÉRICA E EM PERCENTUAIS DOS 11 GRUPOS DE SUGESTÕES DE PESQUISA NOS 4 CONJUNTOS DE NOMES/TERMOS DE PESQUISA: MG, MM, HG E HM.....	102

## LISTA DE SIGLAS

- ABIHPEC – Associação Brasileira de Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos
- CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IMC – Índice de Massa Corporal
- LILACS – Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde
- OMS – Organização Mundial de Saúde
- SciELO – *Scientific Electronic Library Online*
- VIGITEL – Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	15
<b>2</b>	<b>A COMPREENSÃO DA CORPOREIDADE EM SUA INTRÍNSECA RELAÇÃO COM A SUBJETIVIDADE</b> .....	23
2.1	DA NECESSIDADE DE REDIMENSIONAR EPISTEMOLÓGICA E METODOLOGICAMENTE O FENÔMENO PSÍQUICO À ELABORAÇÃO DAS CATEGORIAS DE ANÁLISE SUBJETIVIDADE, SUBJETIVIDADE INDIVIDUAL E SOCIAL E SENTIDO SUBJETIVO INDIVIDUAL E SOCIAL.....	23
2.2	DA IMPORTÂNCIA DOS SENTIDOS SUBJETIVOS COMO UNIDADES SIMBÓLICO-EMOCIONAIS PARA A COMPREENSÃO DA RELAÇÃO INTRÍNSECA ENTRE A CORPOREIDADE E A SUBJETIVIDADE.....	26
2.2.1	Da emocionalidade e da dimensão do corpo.....	29
2.2.2	Da necessidade de compreender a natureza histórico-cultural do sentido subjetivo do corpo: saúde e doença como processo articulado nas dimensões corporal e psicológica.....	31
<b>3</b>	<b>A CONSTRUÇÃO DOS PADRÕES DE CORPO</b> .....	35
3.1	A NECESSIDADE DE SE COMPREENDER A CONSTRUÇÃO DOS PADRÕES DE CORPO NO CAPITALISMO: PROCURANDO NOVAS ZONAS DE INTELIGIBILIDADE SOBRE A SUBJETIVIDADE DA CORPOREIDADE.....	37
3.2	AS REVOLUÇÕES BURGUESAS E O DESENVOLVIMENTO DE UM PADRÃO IDEALIZADO DE CORPO MAGRO, SAUDÁVEL E BELO.....	40
3.3	O CORPO DA MULHER PARA O TRABALHO: INOFENSIVAMENTE BELA.....	58
3.4	O PADRÃO DE CORPO MAGRO, BELO E SAUDÁVEL CONTESTADO E A POSSIBILIDADE DE CONSTRUÇÃO DE NOVOS PADRÕES.....	62
<b>4</b>	<b>SUBJETIVIDADE SOCIAL DA CORPOREIDADE GORDA NO ESPAÇO SOCIAL DA INTERNET</b> .....	77

4.1	SUBJETIVIDADE SOCIAL DA CORPOREIDADE GORDA REGISTRADA NAS ATIVIDADES DE PESQUISA DOS USUÁRIOS DA FERRAMENTA GOOGLE.....	86
4.1.1	A ferramenta de pesquisa Google e seu contexto histórico-cultural...	87
4.1.2	Mecanismo de funcionamento da ferramenta de pesquisa Google....	92
4.1.3	A comunicação entre as ações dos usuários do Google.....	95
4.2	LEVANTAMENTO, ANÁLISE E LEITURA DE ALGUNS ASPECTOS DA SUBJETIVIDADE SOCIAL A RESPEITO DA CORPOREIDADE GORDA INSCRITA EM UM CONJUNTO DE SUGESTÕES DE PESQUISA APRESENTADAS PELA FERRAMENTA DE PESQUISA GOOGLE.....	96
4.2.1	Conjunto mulheres gordas (MG).....	102
4.2.2	Conjunto mulheres magras (MM).....	103
4.2.3	Conjunto de homens gordos (HG).....	104
4.2.4	Conjunto de homens magros (HM).....	106
4.2.5	Comparação entre grupos de sugestões de pesquisa homogeneizantes e grupos de sugestões de pesquisa que expressam individualidade.....	106
4.2.6	Alguns aspectos da subjetividade social a respeito da corporeidade gorda inscrita em grupos de sugestões de pesquisa apresentadas pela ferramenta de pesquisa Google.....	110
4.2.7	Algumas considerações sobre as sugestões de pesquisa apresentadas pela ferramenta de pesquisa Google.....	112
<b>5</b>	<b>MÉTODO E PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO DOS SENTIDOS SUBJETIVOS DE UMA MULHER BLOGUEIRA A RESPEITO DA CORPOREIDADE GORDA.....</b>	<b>114</b>
5.1	O MÉTODO CONSTRUTIVO-INTERPRETATIVO DA EPISTEMOLOGIA QUALITATIVA.....	115
5.2	ENTREVISTA REALIZADA POR MEIO DE PLATAFORMA VIRTUAL.....	118
5.3	DESCRIÇÃO DA ENTREVISTA: CORPO GORDO NA EXPERIÊNCIA DE UMA MULHER BLOGUEIRA.....	120

5.3.1	Do sentido subjetivo social de necessidade de mensuração do corpo gordo à configuração na participante de um sentido subjetivo individual de erro, insatisfação, humilhação, vergonha e restrição sobre seu corpo.....	122
5.3.2	Eu sou o que eu como?.....	127
5.3.3	Do sentido subjetivo social de obesidade à configuração de um sentido subjetivo individual de corpo gordo desafiador.....	133
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>141</b>
6.1	A OBESIDADE COMO DOENÇA <i>VERSUS</i> A CORPOREIDADE GORDA COMO POSSIBILIDADE LEGÍTIMA DE EXISTÊNCIA E A EMERGÊNCIA DE UMA NOVA ZONA DE INTELIGIBILIDADE PARA A COMPREENSÃO DA CORPOREIDADE: A SUBJETIVIDADE DA CONCRETUDE DO CORPO.....	142
6.2	AS PESQUISAS PARCIAIS SOBRE O CORPO GORDO E SEU IMPACTO NA AÇÃO PROFISSIONAL DO PSICÓLOGO.....	147
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>154</b>
	<b>ANEXO 1 – BANCO DE DADOS COM O REGISTRO DAS SUGESTÕES DE PESQUISA APRESENTADAS PELA FERRAMENTA GOOGLE NA PESQUISA REALIZADA ENTRE 08 E 10 DE JANEIRO DE 2020</b> .....	<b>163</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O modo como os indivíduos têm vivido seus corpos na contemporaneidade traz inúmeras implicações para o campo da Psicologia, que tem sido desafiada a lidar com problemáticas relacionadas a pessoas que levam suas corporeidades ao limite físico e psíquico.

Com relação à corporeidade gorda, o Ministério da Saúde alerta que o número de pessoas que atingiram níveis considerados de sobrepeso e obesidade no Brasil são alarmantes. De acordo com a pesquisa Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico – VIGITEL – (BRASIL, 2019) 54% da população brasileira adulta entrevistada (com idade igual ou superior a 18 anos) apresenta sobrepeso. No tocante à obesidade a frequência de adultos obesos é de 18,9%, sem diferença entre os sexos. Especificamente em relação à população de mulheres o excesso de peso apresenta frequência de 51,2%. No extremo oposto, notadamente sobre a anorexia, Black e Grant (2015, p. 223) relatam que este transtorno “apresenta prevalência estimada de 0,3 a 1% em mulheres e de 0,1% em homens”, enquanto que a bulimia, segundo os mesmos autores, tem prevalência “estimada em 1 a 1,5% em mulheres jovens” (BLACK e GRANT, 2015, p. 226).

Nesse cenário, os psicólogos precisam estar preparados para prestar assistência psicológica a pacientes que fazem “restrição persistente da ingesta calórica, pelo medo intenso de ganhar peso” (BLACK e GRANT, 2015, p. 223) e que acabam por desenvolver transtornos bulímicos e anoréticos; por outro também devem prestar atendimento a pacientes que estão lutando contra estigmas sociais ligados a corporeidade gorda, que podem ou não estar sofrendo de síndromes físicas relacionadas à obesidade, mas que vivem em intenso sofrimento psíquico. Além disso, chama atenção uma terceira categoria de pacientes que se encontram cotidianamente nos consultórios: os que não são obesos ou anoréticos, pois seu Índice de Massa Corporal (IMC)<sup>1</sup> está adequado; entretanto são pacientes que se declaram infelizes e insatisfeitos com sua autoimagem, principalmente no que diz respeito ao tamanho do seu corpo.

---

<sup>1</sup> É um dos indicadores usados pela Organização Mundial de Saúde (OMS, 2019a) para verificação do estado nutricional, calculado a partir da seguinte fórmula: peso atual (kg) / estatura (m)<sup>2</sup>; o qual será pormenorizado à diante nesse trabalho.

Tendo em vista a amplitude da questão, e atentando para o fato de que cada uma das possibilidades de vivência do peso corporal mereceria ser examinada aprofundadamente, elegeu-se especificamente na presente pesquisa<sup>2</sup> a investigação dos *sentidos e configurações subjetivas a respeito da corporeidade vivenciada por uma mulher blogueira gorda que desafia os padrões midiáticos de corpo*. Julga-se que a partir da compreensão da vivência dessa mulher é possível a construção de alguns referenciais teórico-metodológicos que subsidiem a ação profissional do psicólogo, principalmente para o atendimento do indivíduo que, do ponto de vista físico, não apresenta alterações – seu IMC é normal – mas que não consegue fruir o próprio corpo sem julgá-lo como inadequado.

O acercamento desse objeto de pesquisa e a partir dele a hipótese de construção de referenciais que subsidiem a ação profissional do psicólogo não se deu ao acaso. Tem-se em vista que, em etapa de Projeto de Pesquisa<sup>3</sup>, realizou-se uma busca nos bancos de arquivos científicos *Scientific Electronic Library Online (SciELO)*, *Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS)* e Catálogo de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Nessa investigação, realizada em abril e maio de 2019, colheram-se dados a respeito da produção científica do tema no período que compreende de 2014 a 2019. Três foram os eixos preferenciais de investigação identificados: (a) trabalhos desenvolvidos sob uma ótica mais biológica ou comportamental do corpo, os quais discutem, sobretudo, as categorias saúde e doença relacionadas a cirurgias bariátricas (obesidade mórbida), transtornos de alimentação ou de dismorfia corporal (bulimia nervosa, anorexia nervosa, vigorexia); (b) pesquisas relacionadas às Teorias das Representações Sociais, que a partir das categorias beleza e feiura analisam uma profusão de tipos corporais (corpo obeso, corpo magro, corpo feminino envelhecido, corpo transgênero, corpo com limitações físicas, corpo com marcas culturais e religiosas), além de examinarem as diferentes formas de estabelecimento de padrões sociais de corpo; (c) trabalhos nas áreas da Psicanálise e Psicologia Fenomenológica-

---

<sup>2</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

<sup>3</sup> Esta pesquisa está registrada sob nº CAAE 17059119.5.0000.0102 e foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos do Setor de Ciências da Saúde/UFPR em 29/08/2019, conforme Parecer CEP/SD-PB. nº. 3.540.334.

existencial que discutem a vivência da dor e da morte em sua intrínseca relação com o corpo.

Como referido acima, tendo em vista o levantamento realizado, a delimitação desse objeto de investigação – os sentidos e configurações subjetivas a respeito da corporeidade vivenciada por uma mulher blogueira gorda que desafia os padrões midiáticos de corpo – não foi acidental. Foi eleito por dois motivos principais:

(1) No tocante as pesquisas dos aspectos fisiológicos descritas no eixo “a”, tanto aquelas acerca dos corpos magros (as investigações sobre transtornos anoréticos e bulímicos), quanto a pesquisa relativa ao sobrepeso e à obesidade mórbida, vem ganhando força na última década; enquanto que é incipiente a pesquisa sobre mulheres que se apresentam com corpos que *do ponto de vista físico* encontram-se dentro de uma faixa normal de peso, mas que a despeito disso, *do ponto de vista psicológico, vivem atormentadas pela sensação de inadequação de seus corpos*, referindo-se a ele como *gordo*.

(2) No que concerne as pesquisas descritas no eixo “b” referentes as Representações Sociais que analisam a partir das categorias beleza e feiura o corpo gordo, muitos trabalhos, como os de Stenzel (2003), Nechar (2015) e Pfuetzenreiter (2018), têm imprimido esforços para identificar os elementos históricos e culturais inscritos nas mídias que têm contribuído para a formação de padrões ideais de corpo. Entretanto, *poucos trabalhos têm valorizado a compreensão das pessoas que vivem o corpo gordo*.

Em vista disso, é possível visualizar na prática de vários profissionais de saúde o impacto do gênero de pesquisa descritos no eixo “a”, que se concentra na *fisiologia* do corpo gordo ou magro: inúmeras técnicas e serviços oferecidos por eles guardam semelhança na preocupação de equilibrar o peso dos indivíduos. Tal preocupação da área biomédica decorre de uma razão valorosa: fisiologicamente não é saudável apresentar peso corporal muito reduzido ou muito elevado. Enquanto a obesidade e o sobrepeso aumentam o risco de morte prematura por doenças cardiovasculares, diabetes, hipertensão e derrame (OMS, 2019b), a anorexia apresenta altas taxas de morbidade, como retardo no crescimento, osteoporose e arritmia cardíaca, e é condição que também pode levar à morte (BLACK e GRANT, 2015, p. 223). Por este motivo, médicos endocrinologistas avaliam o adequado equilíbrio de uma série de fatores bioquímicos do organismo humano; nutricionistas elaboram um cardápio que contempla desde a necessidade nutricional até ao gosto

pessoal do sujeito em relação aos alimentos; profissionais de educação física criam diversos exercícios para o fortalecimento muscular e emagrecimento dos corpos; entre outros.

Na prática profissional de alguns psicólogos que fazem uma leitura mais conjuntural do corpo, observam-se reflexos do eixo “b” de pesquisa, que investiga as Representações Sociais do corpo: estes profissionais compreendem que “cada sociedade possui um corpo, e este corpo está submetido a ela; está submetido às suas leis, às suas regras, aos seus valores, à sua cultura, e às suas representações” (STENZEL, 2003, p. 19). Realizam uma compreensão mais contextualizada do corpo, antevendo que padrões de corpo cumprem algum papel no sofrimento psíquico do sujeito, no entanto, sem conseguir avançar para além disso.

Ou seja, inseridos nesse contexto de práticas profissionais ligadas a corporeidade, os psicólogos são solicitados a cooperar, por meio das distintas abordagens da Psicologia, no processo de suporte aos indivíduos que têm suas *subjetividades individuais configuradas por algum grau de sofrimento relacionado ao seu peso*. Entretanto, ainda que a Psicologia apresente competências – algumas só ela possui – para desenvolver significativas contribuições para o enfrentamento das questões relacionadas ao corpo, evidencia-se que esta não tem atingido toda sua potência no sentido de formular ações profissionais para o amparo físico, psíquico e sociocultural que estejam em compasso com as necessidades das pessoas que vivem descontentes com o próprio corpo.

É exíguo o número de psicólogos capacitados a compreender *o processo de configuração dos sentidos subjetivos individuais e significados sociais a respeito da corporeidade*, justamente porque é reduzido número de pesquisas que investem na compreensão dos sentidos subjetivos de quem tem sua subjetividade individual configurada pela vivência de um corpo gordo ou subjetivado como tal; o que, por consequência, diminui as possibilidades de ações profissionais da Psicologia que subsidiem o sujeito no manejo dos simbolismos e emoções relacionadas ao próprio corpo.

Os questionamentos e reflexões realizadas nesse trabalho apontam que a Psicologia não dará respostas mais efetivas ao sofrimento dessa população sem pesquisas que invistam na compreensão do que é *existir em sociedade sendo gordo* ou, *mesmo sem ser, sentindo-se gordo*. Frisa-se que tais respostas nunca são uma palavra final a respeito da vivência do corpo, tal qual o fenômeno estudado,

comportam a abertura própria daquilo que está vivo e em processo constante de desenvolvimento. Não obstante, a Psicologia não pode se esquivar, sob o pretexto de não haver respostas definitivas, como advertiu Silvia Lane a pelo menos 40 anos, do compromisso social e da “necessidade de se explicitar seu vínculo [da Psicologia] com interesses dominantes e de se redirecionar sua produção no sentido de contribuir para a transformação social” (BOCK et al., 2007, p. 46).

Nesse sentido, sem uma compreensão que vá a raiz da vivência do gordo, a Psicologia sempre apresentará uma postura vacilante com relação ao seu compromisso social diante do sofrimento do gordo. Os psicólogos poderão, talvez, relatar o que *eles pensam* sobre o gordo, até mesmo se aproximar de algumas representações e discursos sociais sobre o gordo, mas tendo em vista a incompreensão dessa vivência singular, *nunca poderão apoiar o sujeito de maneira a subverter a lógica magro-saudável-bonito*, e do outro lado da balança, aqui sem nenhum trocadilho, *gordo-doente-feio*. Dito de outro modo, o não investimento do psicólogo em uma compreensão aprofundada sobre a vivência singular do corpo gordo pode torná-lo agente de reprodução de significados sociais a respeito dessa corporeidade, mesmo que imbuído das melhores intenções. Tais significados sociais, conforme explicitado nesse trabalho, quando carregados de estereótipos e amalgamados a sentidos subjetivos individuais do psicólogo, que também podem ser titubeantes sobre a legitimidade da existência do corpo gordo, culmina em uma ação profissional que apenas reforça padrões idealizados de corpo.

Logo, procurando construir uma ação profissional compromissada com a necessidade dessa população de subverter as estereótipos relativas ao corpo gordo, investiu-se na compreensão da *pessoa singular que é ou sente-se gorda*. Delimitou-se como recorte de pesquisa a compreensão dos sentidos e configurações subjetivas a respeito da corporeidade vivenciada por uma mulher blogueira gorda, pois a observação da realidade social tem mostrado que algumas mulheres gordas que participam ativamente do debate das questões da corporeidade nos canais de comunicação da internet têm constituindo-se como singularidades mais fortalecidas simbólica, afetiva e subjetivamente para a assunção do próprio corpo, fruindo-o de maneira mais emancipada de padrões. De acordo com o que algumas blogueiras têm descrito em seus *blogs*, ser *gorda* não é motivo de melindre ou constrangimento, mas

de forma diametralmente oposta, é elemento que configura suas subjetividades de maneira a potencializá-las em vivências mais emancipadas de padrões de corpos.

Por isso, procurou-se compreender *como e por que* a vivência de uma mulher blogueira gorda se diferencia da vivência de mulheres que relatam nunca se sentirem satisfeitas com o próprio corpo, mesmo que realizem todos os procedimentos de dieta, atividade física e tratamentos estéticos disponíveis. Nesse sentido, o descrito pelas mulheres blogueiras em seus canais de comunicação na internet ilustra bem uma das conjecturas dessa pesquisa: não é o peso ou tamanho do corpo *em si* que faz uma mulher sentir-se inadequada, o que está na base do sentimento de inadequação é o *processamento singular, como ela configurou em sua subjetividade os padrões de corpos socialmente construídos*.

A partir disso, e retomando a dificuldade da Psicologia em formular ações profissionais para amparar quem vive descontente com o próprio corpo, problematizou-se que a ação profissional da Psicologia necessária para a lida com esse sofrimento não se dá na ordem material do corpo – hipótese construída durante a pesquisa –, mas sim no *aspecto subjetivo da concretude desse corpo*, essa sim a função por excelência do psicólogo.

Toda via, a análise da subjetividade da concretude do corpo não se revela simples, pois *não se trata apenas de aludir que há uma relação entre os fenômenos subjetividade e corporeidade*, mas sim de alcançar a relação dialética, configuracional, complexa e histórico-cultural de composição recíproca desses fenômenos (GONZÁLEZ REY, 2002, p. viii e xii).

Então, este trabalho caminhou no sentido de compreender como se configura *a subjetividade da concretude do corpo gordo de uma mulher blogueira entrevistada*. Visou-se ultrapassar uma mera justaposição interacionista ou a formulação de binômios hifenizados – em que de um lado estão discursos, representações sociais, práticas e compreensões profissionais a respeito do corpo, o componente “objetivo”, e de outro está a psiquê do sujeito, o componente “subjetivo” de uma equação mecânica – que não consegue alcançar *como e por que* tantas pessoas declaram-se infelizes e insatisfeitas com o tamanho de seu corpo, mesmo dentro de padrões clínicos adequados de IMC.

Procurou-se evidenciar que *a subjetividade da concretude do corpo é configurada dentro do mesmo processo histórico, social e cultural que a concretude dos corpos em si*. Estas duas categorias de análise são inseparáveis e devem ser

estudadas dentro da lógica dialética de compreensão. Entretanto, dar visibilidade ao movimento dialético representou um desafio a esta pesquisa. Objetivou-se evidenciar que derivam dos *sentidos subjetivos a respeito do próprio corpo de um dado sujeito* tanto os caminhos de configuração *de seu corpo concreto* quanto elementos que contribuirão para a configuração dos *sentidos subjetivos sociais a respeito da categoria corporeidade*. Por outras palavras, procurou-se trazer legibilidade ao fenômeno da corporeidade, mostrando como os *sentidos subjetivos de uma determinada mulher blogueira gorda a respeito de seu corpo* estão configurando tanto o *peso de seu corpo* quanto os *padrões (e despadrões) de pesos corporais dentro e para fora do espaço social da internet*.

Assim, para a consecução do objetivo geral pretendido – investigar sentidos e configurações subjetivas a respeito da corporeidade vivenciada por uma mulher blogueira gorda – e apresentar a legibilidade referida acima, o trabalho foi dividido da seguinte maneira:

No Capítulo “A compreensão da corporeidade em sua intrínseca relação com a subjetividade” investigou-se as contribuições da Teoria da Subjetividade de Fernando Luis González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017) para a compreensão de como a corporeidade se configura de maneira sistêmica, dialética, complexa, histórico-cultural e imprevisível em sua intrínseca relação com a subjetividade.

No Capítulo “A construção dos padrões de corpo”, resgatou-se, a partir das revoluções burguesas até o advento das mídias de massa, o processo de construção dos padrões de corpo (a) magro-saudável-belo, (b) corpo da mulher produzido para o trabalho, (c) corpo plus size e (d) corpo gordo intenso. Cada um deles, fruto de um momento histórico, econômico, social e cultural, é marcado pelas contradições e brutalizações que o modo de produção capitalista impõe aos corpos. Considerar como o capital cerceou e cerceia o corpo do ponto de vista de seu peso é necessário para compreender o movimento de resistência que as mulheres blogueiras têm estabelecido na internet no sentido de buscar emancipação dos padrões de corpo. Além disso, a apreensão de processos de construção de corpos no capitalismo é fundamental para a apreensão da subjetividade social da corporeidade gorda no espaço social da internet.

Em “Subjetividade social da corporeidade gorda no espaço social da internet”, objetivou-se, por meio da compreensão do modo particular do funcionamento da

internet enquanto espaço social, apreender alguns aspectos significativos da subjetividade social a respeito da corporeidade gorda que podem ser lidos por meio dessa plataforma. Realizou-se este estudo por dois caminhos: pela análise da ação de algumas mulheres blogueiras gordas em seus *blogs* e pela análise do interesse de pesquisa dos usuários da ferramenta de pesquisa Google ao buscarem informações sobre pessoas que apresentam corporeidade gorda.

Em “Método e processo de investigação dos sentidos subjetivos de uma mulher blogueira a respeito da corporeidade gorda”, descreveu-se, a partir do espaço dialógico construído com a participante da pesquisa, a investigação dos sentidos subjetivos de uma mulher blogueira frente a questões de padrões de corpo, gordofobia, estereótipias em relação ao gordo, entre outras. A partir disso foi possível elencar alguns indicadores de sentidos individuais e conjecturar sobre como a vivência singular de uma mulher blogueira gorda sobre o próprio corpo configura seus sentidos subjetivos, sentidos subjetivos de outras mulheres e sentidos subjetivos sociais sobre o corpo gordo.

Por fim, no texto dedicado às Considerações Finais, apresentaram-se algumas hipóteses que abrem, mesmo que modestamente, novas zonas de inteligibilidade sobre a compreensão da corporeidade gorda em sua intrínseca relação com a subjetividade. Julga-se que as hipóteses podem, tanto servirem como recurso para o aprofundamento da investigação das questões ligadas ao tema do corpo gordo, quanto subsidiar a construção de novas possibilidades à ação profissional do psicólogo que dá suporte aos indivíduos que têm seus sentidos subjetivos individuais configurados por algum sofrimento em vista de seu corpo gordo.

## 2 A COMPREENSÃO DA CORPOREIDADE EM SUA INTRÍNSECA RELAÇÃO COM A SUBJETIVIDADE

A pesquisa ora proposta, radicada nos estudos da Psicologia de enfoque Cultural-Histórico, mais precisamente no estudo da Teoria da Subjetividade do psicólogo cubano Fernando González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017), tem possibilitado uma compreensão da corporeidade gorda em sua intrínseca relação com a subjetividade, principalmente por meio de *significados sociais* – representações e discursos – e de *sentidos subjetivos sociais e individuais* da vivência do corpo gordo configurados dentro do modo de produção capitalista. Nessa perspectiva, é imprescindível, neste capítulo de abertura, apresentar González Rey e as categorias de análise concebidas por ele que dão suporte teórico-metodológico a este trabalho.

### 2.1 DA NECESSIDADE DE REDIMENSIONAR EPISTEMOLÓGICA E METODOLOGICAMENTE O FENÔMENO PSÍQUICO À ELABORAÇÃO DAS CATEGORIAS DE ANÁLISE SUBJETIVIDADE, SUBJETIVIDADE INDIVIDUAL E SOCIAL E SENTIDO SUBJETIVO INDIVIDUAL E SOCIAL

Fernando González Rey realizou ao longo de sua carreira como pesquisador, professor e psicólogo um amplo e aprofundado estudo da constituição da Psicologia como Ciência autônoma. Seus posicionamentos teóricos, epistemológicos e metodológicos foram construídos no diálogo que comportou aproximações e afastamentos do posicionamento de outros estudiosos da Psicologia, Psicanálise, Filosofia, Sociologia, História, entre outros. Para ele (2002; 2003), o modo como a Psicologia se desenvolveu dentro de um modelo científico das Ciências Naturais, foi afastando os psicólogos da compreensão subjetiva dos processos psíquicos, pois a forma de produzir ciência de cunho experimental e positivista reduziu e tornou mecânico o fenômeno psíquico.

Sobretudo a partir da década de 1980, como resultado das críticas à orientação experimental-positivista (críticas de González Rey e de outros psicólogos), cientistas passam a investir esforços em pesquisas qualitativas. Contudo, o caráter qualitativo dessa nova safra de trabalhos na área da Psicologia surge em termos estritamente metodológicos, sem qualquer debate sobre as bases epistemológica e

ontológica que dariam suporte a estas metodologias qualitativas que se propunham investigar o fenômeno psíquico (GONZÁLEZ REY, 2002; 2003).

Em vista disso, procurando resgatar “uma representação diferente da psique comprometida com sua *natureza cultural*”, González Rey (2003, p.73, grifo nosso) reconceitua epistemológica e metodologicamente o fenômeno psíquico, apoiando a produção do conhecimento sobre ele em uma realidade de caráter sistêmico, dialético, complexo, dialógico e imprevisível. Assim, embora a orientação experimental-positivista insistisse em posicionar o fenômeno psíquico como reflexo de uma externalidade, ou como subproduto de um “suprassistema acima das ações humanas e dos contextos” (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p.62), González Rey, retomando conceitos de pesquisadores como Vigotsky, Rubinstein, Dembo e Bozhovich, visibiliza que o fenômeno psíquico é engendrado pelo homem em vista da conjuntura histórico-social de sua existência.

Alicerçado, tanto no processo de reconceituação epistemológica do fenômeno psíquico em vista de sua natureza histórico-cultural, quanto na redefinição das metodologias possíveis para seu estudo, elabora o conceito de *subjetividade*. Define-a como “uma produção qualitativamente diferenciada dos seres humanos dentro de condições sociais, culturais e historicamente situada”, compreendendo-a como um sistema configuracional “que se organiza por configurações subjetivas diversas em diferentes momentos e contextos da experiência humana” (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p.62). Logo, a subjetividade para González Rey é marcada por uma distinção qualitativa importante em relação ao conceito de psique. Enquanto a psique, geral aos animais e seres humanos, é determinada por características biológicas e a-históricas que orientam a perpetuação da espécie, a subjetividade é composta pelas “*experiências diferenciadas*, que definem a extraordinária relevância do *singular* para o estudo da subjetividade” (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p.27, grifo nosso).

Nessa perspectiva, ao mesmo tempo em que esse autor assume a singularidade como uma das principais fontes metodológicas para a investigação dos fenômenos psicológicos, resgatando o “*sujeito* como categoria epistemológica no processo de produção de conhecimento”, confere à fala do indivíduo *status* epistemológico de *informação diferenciada* como a expressão singular da *própria subjetividade humana* (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 28, grifo nosso). Ou seja, González Rey compreende e demonstra que na fala do sujeito

singular emergem *sentidos subjetivos* reciprocamente configurados que expressam, simultaneamente, sua individualidade e os espaços histórico-culturais do qual faz parte.

A compreensão da estruturação e expressão configuracional dos *sentidos subjetivos individuais* e sociais colaborou para que chegasse a duas categorias de análise originais: a subjetividade *individual* e *social*. Por meio delas pôde explicar como e por que em cada um dos posicionamentos do sujeito se fazem presentes a subjetividade individual dele mesmo e a subjetividade social pela qual é configurado e é configurante. Nas palavras desse autor (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 44):

o estudo dos sentidos subjetivos, das configurações subjetivas e da emergência do sujeito integram a subjetividade social e individual, independentemente se o foco do estudo é o indivíduo, ou um espaço social particular. No primeiro caso, estudamos as configurações subjetivas individuais, cujos sentidos subjetivos invariavelmente expressam a subjetividade social e são parte dela. (...) No segundo caso, do estudo de um espaço social específico, o foco é colocado na definição de configurações subjetivas sociais que são determinadas nos processos de relações sociais dentro do espaço social estudado, cujos sentidos subjetivos expressam produções sociais gerais da sociedade que estão além de um espaço social concreto. Os indivíduos são constituintes dos espaços sociais, suas produções sempre são parte ativa da configuração subjetiva social desses espaços.

Nota-se, portanto, que as categorias de análise subjetividade social e individual desenvolvidas por González Rey organizam-se uma dentro da outra e têm como menor unidade de expressão os *sentidos subjetivos*. Para ele “os sentidos subjetivos são a unidade mais elementar, dinâmica e versátil da subjetividade. Porém, sua emergência não é uma soma, mas um novo tipo de processo humano”. Quer dizer, os *sentidos subjetivos individuais* e *sociais* “não se relacionam como se fossem externos entre si, influenciando-se por meio de uma externalidade. Cada nível está intrinsecamente organizado no outro, na especificidade de sua produção singular de sentidos subjetivos” (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 63-64, grifo nosso).

Em resumo, quando González Rey redimensiona epistemológica e metodologicamente o fenômeno psíquico, respaldando a produção de conhecimento sobre a subjetividade, tanto na singularidade que se configura em um determinado contexto histórico, social e cultural, quanto na investigação dos espaços sociais que

as singularidades compõe, visibiliza que cada um dos posicionamentos do sujeito manifestam, tanto a subjetividade social na qual configurou-se e é configurante, quanto as escolhas subjetivas individuais que opera diante das opções concretas a ele apresentadas.

## 2.2 DA IMPORTÂNCIA DOS SENTIDOS SUBJETIVOS COMO UNIDADES SIMBÓLICO-EMOCIONAIS PARA A COMPREENSÃO DA RELAÇÃO INTRÍNSECA ENTRE A CORPOREIDADE E A SUBJETIVIDADE

Para uma apresentação ampla das categorias de análise desenvolvidas por González Rey que sustentam a compreensão da relação intrínseca entre corporeidade e subjetividade, afora o já referido sobre a organização recíproca dos sentidos subjetivos individuais e sociais e de suas naturezas sistêmicas, dialéticas e complexas, também é necessário examinar por que González Rey os define como *unidades simbólico-emocionais*. Para ele os sentidos subjetivos são:

unidades simbólico-emocionais, nas quais o simbólico se torna emocional desde sua própria gênese, assim como as emoções vem a ser simbólicas, em um processo que define uma nova qualidade dessa integração, que é precisamente a definição ontológica da subjetividade (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 63).

Observa-se que este autor constrói o conceito de sentido subjetivo como unidade simbólico-emocional principalmente ao resgatar a obra de Lev Semyonovic Vigotsky<sup>4</sup>. No livro “O pensamento de Vigotsky”, González Rey observa que o interesse do psicólogo russo sobre arte na primeira fase de seus escritos “levou-o a uma busca dos aspectos psicológicos complexos que se integravam na realização e na vivência artística”. Os posicionamentos de Vigotsky sobre a natureza histórico-cultural dos fenômenos psíquicos ainda estavam estruturando-se, contudo, já notava que na vivência artística “o homem aparecia como pessoa *complexa* em sua *integração cognitivo-afetiva*, no desdobramento de sua fantasia e nos processos profundamente *emocionais que a pessoa não conseguia acompanhar de modo consciente* (GONZÁLEZ REY, 2012a, p. 32, grifo nosso).

---

<sup>4</sup> Adotou-se a grafia usada por González Rey ao nome de Lev Semyonovic Vigotsky.

Examinando a segunda fase da obra de Vigotsky em “O social na psicologia e a psicologia social”, González Rey aponta que, apesar de Vigotsky perceber que as emoções estavam de alguma maneira integradas ao sistema de operação das funções psíquicas superiores, e que buscava, pela categoria vivência e pelo conceito de situação social do desenvolvimento, deslindar essa questão, não conseguia representar a origem social das emoções da mesma maneira que o fez no caso das funções psíquicas superiores – profundamente identificadas com a cognição. Nesta fase intermediária de Vigotsky não há “uma relação orgânica entre o afetivo e as funções psíquicas superiores. O afetivo atua a partir de fora, como uma espécie de catalisador do processo básico que é de natureza cognitiva” (GONZÁLEZ REY, 2012b, p. 45).

De acordo com González Rey (2012b), Vigotsky só consegue representar a origem social das emoções quando introduz a categoria *sentido* na última etapa de seus escritos. É nessa ocasião que introduz o termo sentido com “intenção de explicitar um nível qualitativamente diferente do fenômeno psíquico”, ou seja, é aí que o trata como “uma ontologia diferente, que não fica reificada em nenhum tipo de conteúdo abstrato, e sim que existe com momento processual do sujeito” (GONZÁLEZ REY, 2012b, p. 48-49). É nessa etapa da obra de Vigotsky que:

O sentido aparece assim como uma fonte essencial do processo de subjetivação e é ele que define o que o sujeito experimenta psicologicamente diante da expressão de uma palavra. O sentido articula de forma específica o *mundo psicológico historicamente configurado do sujeito com a experiência de um evento atual*. Nessa acepção, o sentido acontece em um *elemento central de integração dialética* entre o histórico e o atual na configuração da psique (GONZÁLEZ REY, 2012b, p. 49-50, grifo nosso)

Nessa linha de raciocínio, conforme González Rey (2012b), quando Vigotsky elabora a categoria sentido, estabelecendo a ponte que integra “o mundo psicológico historicamente configurado do sujeito” (quer dizer, como o sujeito *pensa e sente* sua realidade em vista de sua história de vida) e “a experiência de um evento atual” (como o sujeito *opera diante desse pensar e sentir* que se dá na concretude de um determinado tempo-espço), inaugura um ponto de viragem na compreensão da subjetividade. Abre-se um horizonte infinito de possibilidades para a reflexão de como o homem se relaciona, por um amálgama afetivo e cognitivo, com cada um dos objetos, pessoas e situações que se apresentem a ele socialmente ao longo de sua existência.

Desse modo, foi o aprofundado exame da categoria sentido em Vigotsky que possibilitou Fernando González Rey desenvolver o conceito de *sentido subjetivo*. González Rey (2012a, p. 39) observa que Vigotsky “nunca desenvolveu completamente a relação entre o simbólico e o emocional”, visto que a “relação entre o cognitivo e o afetivo”, atenderia de maneira mais prudente as exigências da realidade política que o cercava. No entanto, a partir da plataforma perspicazmente estabelecida por Vigotsky sobre a categoria sentido – como elo entre o que o sujeito pensa e sente em vista de sua história e como opera diante da realidade a partir do que é –, González Rey tornou visível o processo sistêmico, dialético, complexo e imprevisível de *produção de sentidos subjetivos individuais*; os quais estão ancorados, igualmente, tanto em ações conscientes e racionais do indivíduo, quanto em elementos inconscientes, mas profundamente emocionais:

A produção individual de sentido tem sua gênese no encontro singular de um sujeito com uma experiência social concreta. Esse encontro se produz em várias dimensões: o sujeito vivencia e se representa em nível *consciente* vários elementos da experiência e associados a ela, sobre os quais nos pode falar, elementos que podem ser ou não portadores de sentido. Por sua vez, o sujeito experimenta *emoções* que não consegue explicar e sobre as quais, às vezes *nem tem consciência*. Ambos os níveis de expressão de sentido subjetivo da experiência integram em uma unidade indissolúvel a história do sujeito e o contexto social da experiência subjetiva, provocando formas diferentes de conduta, emoções e representações que acompanham a posição do sujeito diante da situação. Todo comportamento nessas condições representa um processo de produção de sentidos que, definido dentro de um sistema de sentidos, atua sobre ele, produzindo novos sentidos. Os recursos psicológicos que se expressam nesses comportamentos dependerão não só do sentido da situação, mas também do repertório do sujeito (GONZÁLEZ REY, 2012b, p. 51, grifo nosso).

González Rey, avança ao definir a categoria sentido subjetivo como unidade dialética simbólico-emocional, pois, por meio desse conceito, ofereceu condições concretas para que estudiosos do campo da Psicologia pudessem visibilizar como “o simbólico se torna emocional desde sua própria gênese, assim como as emoções vem a ser simbólicas” (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 63) no fenômeno psicológico, em detrimento de outras explicações que o tornam mecânico e alijado de emoções. Em “O social na psicologia e psicologia social”, além de visibilizar como o fenômeno psicológico se constrói em função do sujeito, explica como o simbólico e emocional compõe um amálgama indissolúvel em cada um dos posicionamentos subjetivos do indivíduo:

Todo sentido subjetivo está associado a necessidades que o sujeito sente no contexto em que atua. Delas derivam emoções e processos simbólicos que, em suas relações, determinam o sentido da atividade para o sujeito. O sentido representa uma regulação com relação ao sujeito, não da ação do sujeito com relação ao objeto. Esse é um atributo essencial da subjetividade humana, que rompe definitivamente com o reducionismo cognitivo na visão da psique, e também com o racionalismo que sustentou a psicologia ocidental ao longo de sua história. Quando uma pessoa responde agressivamente a seu chefe, não o faz por uma orientação racional; a agressividade não é uma resposta que expressa a adequação cognitiva à situação, e sim uma resposta cujo objetivo é manter a congruência da produção de sentidos do sujeito. É uma resposta que não está orientada para o objeto e sim para o sujeito, o que constitui um elemento central na definição da subjetividade (GONZÁLEZ REY, 2012b, p. 54).

Integrando os conceitos examinados até agora da obra de González Rey, pode-se dizer que, os sentidos subjetivos de um indivíduo, configurados de maneira singular no curso de sua experiência junto aos grupos sociais dos quais faz parte – grupos estes que manifestam múltiplas configurações subjetivas que ganham expressão por meio de cristalizações como os discursos, mitos, representações sociais e ideologias, que constantemente se dissolvem e recompõe –, expressam infinitas configurações *simbólicos-emocionais* de sua condição de vida. Logo, caso procure-se a compreensão dos sentidos subjetivos de um indivíduo, ou dos sentidos subjetivos que configuram determinado fenômeno social, é essencial que se atente, igualmente, ao estatuto simbólico e a emocionalidade implicados no engendramento de determinado sentido subjetivo.

### 2.2.1 Da emocionalidade e da dimensão do corpo

Nessa perspectiva, dado que simbólico e emocional ocupam a mesma posição de relevância para a compreensão dos sentidos subjetivos, é fundamental, conforme González Rey, recuperar a “emoção como tema essencial na construção da subjetividade” (GONZÁLEZ REY, 2003, p. 26), pois se a Psicologia investiu múltiplos esforços na compreensão da dimensão simbólica do fenômeno psicológico, com relação a compreensão do engendramento da emocionalidade contida no mesmo fenômeno, ainda engatinha.

Para visibilizar como o emocional configura a subjetividade, de maneira tão importante quanto o simbólico, aponta que “resgatar a *dimensão do corpo* na constituição do sujeito” é essencial (GONZÁLEZ REY, 2003, p. 26, grifo nosso), visto que os sentidos subjetivos se constituem *no corpo e por meio do corpo*, não como

errância descolada de sua realidade física, reduzidos a uma dimensão simbólico-discursiva. Quer dizer, afirma que a Psicologia deve debruçar-se sobre a compreensão da *emoção vivida no corpo* – é no corpo que choramos, rimos, sentimos prazer e dor –, dialeticamente fusionada ao simbólico atribuído a ele, como meio de aproximação aos sentidos subjetivos do indivíduo, como o que eles concretamente são, uma unidade simbólico-emocional indissolúvel.

Em “Sujeito e Subjetividade: uma aproximação histórico-cultural”, como é característica de sua obra, realiza significativa análise sobre a dimensão do corpo na Psicanálise em interlocução com Birman, recuperando desde Freud a “questão do corpo” (GONZÁLEZ REY, 2003, p. 25). Nas palavras dele:

*A questão do corpo está estreitamente relacionada à recuperação da emoção como tema essencial na construção da subjetividade, como processo fundador da subjetividade, e não simplesmente como resultado de outros processos que se colocam de forma privilegiada em relação a ela. Um aspecto importante da definição da pulsão de morte em Freud foi que, pela primeira vez, apresentou a pulsão separada da representação, com o que legitimou a importância constitutiva do afetivo, apesar de que manteve a compreensão do afetivo associada a uma tendência universal do sujeito, o que não lhe permitiu avançar na compreensão da natureza histórico-cultural do sentido subjetivo do corpo, nem na dimensão subjetiva das emoções humanas encerradas dentro de seu modelo bioenergético de base sexual. A idéia [sic] corpo-sujeito, que prefiro expressar de forma inversa, como sujeito-corpo, perde seu sentido caso não seja compreendida dentro dos processos de subjetivação do corpo e das potencialidades subjetivadoras das dimensões do desejo situadas no corpo. O corpo não é uma fonte universal de desejo; este se organiza também socialmente sobre as bases das emoções experimentadas pelo sujeito em seus diferentes sistemas de relações. O corpo é um sistema histórico de relações do sujeito. Separar o prazer corporal de outras motivações de natureza social representaria a conservação da dicotomia cartesiana psique-corpo (GONZÁLEZ REY, 2003, p. 26, grifo nosso).*

Extraindo consequências dessa passagem de González Rey, para que seja possível uma aproximação do caráter complexo e dinâmico dos sentidos subjetivos é essencial que se avance “na compreensão da natureza histórico-cultural do sentido subjetivo do corpo”. Ou seja, para além de se realizar um exame reducionista da natureza material do corpo, que muitas vezes qualifica-o exclusivamente como o aparato físico-orgânico que dá suporte a subjetividade, é fundamental que se demonstre *como e por que*, por exemplo, o *peso do corpo* – objeto específico de

investigação dessa pesquisa –, que é essencialmente material, implica na experiência subjetiva do indivíduo.

Buscando subsídios teóricos na obra de Fernando González Rey para aprofundar as análises apontadas acima, investigou-se alguns de seus trabalhos anteriores a concepção final de suas Epistemologia Qualitativa e Teoria da Subjetividade (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017). Embora ainda estivesse erigindo os conceitos pilares de sua obra em seus trabalhos de doutoramento na Rússia, a maneira dialética de abordar as categorias saúde-doença e psicológico-somático foram essenciais para que, nessa pesquisa de mestrado, fosse possível problematizar como a materialidade do corpo, ou seja, sua constituição físico-orgânica, configura e é configurada pela subjetividade. Passa-se agora a apresentar estas reflexões.

### 2.2.2 Da necessidade de compreender a natureza histórico-cultural do sentido subjetivo do corpo: saúde e doença como processo articulado nas dimensões corporal e psicológica

A necessidade organizada e anunciada por González Rey (2003, p. 26) de investigar-se a articulação das dimensões psicológica e corporal como acesso a compreensão dos sentidos subjetivos individuais – visto que o sujeito não é uma errância – já despontava em seu trabalho décadas antes de “Sujeito e Subjetividade: uma aproximação histórico-cultural”. Esse autor, em “Personalidade, saúde e modo de vida”, livro que organizou a partir de estudos empíricos que realizou nas décadas de 1970 e 1980 na Rússia, apresenta “resultados das pesquisas em saúde humana, especificamente sobre os aspectos psicológicos e sociais da hipertensão e o infarto do miocárdio” (GONZÁLEZ REY, 2004, p. vii).

Isto é, a datar desse momento, “mesmo sem uma consciência epistemológica alternativa claramente formulada” (GONZÁLEZ REY, 2004, p. viii), González Rey rompia com os princípios experimentais-positivistas para a produção de conhecimento sobre os fenômenos psíquicos, procurando demonstrar como em patologias como hipertensão e infarto do miocárdio, até então consideradas de etiologia e curso

exclusivamente da ordem físico-orgânica (na materialidade do corpo), estão articulados aspectos da dimensão subjetiva individual e social.

Dessa maneira, por meio das categorias saúde e doença, investiga a relação configuracional entre o somático (corpo) e psíquico (mente), procurando demonstrar que a saúde, compreendida enquanto processo, não permite categorizações universais que dividem em bloco a saúde física da saúde mental.

De acordo com a medicina tradicional, a doença definiu-se por diferentes expressões semiológicas, considerando-se saúde como a ausência de sintomas. No entanto, a evolução de todas as ciências vinculadas ao homem torna cada vez mais insustentável um conceito de saúde apoiado na inexistência de sintomas. No âmbito de um enfoque semiológico-descritivo distinguem-se saúde mental de saúde somática, pois a semiologia, que define ambos os tipos de saúde, encontra-se em níveis diferentes: uma mental, expressa-se no nível psicológico, e a outra, no nível somático, ou seja, no corpo físico. *A saúde, no entanto, é um processo qualitativo complexo que define o funcionamento completo do organismo, integrando o somático e o psíquico de maneira sistêmica, formando uma unidade em que ambos são inseparáveis.* Acreditamos que o conceito de saúde deve ser considerado mais um processo do que um produto (GONZÁLEZ REY, 2004, p. 1, grifo nosso).

Na mesma obra, após definir saúde como processo, portanto que em sua processualidade não comporta que mente e corpo se organizem e operem de maneira estanque, elenca três aspectos da articulação entre o somático e mental que ficam evidenciados em uma experiência humana saudável:

- a) Experimentar o bem-estar, sentir-se *motivado* para a vida e com interesses definidos em relação às pessoas e às atividades concretas.
- b) *Ser capaz de autocontrolar-se a partir de uma cultura sanitária efetiva. Ter hábitos saudáveis e desenvolver atividades concretas que ajudem no processo de otimização das funções somáticas, sentindo-se o sujeito envolvidos nela.*
- c) Fazer que o estado atual do organismo corresponda a um momento essencial da otimização futura dos mecanismos e processos envolvidos na saúde humana (GONZÁLEZ REY, 2004, p. 2, grifo nosso).

Concentrando-se no contido na letra “b”, nota-se que González Rey (2004, p.2) relaciona a experiência humana saudável a possibilidade do sujeito “autocontrolar-se a partir de uma cultura sanitária efetiva”, por meio de hábitos saudáveis e desenvolvendo atividades concretas que auxiliem “no processo de otimização das funções somáticas, sentindo-se o sujeito envolvidos nela”. A leitura atenta desse trecho possibilitou interpretar que, à época das pesquisas empíricas que realizava sobre hipertensão e infarto do miocárdio, ao mesmo tempo em que

acertadamente tem em vista que a saúde não é um resultado final, oposto de doença, mas uma construção processual, devolve ao sujeito a possibilidade de ser ativo em seu próprio processo de saúde, o que só pode ser vivido indissolúvel e simultaneamente nas dimensões somática [corpórea] e mental [subjéitiva].

González Rey (2004, p. 2) utiliza-se da expressão “autocontrole”, o que remete a uma interpretação de que o corpo é algo que pode ser controlado por um sujeito que está “no controle”; não obstante, o faz na tentativa de amalgamar dialeticamente a motivação psicológica a um hábito saudável executado no corpo – o que aparece na letra “a” do excerto acima. Ou seja, desde esse momento procurava meios de demonstrar como psíquico e somático estão fusionados na produção subjéitiva individual.

Conforme ele mesmo aponta no prefácio da referida obra (2004, p. viii), o ajustamento terminológico ainda estava em curso, e as representações dominantes utilizadas pela Psicologia influenciaram-no de maneira a buscar uma redefinição epistemológica de seu objeto. Do nosso ponto de vista, o estudo empírico realizado sobre as dimensões psicológica-corpórea e individual-social da hipertensão e infarto do miocárdio, visibiliza que esse pesquisador, desde os anos 1970, procurava meios para demonstrar que, se o psíquico age sob o corpo, e o movimento é sempre dialético, o corpo também exerce força sobre o psicológico; da mesma maneira que buscava demonstrar como a saúde é construção configurada individual e socialmente.

Assim sendo, é preciso assinalar que foram as construções teóricas de González Rey em “Personalidade, saúde e modo de vida” e em “Sujeito e Subjéitividade: uma aproximação histórico-cultural” que permitiram a esta pesquisa problematizar que não há um sujeito no controle de seu corpo, ou um sujeito à revelia de seu corpo, mas sim *um sujeito que é seu próprio corpo*. Mais do que ser *meio* da história de um sujeito, como matéria orgânica sob a qual o psicológico exerce controle, *o corpo é própria história do sujeito*, ou como o próprio González Rey (2003, p. 26) enuncia em “Sujeito e Subjéitividade: uma aproximação histórico-cultural”, “o corpo é um sistema histórico de relações do sujeito”.

O sujeito, na vivência que faz de seu próprio corpo não o identifica apenas como aparato físico-orgânico, do qual pode tranquilamente se desprender e controlar. Pelo contrário, os processos vividos na dimensão corpórea não são algo que atingem temporariamente o indivíduo, mas eventos orgânicos que modificam os sentidos subjéitivos do indivíduo na dimensão simbólico-emocional, sendo que esse processo

vivido no corpo, *mais do que ser uma história na vida do sujeito, passa a compor de maneira indissociável o próprio sujeito.*

Desse modo, com intenção de visibilizar como o corpo gordo de uma mulher blogueira não é apenas um aparato físico-orgânico sob o qual deposita sentidos subjetivos individuais, mas dimensão configurada e configurante desses sentidos subjetivos – e ao mesmo tempo que a maneira singular de configuração de sua subjetividade também possibilita a leitura de significados e sentidos subjetivos sociais a respeito da corporeidade gorda – investigaram-se, conforme o desdobramento dos capítulos seguintes evidencia, os significados sociais sobre a corporeidade gorda no tempo-espaço que essa blogueira vive (capítulo 3), o espaço social do qual participa na internet (capítulo 4) e os sentidos subjetivos de seu corpo (capítulo 5); pois a configuração recíproca dessas dimensões de investigação que permitiu a construção de algumas novas zonas de inteligibilidade, descritas nas considerações finais desse trabalho, sobre como a corporeidade e subjetividade são mutuamente configuradas e configurantes e quais são algumas possíveis alternativas de ação profissional do psicólogo diante desse cenário.

### 3 A CONSTRUÇÃO DOS PADRÕES DE CORPO

Preambularmente, é preciso esclarecer a razão pela qual neste trabalho é fundamental a elaboração de um capítulo dedicado a analisar os processos de construção de padrões de corpo. O pesquisador que se dedica ao estudo da corporeidade, conforme descrito na introdução, observa que no contexto da pesquisa brasileira intensificam-se reflexões sobre o tema. Contudo, a maioria dos trabalhos que tratam do corpo, sobretudo sobre o corpo gordo, não problematizam que a orientação teórico-metodológica da pesquisa e a escolha dos instrumentos de análise podem, *per se*, acarretar reprodução de padrões de corpo idealizados.

Pesquisas sobre implicações do peso corporal nos processos de saúde e doença, nas quais os estudos sobre o peso de indivíduos e populações são realizados a partir de referenciais adotados e assentidos pela comunidade científica, tais como o Índice de Massa Corporal (IMC), são exemplo desse cenário. Essa escala é ferramenta útil no processo de padronização de medida do corpo e quando empregada com propriedade pelo pesquisador apresenta uma série de resultados significativos. Entretanto, sua utilização, no sentido de traçar correlação entre o peso de um indivíduo e sua satisfação/insatisfação perante o próprio corpo, apesar de ser adotada na Medicina, Nutrição, Educação Física e Psicologia, não se revela apenas inócua em muitos casos, como seu emprego, sem aprofundamento no processo histórico e cultural de construção desse instrumento, pode tornar a própria pesquisa agente de reprodução de estereótipos.

Tomam-se dois trabalhos recentemente publicados para aclarar a questão levantada: Bairos et al. (2019), na área da Saúde Coletiva, ao investigarem a prevalência do sobrepeso e da obesidade e os fatores associados ao ganho de peso em mulheres no Rio Grande do Sul, consideraram o Índice de Massa Corporal como parâmetro de classificação. Ou seja, utilizam-se do IMC como um parâmetro estabelecido pela comunidade científica e reconhecido pela Organização Mundial de Saúde, procedendo a classificação corporal dos participantes da pesquisa a partir dessa escala. No estudo em questão, a utilização desse índice pelos pesquisadores auxilia-os a traçarem uma visão panorâmica das condições de peso da população estudada, desse modo, constituindo-se como ferramenta acertadamente utilizada que os auxilia na identificação de padrões epidemiológicos no campo da Saúde Coletiva.

Já Silva et al. (2018, p. 484), em estudo sobre a *insatisfação* dos adolescentes com sua imagem corporal, aponta o IMC como parâmetro básico para “definir se a pessoa está abaixo do peso, na normalidade, com sobrepeso ou obesidade”. De fato, uma possibilidade de utilização do IMC é a definição de em qual das faixas da relação peso atual em quilogramas sobre estatura em m<sup>2</sup> um indivíduo se encontra.

Contudo, ao passo que aprofundamo-nos na investigação da corporeidade em sua intrínseca relação com a produção subjetiva do indivíduo em relação ao próprio corpo – o que pode comportar infinitas matizes de emoções e simbolismos, podendo ser inclusive fonte simultânea de sofrimento e regozijo –, passamos a questionar as possibilidades de escalas de medida, tal como o IMC, serem utilizadas em pesquisas como parâmetro, mesmo que indireto, para o estabelecimento de satisfação ou insatisfação relativo ao corpo.

A pesquisa de Silva et al. (2018) não traça uma ligação direta entre a escala do IMC e a satisfação/insatisfação dos adolescentes frente ao próprio corpo, discutem também a influência da mídia e dos pares nesse processo. Entretanto, os pesquisadores que acolhem o IMC como parâmetro estabelecido e inquestionável não problematizam que os sentidos subjetivos de um indivíduo em relação ao próprio corpo podem, inclusive, se configurar diametralmente opostos àquilo que a escala assinala como “normal”. O peso é “normal” e a insatisfação é avassaladora, ou o peso é considerado “obesidade” e o sentido subjetivo em relação ao próprio corpo é de satisfação.

Desse modo, a elaboração de um capítulo que detalhe o processo de construção dos padrões de corpo – no qual a escala de IMC cumpriu um papel determinante, como se verá adiante – é essencial. Tem-se em vista que, apesar dos padrões de corpo não espelharem a subjetividade social da corporeidade, o processo de seus estabelecimentos possibilita o estudo sobre a corporeidade gorda de maneira desnaturalizada e desnaturalizante. Assim, não se toma o IMC como ferramenta que possibilita dizer sobre o estado subjetivo do indivíduo, mas sim, toma-se a marcha de desenvolvimento do próprio índice como um dos elementos que compõe o processo histórico e cultural da elaboração de padrões. Além disso, na dimensão da subjetividade individual, conforme conjectura-se nessa pesquisa, a produção desses padrões idealizados de corpo são um dos elementos que mais significativamente compõe o processo de configuração subjetiva da corporeidade da participante

entrevistada nessa pesquisa. Assim, não seria possível a construção desse trabalho sem o estudo que ora segue.

### 3.1 A NECESSIDADE DE SE COMPREENDER A CONSTRUÇÃO DOS PADRÕES DE CORPO NO CAPITALISMO: PROCURANDO NOVAS ZONAS DE INTELIGIBILIDADE SOBRE A SUBJETIVIDADE DA CORPOREIDADE

Considerando que não se trata apenas de aludir que há uma relação entre os fenômenos subjetividade e corporeidade, mas que se busca a relação dialética, configuracional, complexa e histórico-cultural de composição recíproca desses fenômenos, no sentido de superar as dicotomias mente/corpo, espiritual/material (GONZÁLEZ REY, 2002, p. viii e xii), é imperativo ter em vista que a corporeidade não é um fenômeno que ocorre no vácuo; pelo contrário, como todos os outros, é construído no interior das relações histórico-sociais, culturais, econômicas e políticas. Por isso conhecer como o homem estabelece a relação com o próprio corpo e com o corpo do outro exige construir uma análise que apreenda o lugar da corporeidade no atual modelo capitalista de produção e reprodução de vida em sociedade.

O Capitalismo – conforme discutido anteriormente pela autora em trabalho monográfico de conclusão de curso em Psicologia<sup>5</sup> –, que tem suas raízes fincadas na propriedade privada e na divisão social do trabalho, implica na corporeidade de maneira extensa e profunda. Como em todas as outras dimensões da vida humana, não há um corpo que não sofra, certamente uns mais que outros, as consequências de um modo de produção que sacrifica todas as potencialidades humanas em detrimento do aperfeiçoamento de uma atividade única – o aumento da produção e a ampliação do capital (SCHLICHTA, 2014).

Uma das repercussões mais marcantes do Capitalismo para a vida humana atual é que, para que este continue se reproduzindo, o consumo de produtos e serviços deve sempre aumentar. Pouco importa quais são estes, quem os consome, ou por que os consome, contanto que a roda não pare de girar, sob pena do sistema

---

<sup>5</sup> O trabalho monográfico “Por uma crítica histórico-cultural à naturalização do corpo belo enquanto magro e saudável: impactos para a personalidade”, sob a orientação do Prof. Ms. Vitor Marcel Schühli, foi apresentado pela autora como TCC em Psicologia na UFPR em 2014. Por meio da Teoria da Atividade de Alexis N. Leontiev e de alguns estudos sobre mulheres anoréticas realizados por Bluma W. Zeigarnik, procurou-se estabelecer como a magreza articula-se de maneira histórico-cultural a beleza.

como um todo sucumbir. Nesse movimento do capital, o corpo é uma fonte inesgotável de consumo e todos os dias são criados e reinventados produtos para ele. No corpo usamos roupas, calçados, joias, cosméticos; por meio do corpo consumimos alimentos, bebidas, fármacos; dependendo da cor da nossa pele ou se nossos cabelos são cacheados ou lisos uma gama de maquiagens e *shampoos* nos são oferecidos; dependendo de nossa orientação de gênero compramos roupas em lojas de roupas femininas, masculinas ou de gênero neutro; dependendo do tamanho do nosso corpo somos um mercado consumidor para alimentos calóricos ou dietéticos, roupas de tamanhos pequenos ou *plus size*. Aliás, e no caso dessa pesquisa sumamente importante, não se pode esquecer que, também em virtude do peso dos corpos, os indivíduos têm consumido de maneira crescente uma infinidade de práticas profissionais. As do médico que realiza a cirurgia bariátrica no obeso; do nutricionista que diz o que, como e quanto comer em cada refeição; do educador físico que programa a atividade física adequada para emagrecer e fortalecer o corpo; e é claro, do psicólogo, que é convocado a atenuar os sofrimentos relativos ao corpo vivenciados pelos indivíduos.

Contudo, nem sempre foi assim. Hoje comemora-se o fato de haverem no mercado roupas para mulheres gordas (só quem viveu gorda nos anos 80 compreende a humilhação de peregrinar de loja em loja e não encontrar uma única peça de roupa que sirva) e profissionais habilitados a lidar com as questões da corporeidade, mas não compreendemos que é esse mesmo sistema de produção, que hoje oferece produtos e serviços profissionais para qualquer tamanho de pessoa, que *contraditoriamente* colabora ativamente na construção de padrões idealizados e naturalizados que vinculam saúde, beleza e magreza.

Nesse sentido, identificar o processo contraditório de construção dos padrões de corpo é essencial para compreender tanto *a subjetividade social* quanto *a subjetividade individual a respeito da corporeidade gorda*. Isto porque, recuperar como a humanidade, entremeada ao capital, edificou os padrões e despadrões de corpo dá legibilidade a parte do processo do qual todos nós participamos sem dar conta, e que ao mesmo tempo, faz boa parte de nós nos sentimos vitimizados.

Procurou-se, então, investir em uma arqueologia do corpo. Buscou-se nos processos histórico, social e cultural – no modo de produção e reprodução de vida das pessoas que viveram a tempos atrás e das pessoas que vivem no mundo atual – as marcas da subjetividade indelévels nos padrões e despadrões de corpo, pois

investigar essas “produções sociais que definem subjetivamente uma cultura num tempo específico de uma sociedade” (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 64) pode oferecer indícios sobre a configuração da *subjetividade da corporeidade*.

Contudo, é preciso desde o início alertar que os padrões de corpo, do passado ou atuais, não se confundem com a subjetividade da corporeidade, por isso *nunca explicam por si mesmos* por que alguém se sente desconfortável com seu corpo gordo. Não há qualquer intenção de traçar um determinismo dessa natureza. Pelo contrário, procurar-se-á ao longo desse trabalho apresentar como estes padrões de corpo, configurados “de maneira diferenciada na subjetividade individual de atores que se relacionam e se organizam nas variadas instâncias sociais de cada cultura” (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 64), configuram a subjetividade da corporeidade; sendo precisamente *este processo* – dialético, configuracional, complexo, contraditório e histórico-cultural de composição recíproca – e não o padrão de corpo em si, que explica *por que em um mesmo espaço e tempo social*, enquanto algumas pessoas estão *satisfeitas* com seus corpos gordos, outras encontram-se em franco *sofrimento*.

A busca pela compreensão dos processos configuracionais da corporeidade está em curso, e neste caminho, a Teoria da Subjetividade de Fernando González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 62) foi a lente necessária e precisa para visibilizar aspectos do fenômeno que ficavam subsumidos. Foi a compreensão dos conceitos de sentidos subjetivos individuais e sentidos subjetivos sociais, intrinsecamente organizados um no outro e não relacionados como uma externalidade, que tornou factível interpretar como as pessoas singulares ao mesmo tempo que criam padrões de corpos, também têm seu próprio corpo configurado por padrões.

Entretanto, na medida que se concorda com González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017) sobreveio o seguinte questionamento: se os padrões de corpo, que não se confundem com a subjetividade da corporeidade, mas apreendidos como depósitos das produções sociais a respeito do corpo, podem subsidiar a compreensão da subjetividade da corporeidade, por onde começar a interpretar e descrever o processo de construção de padrões?

É novamente a consistência teórica-metodológica da obra de González Rey (2002) que auxilia a responder esta pergunta. Para ele:

Em um mesmo protocolo de pesquisa avançamos no conhecimento do sujeito estudado e simultaneamente nos complexos processo de subjetivação da realidade social em que vive. Os processos de produção de conhecimento sobre as subjetividades social e individual são interdependentes: não representam metodologias separadas, embora em momentos se apresentem *exigências específicas para o desenvolvimento do conhecimento de cada um* (GONZÁLEZ REY, 2002, p. 156, grifo nosso).

Ou seja, realizar um levantamento histórico da construção de padrões e despadrões de corpo no modo de produção capitalista é exigência específica dessa pesquisa para alcançar, sem corroborar explicações naturalizadas e naturalizantes, algumas novas zonas de inteligibilidade para a compreensão da subjetividade da corporeidade.

Deste modo, compreendendo qual é a importância de localizar histórica, social e culturalmente a construção dos padrões de corpos como um dos elementos que nos auxiliará na compreensão da subjetividade da corporeidade, que se resgatará a partir das revoluções burguesas até o advento das mídias de massa, como se produziram os padrões de corpo (a) magro-saudável-belo, (b) da mulher produzido para o trabalho, (c) *plus size* e (d) gordo intenso.

### 3.2 AS REVOLUÇÕES BURGUESAS E O DESENVOLVIMENTO DE UM PADRÃO IDEALIZADO DE CORPO MAGRO, SAUDÁVEL E BELO

Conforme explicitado, ainda em trabalho monográfico, investigou-se a formação histórica dos padrões de corpos contemporâneos a partir das Revoluções Industrial e Francesa. Essa opção de corte histórico não foi e não é aleatória. Teve-se e tem-se em vista que, apesar da corporeidade gorda fazer parte da história humana, foi a partir dessas revoluções que se alicerçaram os padrões de corpo que paulatinamente vão alinhavando, de um lado, magreza, saúde e beleza, e de outro, gordura, doença e feiura (SCHLICHTA, 2014).

É fundamental resgatar como estes dois momentos do processo histórico inauguram a construção de padrões de corpo idealizados. A partir deles se edifica e desdobra uma representação social da corporeidade gorda como *patológica* e *repulsiva*; o que, do ponto de vista dessa pesquisa, é *um dos elementos que está na base da configuração de uma subjetividade social e individual da corporeidade que tem pavor do corpo gordo*. As revoluções burguesas legitimaram a representação social do *corpo magro* como a *único capaz de sustentar a vida física* (o corpo magro

que é saudável) e a *vida simbólico/emocional* (o corpo magro que merece respeito e amor).

Para compreender então como as revoluções burguesas são o pontapé inicial desse processo, recorre-se ao pensamento do historiador marxista Eric Hobsbawm (1997). Este autor descreve que o início da Revolução Industrial se restringiu a Inglaterra, onde a produção têxtil e o domínio da energia a vapor se acentuaram no período de 1760 a 1850. A partir das décadas de 1850 a 1900, alastrou-se pela Europa, Estados Unidos e Ásia, avultando a concorrência entre as nações industrializadas, sobretudo no que diz respeito a produção de bens de consumo e de novas formas de energia, como a elétrica e de derivados do petróleo. A produção automatiza-se no início do século XX, o que viabilizou a produção em série e o surgimento de conglomerados econômicos de proporções multinacionais. São marcantes neste período o incremento da indústria química, eletrônica e de engenharia genética e, a partir da década de 1980, o avanço da informática e das telecomunicações.

Com relação a Revolução Francesa, retrata-a como um movimento de caráter global, iniciado nos Estados Unidos em 1776, que atingiu a Inglaterra, Holanda, Irlanda, Itália e Alemanha, alcançando seu clímax na França, em 1789. A peculiaridade dessa revolução foi a tomada do poder pela burguesia, que contando com a mobilização de camponeses e artesãos, intencionava a superação do modo de produção feudal. Por consequência de suas características liberais e democráticas, a Revolução Francesa serviu de projeto ideológico que repercute até a atualidade (HOBSBAWM, 1997).

“Estavam dadas as condições materiais para o surgimento do mundo moderno: a crise da sociedade feudal e o progressivo avanço da sociedade capitalista”, pois à medida que a indústria se desenvolveu e com ela avançaram possibilidades cada vez mais ricas de humanização, contraditoriamente também avança a alienação do homem. São infindáveis os exemplos desse caráter que o capital introjetou no interior das organizações econômicas e políticas que refletem na vivência que fazemos do corpo (SCHLICHTA, 2014, p. 13).

Neste sentido, Vigarello (2012, p. 13, grifo nosso) registra que “a história do gordo é também a da *avaliação das formas corporais e de sua utilização no trabalho*”. Para ele, até o século XVIII o gordo abastado é associado a figura de opulência e prestígio, enquanto que o gordo da classe baixa é considerado um sujeito estúpido.

Contudo, ao passo que avança o século – e se aprofunda o modo capitalista de produção – o gordo da classe baixa, antes considerado apenas um sujeito ignorante, passa também a ser visto como um sujeito improdutivo, inútil (VIGARELLO, 2012, p.170). Isto porque, a divisão social do trabalho, aprofundada com a Revolução Industrial, impõe ao trabalhador não apenas uma separação do saber e do fazer que o aliena de sua atividade vital, retirando dela os sentidos de satisfação; impõe também que seu corpo atenda determinadas particularidades do processo produtivo. Não é a máquina que serve ao trabalhador, é o trabalhador que deve espichar ou encolher seu corpo para que não se interrompa o processo de fabril. Observa-se que o gordo em momento anterior, mesmo que considerado um ignorante, ocupava um lugar no modo de produção feudal. Para arar a terra ou cuidar da criação de animais, um sujeito corpulento, mesmo que imbecil, é mais do que suficiente. Todavia, no modo de produção capitalista, um trabalhador gordo, com um corpo que não cabe nos espaços destinados a ele, é alguém que não está em condições para o trabalho. É um inútil, um improdutivo.

O gordo abastado, por seu turno, até o século XVIII é o símbolo do sucesso. O corpo gordo significa “uma outra vertente social, a apropriação, o ganho. Pode incarnar o lucro, traçar o desenho do ‘excelente’” (VIGARELLO, 2012, p. 171).

Conforme Schlichta (2014), um exemplo que ilustra bem a articulação entre a corporeidade gorda monárquica/aristocrática e o juízo de sucesso é o quadro “A família de Carlos IV”, de Goya, pintura do romantismo espanhol [FIGURA 1].

De acordo com Charles et al. (2007, p. 287) a rainha Maria Luísa de Parma, retratada por Goya ao centro da tela, exhibe os braços nus porque sentia orgulho de suas formas arredondadas, símbolos de *status*. Os mesmos autores chamam atenção para o seguinte: todas as mulheres são retratadas sem o uso de luvas, isto pois, de acordo com suas pesquisas, o orgulho que a rainha sentia por seus braços era tanto que ela proibiu o uso de luvas na corte. Além disso, o próprio Rei, retratado por Goya com barriga avantajada e as duas outras personagens masculinas que se apresentam atrás (o irmão mais novo do rei, Antônio Pascoal de Espanha) e a direita dele (Dom Luís de Parma, futuro rei de Etrúria) são representados como rostos redondos e bochechas vermelhas.

FIGURA 1 – A FAMÍLIA DE CARLOS IV



FONTE: CHALES, V. et al. (2007).

Porém, da mesma maneira que as revoluções burguesas trouxeram implicações para a corporeidade do gordo das classes sociais mais baixas – antes considerado ignorante, passando a ocupar papel de inútil à medida que a Revolução Industrial se intensifica – a corporeidade gorda do homem abastado não passou incólume.

As mesmas características do rei Carlos IV da Espanha – bochechudo e barrigudo – que lhe conferiam *status* de riqueza e opulência passam a ser criticadas à medida que os ideais iluministas, motor ideológico da Revolução Francesa, se aprofundam. É importante notar que Goya, ao retratar Carlos IV, ao mesmo tempo que atende o desejo da aristocracia de enfatizar seu poder pelas formas corpóreas volumosas, critica-o, dando “ar suíno” ao seu rosto (STRICKLAND, 1999, p.74).

No mesmo sentido que as críticas de Goya à Carlos IV da Espanha, estão sendo gestadas na França avaliações depreciativas da figura do rei Luís XVI<sup>6</sup>. De acordo com Vigarello (2012, p. 171) o iluminismo “que exalta o progresso das ciências, dos costumes e do espírito humano” e que questiona os abastados que engordam enquanto o povo permanece na miséria não deixou passar despercebido o rei gordo.

Imagens muito estudadas hoje, as do “porco” que vive apenas para a engorda, a impotência e a gordura tornaram-se aí tanto mais marcantes por constituírem símbolo do fracasso de todo o empreendimento monárquico, tanto aos olhos do monarquista quanto dos revolucionários. Corpo demasiadamente inflado mas *inútil*, ser submetido à impotência, sua “passividade” se impunha aos olhos de todos (VIGARELLO, 2012, p. 175, grifo nosso.)

Assim, até aqui, o relato histórico a respeito da corporeidade gorda no contexto das revoluções burguesas mostra que: o corpo gordo da classe baixa, articulado ao processo da Revolução Industrial, traz como resultado a necessidade de sua adequação ao processo fabril; enquanto que corporeidade do gordo abastado, articulada a Revolução Francesa, visibiliza que o rei engorda enquanto a população está faminta. Apesar disso, a apreensão de *como* foi sendo reconhecido o corpo do gordo de classe baixa ou alta, não explica o *porquê* de corpos que estavam *absolutamente separados pelo antagonismo de classes* se encontram em sua *inutilidade*. Por que sujeitos que acessam a realidade por determinações sociais tão distintas acabam por se encontra na *inutilidade de sua gordura*?

A investigação de outros aspectos ligados à Revolução Francesa conduz a referenciais que auxiliam no deslinde dessa questão. Conforme Hobsbawm (1996), essa revolução, calcada na crise dos velhos regimes, movida ideologicamente pelos ideais iluministas de liberdade, igualdade e fraternidade, não foi um fenômeno isolado – a crise dos velhos regimes também está na base das Revoluções Russa e Norte Americana –; mas foi a mais representativa de uma série de movimentos semelhantes, tendo em vista suas consequências serem as mais profundas para os séculos seguintes. Suas consequências são tão profundas por três razões principais: aconteceu num dos estados mais populosos da Europa (1 em 5 europeus era francês),

---

<sup>6</sup> A crise fiscal que assolava a França, a decadência e corrupção da aristocracia e o ressentimento da população cada vez mais descontente com a incompetência de Luís XVI, aliado aos cada vez mais populares ideais iluministas, alimentaram a revolução, que culminou na Tomada da Bastilha em 1789 e na execução do rei em 1793.

foi uma revolução de massa e entre todas as revoluções do período foi a única ecumênica. Neste sentido, apesar de oficialmente expressar o interesse do povo, extraoficialmente vão se organizando em torno da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão o interesse do burguês: o direito da propriedade privada como natural, sagrado, inalienável e inviolável; a igualdade dos homens perante a lei; as profissões igualmente abertas ao talento. Tais interesses, justificados pelo crescente individualismo que se opõe ao antigo regime feudal que inviabilizou a propriedade privada, formarão as bases das desigualdades sociais verificadas até a atualidade.

Dessa forma, como frisa Hobsbawm (1996), um individualismo *secular, racionalista* e progressista dominava o pensamento iluminista, que tinha por missão libertar o indivíduo do pensamento ignorante da Idade Média. Para isso, o pensamento econômico e político “iluminado” passa a investir no progresso científico e tecnológico, com base na razão, instrumento que permite o controle da natureza. Ou seja, o iluminismo “forneceu os códigos legais, o *modelo de organização técnica e científica* e o *sistema métrico de medidas* para a maioria dos países” (HOBBSAWM, 1996, p. 9, grifo nosso).

Assim, a racionalidade moderna, respaldada pela convicção no progresso por meio do conhecimento, na riqueza e no controle sobre a natureza, organiza modelos de sistematização técnica e científica, em oposição a uma visão de mundo mais sincrética e mitológica da Idade Média. É rigorosamente esse *movimento de estruturação e mensuração* que confere outros elementos para a compreensão do *porque* o gordo abastado e o gordo das classes baixas, apesar do antagonismo de classe que os separa, unem-se pela *inutilidade de sua gordura*.

Neste quesito, inscreve-se com força a Medicina do século XVIII. A ciência, embasada nos ideais da racionalidade, vai deixando de realizar concessões ao arraigado pensamento religioso que impedia, por exemplo, que se investigassem os cadáveres. Se durante a Idade Média, de acordo com Stenzel (2003, p. 20), o corpo foi reconhecido como “sepulcro da alma”, como um mistério de características obscuras e mágicas, com o avanço da ciência os especialistas passaram a investigá-lo tanto em sua *materialidade* quanto em seus *significados simbólicos*.

De acordo com Corbin (2009, p. 394) é significativo notar que, até esse momento, vivia-se em um corpo que nem mesmo se via, pois os espelhos só se popularizam no século XIX. Nesse período de transição entre o modo de produção feudal e o capitalista, os espelhos estavam disponíveis as populações das classes

mais baixas, quando muito, em barbearias. Com relação as populações de classe alta, apesar de possuírem o objeto de luxo que o espelho representava, era proibido que, principalmente as mulheres jovens, refletissem seu corpo nu. Isso revela que era o *olhar* do outro que avaliava a forma corporal, não encontrando respaldo na ordem social feudal a necessidade de medi-lo de alguma maneira.

A medicina iluminista, entretanto, profundamente motivada pela racionalidade científica, começa a medir e escrutinar a materialidade do corpo gordo, inscrevendo uma “lenta penetração numérica na avaliação morfológica”. É neste período que se torna necessário calcular “o perímetro dos membros, a densidade da gordura em cada parte do corpo, a relação entre a estatura e peso” (VIGARELLO, 2012, p. 193).

O corpo da racionalidade iluminista, compreendido *apenas* como um fenômeno *natural*, como qualquer outro fenômeno da natureza, pode ser avaliado, medido, pesado; e um dos ápices do afã de numerar e racionalizar o corpo é a invenção do Índice de Massa Corporal - IMC. De acordo com Sant’Anna (2016, p. 141) a história do IMC remonta ao século XIX, quando Adolphe Quételet, astrônomo e matemático, realizou estudos antropométricos a respeito do crescimento, introduzindo e promovendo uma noção estatística de homem médio. Para Vigarello (2012, p. 319), “os números de Quételet, sempre retomados, são traduzidos por um único e simples indicador, o da ‘massa corporal’, calculado pela relação entre o peso (em kg) e o quadrado da altura (em m<sup>2</sup>)”. Assim, se estabeleceu uma escala de graus: o sobrepeso que varia entre 25 e 29,9; a obesidade com número acima de 30; a obesidade grave em 35 e a mórbida acima de 40.

Desse modo, conforme análise de Vigarello (2012, p.193, grifo nosso), o olhar sobre o corpo gordo, que até então avaliava despreziosamente, passa a ser um olhar sobre o corpo que “*instrumentaliza-se* da mesma maneira que o faz sobre o universo técnico”.

Para esta pesquisa, esse processo de instrumentalizar o olhar sobre o corpo natural, inicialmente utilizando-se de meios rudimentares de medir, até o nascimento de técnicas estatísticas elaboradas e a criação de balanças e microscópios, que coloca o corpo do gordo da classe alta e baixa sob as mesmas condições. É precisamente *em virtude da racionalização das medidas científicas que o corpo do gordo, rico ou pobre, passa a ser simplesmente, um corpo gordo.*

Além disso, nota-se que a instrumentalização do olhar vai progressivamente inscrevendo no cenário a exigência de se *modificar a materialidade do corpo gordo.*

Conforme Vigarello (2012, p. 162, grifo nosso) o olhar instrumentalizado por meio do microscópio observa a *fibra muscular* em sua *força* reativa, e, ao mesmo tempo, o *tecido adiposo*, mole, *fraco* e relaxado. Esse tecido adiposo passa a orientar tanto a crítica quanto a terapia necessária para modificar esse “corpo ‘invadido’” pela gordura fraca que torna “o ‘sujeito indolente, inchado, pituitoso’”. Assim, a medicina passa a criticar a gordura como fraqueza e defeito corpóreo, ordenando que providências terapêuticas devam ser tomadas, sob pena de agravos físicos perigosos, pouco importando tratar-se de um gordo da classe alta ou baixa.

Por exemplo, com relação a Luís XVI, a correspondência de seus médicos revela suas preocupações com o rei que passou de esbelto a figura com “encorpamento excessivo e perigoso”, que mesmo submetido a dietas e caminhadas em nada muda sua figura, revelando um sujeito fraco que não possui as qualidades necessárias para a liderança, portanto *inútil* (VIGARELLO, 2012, p. 172). No extremo oposto, tratando-se do gordo da classe baixa, conforme relatado anteriormente, evidencia-se que um corpo que não cabe no espaço a ele destinado, formado por fibras relaxadas e fracas, terminantemente não está apto ao trabalho, e é um *inútil*.

Observa-se, portanto, o *porquê* dos corpos gordos se encontrarem em sua inutilidade. Um corpo tratado pela ciência sobre a vertente da *matéria*, reconhecido como qualquer outro fenômeno natural, é passível de ser modificado. Essa é a chancela precisa e necessária que o nascente modo de produção capitalista precisava da Medicina para exigir que o corpo tome o contorno necessário ao trabalho. O rico, dono do meio de produção deve *transmitir força*, e o trabalhador deve ser ele mesmo *forte*, e essa força encontrasse na fibra muscular do biotipo magro. “Não porque, de fato, exista aí uma autêntica preocupação com a saúde do homem, mas porque os comportamentos desviantes deveriam ser tratados para que todos estivessem aptos ao trabalho” (SCHLICHTA, 2014, p. 20).

Conforme esclarece Marx (1968, p. 11, grifo nosso):

Não interessa mais saber se este ou aquele teorema era verdadeiro ou não; mas importava saber o que para o capital, era *útil* ou prejudicial, conveniente ou inconveniente, o que contrariava ou não a ordenação policial.

No que tange essa pesquisa, pensa-se que o processo de mensuração dos corpos, bem como o processo de estudar minuciosamente as fibras musculares boas para o trabalho, e as adiposas ruins, forma a base para afirmar aquilo que é saudável

ou não para um corpo. Tudo que estava a margem dos parâmetros estabelecidos passou a ser considerado uma enfermidade física e/ou psicológica.

Isto posto, é fundamental notar: a Medicina ao estudar os corpos gordos realmente estabelece entendimentos sobre o que sustenta a vida, a obesidade pode acarretar uma série de síndromes graves, não se nega isso nessa pesquisa em momento algum. Todavia isso não livra a ciência médica de ser fenômeno que se desenvolve no modo capitalista de produção, portanto, sujeita aos interesses dominantes. Por outras palavras, não se trata de fazer apologia à obesidade, mas compreender que a Medicina não traz à tona os problemas relacionados a gordura excessiva *apenas* por preocupações com a *saúde* humana, traz a luz essas questões *também* porque o capitalismo que se estabelece após as revoluções burguesas precisa de pessoas aptas ao trabalho.

\*\*\*\*\*

Até aqui realizou-se uma análise que visibilizou como o processo histórico a partir das revoluções burguesas construiu, do ponto de vista da *materialidade* do corpo, um gordo inútil, tendo em vista a debilidade física de sua gordura que o limita para o trabalho – debilidade essa que deveria ser tratada para livrar o sujeito da doença. Entretanto, como anunciado anteriormente, as mesmas revoluções burguesas colocaram em marcha a construção de *significados simbólicos* a respeito do corpo gordo, os quais passa-se a investigar com intenção de compreender como, além de doente, pois o corpo gordo não sustenta a vida física, o gordo passa a ser percebido como um sujeito *feio*, possuidor de um corpo que não pode ser amado.

Obviamente, o processo de escrutínio material do corpo promovido pela Ciência está alinhavado também a construção de significados simbólicos<sup>7</sup>. À medida que a Medicina explora a complexidade do funcionamento da fisiologia dos corpos

---

<sup>7</sup> Focalizar a materialidade do corpo e depois realçar seus significados simbólicos foi uma opção dessa pesquisa na investigação dos diversos ângulos sob os quais o fenômeno da construção de padrões de corpos pode ser avaliado. Os padrões de corpos que unem, de um lado, gordura-doença-feiura e de outro, magreza-saúde-beleza, são construídos em movimento dialético e complexo. Contudo, como alerta González Rey (2003, p. 83) a lógica do conhecimento não se confunde com a lógica dialética da realidade. Por este motivo, o esforço de especificar momentos material e simbólico, no entendimento dessa pesquisa, foi o meio necessário para o avanço na construção-interpretação dos padrões de corpos, um dos elementos que configura a subjetividade da corporeidade, sem que se esbarrasse em explicações naturalizadas e naturalizantes.

também precisa cunhar termos que descrevam com maior precisão determinadas condições.

Assim, de acordo com Vigarello (2012, p.212), no período feudal são comuns descrições médicas a respeito do corpo gordo como *corpulento*, *grande* e, principalmente, *gordo*. Ou seja, as palavras escolhidas fazem apenas descrever a aparência do fenômeno da gordura, sendo estas a expressão linguística de um olhar despretenhoso sobre a condição. Não obstante, a partir do estabelecimento de referenciais métricos sobre os corpos, um novo léxico é inaugurado. Neste sentido, como referido por Sant'Anna (2016, p.141), termos que indiquem determinados graus de gordura começam a ser desenvolvidos para descrever a condição particular do gordo. *Obesidade* descreve o estado físico de quem se encontra no extremo mais pesado da escala de peso; ou a condição de quem não está em estágio tão avançado de gordura como alguém que tem *sobrepeso*.

Uma lenta invenção de termos faz-se necessária, um jogo com diminutivos como “gorducho” ou “rechonchudo” no século XVI, os “balofos” ou “barrigudos” do século XVII, para sugerir escalas, arriscar fases, tentar situá-las concretamente, apesar de inevitáveis imprecisões. A multiplicidade crescente de palavras é testemunho da agudeza cada vez maior do olhar, ainda que por muito tempo aproximativa, senão equivocada pelos critérios atuais. Até a incidência do *Dictionnaire de Médecine* (1827) ao afirmar que a gordura “apresenta uma enormidade de graus” para nisso se deter longamente. A história do corpo imbrica-se inteiramente com este trabalho sobre a *avaliação das aparências* e sua *explicação* (VIGARELLO, 2012, p. 13).

É relevante aqui destacar: da mesma maneira que microscópio, balança e medidas estatísticas instrumentalizaram o olhar em relação ao corpo gordo sob o prisma material, esse novo léxico operacionaliza, sob um prisma simbólico, novas possibilidades de se referenciar o corpo gordo. O advento do *Dictionnaire de Médecine*, que se alonga em descrições e subdivisões dos graus de gordura, dão subsídios a uma explicação que não se atem apenas à aparência banalizada expressada nas palavras “gordinho”, “gordo”, “gordão” usadas popularmente. Essas novas palavras, como “obesidade” e “sobrepeso”, não adentram no cenário compreendidas pelo público em geral tão somente como “novas palavras” que designam o mesmo fenômeno; a inscrição desse novo léxico modifica o próprio fenômeno.

E como isso é possível? Como essas palavras adquirem o poder de modificar o que as populações atribuem à corporeidade gorda? De acordo com Japiassu (1982,

p. 20-25), a partir da revolução copérnica em meados do século XVI, em uma marcha contínua que durou até o estabelecimento da Ciência Moderna, o sistema de pensamento no Ocidente, que identificava Deus como motor do Universo, vai gradualmente sendo substituído por um outro sistema de pensamento que estabelece um novo motor para a vida na terra: a Ciência.

Neste sentido, nota-se que essas novas palavras de referência ao gordo, cunhadas no período histórico analisado nesse trabalho – das revoluções burguesas iniciadas no século XVIII – não são proferidas por qualquer um; essas palavras são proferidas pela figura do médico, representante da Ciência Moderna estabelecida. É o médico, como vai ficando cada vez mais evidente na realidade concreta do dia a dia das populações, e não Deus, que traz respostas efetivas a enfermidade.

Então, se a medicina passa a dar nomes específicos a condições específicas do corpo (a condição específica do corpo com massa corporal superior a 30 é de obesidade) e esta condição específica potencialmente traz implicações a saúde (obesidade aproxima da enfermidade), parece evidente que esse novo léxico modifica, sob um prisma simbólico, o que as pessoas compreendem sobre o gordo. Se antes ser gordo é apenas uma possibilidade de existência, com as novas palavras criadas pela medicina, ser gordo passa a ser uma condição perigosa, insalubre, de doença.

Contudo, como anunciado no início dessa seção, ao passo que se amalgamaram ao corpo gordo *significados simbólicos* relativos a patologias, também se fusionaram a ele significados de *feiura*. O corpo gordo, descrito pelo novo léxico criado pela medicina, pouco a pouco incorpora-se aos conteúdos das revistas e das imagens publicitárias. Vigarello (2012, p. 284) evidencia que a “publicidade da segunda metade do século XIX confirma (...) a extensão das práticas de emagrecimento” avalizadas pelos médicos. Stenzel (2003, p. 37-38) observa que, por volta de 1900, a opinião dos médicos sobre a obesidade se populariza, e de lá para cá “não há uma propaganda ou reportagem publicitária sobre redução de peso, que não contenha o aval da ciência”. Sant’Anna (2016, p. 67) nota que após a década de 1930 a propaganda de remédios e produtos de beleza ganha espaço inédito na imprensa nacional e atrela-se a “suposição de que a obesidade rouba anos de vida e provoca má disposição”.

Um médico tem geralmente seu nome associado ao produto, o que garante notabilidade, ao contrário das velhas fórmulas ocultas milagrosas: as ‘pílulas persas do Doutor Blyn’s’, o ‘chá hindu do Doutor Smith’ etc. (...) Processos

simplicísimos – pílula, beberagem, cinta. Resultados ‘garantidos’, ‘seguros e rápidos’, ‘sucesso certo’. *A retórica joga com imagens e palavras*: gravuras opõe a gordura de ‘antes’ à magreza de ‘depois’, as frases misturam promessas e garantidas, como ‘água maravilhosa’, ‘método realmente infalível’, preservação da ‘eterna juventude e de carnes firmes’ (VIGARELLO, 2012, p. 284-285, grifo nosso).

Os artigos e propagandas veiculados nas revistas, dirigidos principalmente as mulheres, difundiam os males causados pelo peso em excesso comprovados pela Ciência. Ora associavam-se a estes textos imagens que representam a gorda como desforme, desengonçada e repulsiva, ora eram associados com imagens que exaltavam corpos de mulheres magras. Um exemplo brasileiro significativo desse processo de construção de um padrão de corpo magro-saudável-belo, em contraponto ao corpo gordo-patológico-repulsivo, é representado pela Revista *Cinearte*.

De acordo com Lucas (2005), essa revista trazia conteúdos que versavam sobre os filmes que estavam em exibição nas salas de cinema da época, reportagens e entrevistas sobre estrelas do cinema, além de muitas fotos de atores e atrizes. Essa publicação circulou principalmente nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Recife, Belo Horizonte e Porto Alegre, entre 1926 e 1942, contando com 561 fascículos publicados. A autora destaca que desde o início da publicação produtos voltados as mulheres como medicamentos – dentre eles as *pílulas de emagrecimento* – e itens de beleza – como *cintas* e *cremes redutores* para os seios – ocupam significativo espaço publicitário na revista.

Ao mesmo tempo, os produtos de beleza feminina procuram vender a imagem almejada pelas mulheres leitoras da revista. Na foto do anúncio da Pasta Russa, creme para o desenvolvimento e firmeza dos seios, há uma mulher de torso nu, de perfil e com os braços levantados, mostrando um dos seios. (...) As referências dos padrões de beleza são, naturalmente, as estrelas de cinema. (...) Cabe às estrelas o papel de anunciar cosméticos, produtos de higiene, concursos (LUCAS, 2005, p. 88-89).

Essa revista exibia em todas as suas edições atrizes como Clara Bow e Alice White; mulheres sedutoras que alcançavam na tela do cinema o ideal do amor no casamento, com pele e cabelos impecáveis, bem vestidas e *magras*. Todavia, na mesma publicação, os anúncios das pílulas de emagrecer “emaginar” advertiam que o “excesso de gordura provoca diversas moléstias (...) diminui a eficiencia [sic] de trabalho e prejudica a esthetica [sic] (uma senhora gorda tem menos atrativo)” (ANÚNCIO PUBLICITÁRIO, 1927, n. 93, p. 44); a propaganda da cinta de borracha

prometia “perfeita elegância e forma impecável do corpo deformado pela obesidade” (ANÚNCIO PUBLICITÁRIO, 1927, n. 93, p. 46); e o creme da academia científica [sic] de beleza [sic] assegurava seios “firmes, desenvolvidos ou reduzidos” (ANÚNCIO PUBLICITÁRIO, 1927, n. 49, p. 5).

FIGURA 2 – CLARA BOW NA REVISTA CINEARTE

**Cinearte**

30 7 — XII — 1927



**VAMOS, QUER EXPERIMENTAR**

Rosie O'Reilly, a mais bella empregada de uma fabrica de collarinhos que tambem servem de gravatas, foi passar um domingo no Campo de Diversões, Ruth Ruth sua amiga intima, collega na fabrica e companheira de casa, tambem foi com ella. Ambas passeiam alegremente pelo parque e encontram-se com Joe "O Dragão", um pugilista que desafiara o vencedor do ultimo campeonato, para ficar

## ROSA TURBULENTA

(ROUGH HOUSE ROSIE)  
Film da Paramount

Rosie O'Reilly .....	Clara Bow
Joe Hennesy .....	Reed Howen
Arthur Russell .....	Douglas Gilmore
Kid Farrell .....	Arthur Housman
Ruth .....	Doris Hill
Lew Mackay .....	John Miljan

Na noite da estréa, Rosie é muito applaudida e recebe innumerous convites para ceiar com seus admiradores. Ella, porém, prefere o elegante Lew Mac Kay.



**ROSIE EM TODA PARTE ERA SEMPRE A MAIS BELLA**

sendo o campeão. Joe apaixonou-se pela formosa Rosie e faz-lhe todas as vontades.

Nos cavallinhos, Montanhas Russas e Jogos de Surpresa, Rosie e Ruth divertem-se á grande, indo finalmente parar na barraca de um feiticeiro que prediz a sorte de Rosie garantindo que sua posição social mudaria se ella abandonasse sua profissão de operaria, para se dedicar á de bailarina.

Rosie acredita na prophécia e vai offerecer seus serviços a um empresario theatral.

— Se quer contractar dançarinas de merito, diz-lhe ella, olhe para nós! Ruth, Nelly, May, Betty, Grace e eu, organizamos um bailado denominado a "Valas do Box".

— Então contractadas, rediguo elle. Vocês "formam" um conjunto que é a ultima palavra da elegancia.



mas vai primeiramente para seu camarim e no caminho encontra-se com Joe.

— Rosie, implora elle, gostei do teu bailado, mas gostaria muito mais se... casasses comigo...

— Que disparate! O que diria teu empresario?

— Então vamos ceiar juntos. Prometti treinar muito e meu empresario disse que podias deitar-me tarde.

— Joe, tem paciencia! Foi convidada para ceiar com o Senhor Mackay! Elle frequenta a alta sociedade e bem sabes que quero pertencer a... classe nobre!

**EM CASA DA PRINCESA COMEÇOU SUA SURPRESA**



FONTE: CINEARTE (1927, n. 93, p. 30).

FIGURA 4 – ALICE WHITE NA REVISTA CINEARTE

32

# Cinearte

## O ABUTRE NOCTURNO

(FIM)

secretaria de Leroy, portadora das flores que este enviava ao enfermo com as expressões da sua sympathia e felicitações por ter escapado com vida ao "brutal atentado". E si o cão pudesse falar, naturalmente teria indagado ao seu amo a razão do sorriso que lhe bailava nos olhos, olhos que pareciam abstractos e scismadores. E Matt, certamente, teria respondido: "Cala a bocca, velho amigo, tu não entendes disso... Mas aqui entre nós: a pequena é anjo! Que olhos! que boquinha!" Sim, porque Matt Gray ficara enfeitado, tão enfeitado, que o seu primeiro cuidado, logo que se poz de pé, foi dirigir-se à casa de Leroy para agradecer-lhe as flores... Mas Mary, que tambem fora tocada pela scenella, comprehendeu e agradeceu-lhe num olhar a solicitude. Nesse mesmo dia, pouco depois de se haver retirado o detective, Leroy aborda a joven secretaria com uma proposta que a fez sorrir: queria-a para sua mulher. Mary responde que elle está em condições de ser não seu marido, mas seu avô. Bem se diz que o destino do mundo está nas mãos da mulher; Leroy, seduzido pelo desejo de possuir a encantadora e viçosa flor, revela o seu segredo, abandona o seu disfarce de velho. Assombrada ante o que acaba de ver e horrorizada ao mesmo tempo com o que adivinha por trás daquillo tudo, Mary declara-lhe que não continuará naquella casa nem mais um instante. Impossivel, retruca-lhe o homem, agora que ella conhecia o seu segredo não havia forças que o fizessem deixal-a sair dali. No dia seguinte, Matt faz nova visita ao respeitavel Leroy, para ter occasião de ver a imagem que lhe povoa os sonhos, mas não consegue por-lhe os olhos. Mary está encarcerada. E' grande o seu estado de afflicção. Entretanto, ella acha meios de atrair um bilhete ao cão, informando a Matt que Leroy é o homem, o criminoso em cujo encaixo elle se empenha. Matt só recebe o bilhete depois de haver deixado a casa de Leroy. Dizendo ao cão que volte para junto da moça, o detective segue a toda pressa para o posto policial.

Leroy descobre o cão em sua casa, fica aterrorisado e ordena aos seus asseclas que o demam de elle. Estes agarram o animal e o descem aos subterraneos da casa, deixando-o numa especie de galeria de esgoto. Enquanto isso, Leroy que havia encarcerado Mary num cubiculo, vai buscá-la e, como a rapariga estivesse desmaiada, deita-a na sua cama, dirigindo-se em seguida aos seus aposentos. Pouco depois chega Matt acompanhado dos seus homens. Mary, que a esse tempo já havia recobrado os sentidos, informa ao detective que aquella casa é valhaçouto de ladrões. Leroy, presentindo sérios acontecimentos para si, estava com os

Phil recusa dar explicações. Limita-se a convidar Fulton para presenciar uma exposição reservada de meias de seda.

Fulton promette ir. E Ruth, escutando a conversação, suborna os manequins da casa de meias Blue Ribbon.

A exhibição de Phil constitue um verdadeiro successo e confiante no lucro convida Fulton para examinar as meias preciosamente guardadas no quarteirão fechado.

Neste momento exacto Ruth se apresenta com o manequim, causando, o deslumbamento de Fulton com a sua maravilhosa belleza e a ella promette immediatamente o fechamento do



CHESTER CONKLYN E ALICE WHITE  
(CUIDADO COM ELLA CLARA BOW!)  
EM "THE HEADLINER"

FONTE: CINEARTE (1928, n. 107, p. 32).

FIGURA 6 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO CREME PARA OS SEIOS

## Seios

Firmes, desenvolvidos ou reduzidos. Resultados depois de 3 tratamentos. Visite a Academia Scientifica de Belleza, que encontrará sempre senhoras já tratadas ou em tratamento que confirmam os sérios resultados.

Use na sua toilette diaria Pó d'Arroz Creme e Agua Rainha da Hungria. Estojo com 7 productos, 5\$000; pelo correio 6\$000. Tratamento por correspondencia. Escreva hoje mesmo á ACADEMIA SCIENTIFICA DE BELLEZA, Rua 7 de Setembro, 166 — (proximo á Praça Tiradentes), — Rio, que foi premiada com Grande Premio na Exposição Internacional do Centenario e n'outras a que tem concorrido. Catalogo gratis. Resposta mediante sello.



FONTE: CINEARTE (1927, n. 49, p.5).

FIGURA 3 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO CINTA DE BORRACHHA

MODELO 2



Patente n. 12511

Com este modelo de cinta inteira de borracha rosa pura em lençol, na cor de carne, temos obtido perfeita elegancia e forma impecavel do corpo deformado pela obesidade. Fabricação exclusiva de Henrique Schayé & Cia. — Avenida Gomes Freire, 19 e 19 A — Rio de Janeiro.

FONTE: CINEARTE (1927, n. 93, p. 46).

FIGURA 5 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO PÍLULAS PARA EMAGRECIMENTO

Deseja emmagrecer ou conhece alguém que o queira?

O excesso de gordura provoca diversas moléstias: Coração, figado, dialetes, etc.. diminua a eficiencia de trabalho e prejudica a esthetica (uma senhora gorda tem menos atractivo).



## EMAGRINA

(comprimidos) — auxilia poderosamente o emmagrecimento, não prejudica o organismo e é acompanhada de um regime muito util.

FONTE: CINEARTE (1927, n. 93, p. 44).

Ora, fica explícito que o jogo de imagens e palavras empreendido pela publicidade e avalizado pela Medicina delinea significados simbólicos sobre o corpo gordo que agora não é apenas doente, mas igualmente feio. Del Priore (2013, p. 223-224) avalia que:

todas as mulheres sabiam que a fotografia, o cinema e a imprensa divulgavam padrões que deviam ser seguidos, excluindo as que deles não se aproximassem. Tipos femininos criados como Clara Bow, Alice White, Colleen Moore incentivavam imagens sobre 'garotas modernas', misto de alegria, mocidade, jazz e coquetéis! (...) A chamada 'boa aparência' impunha-se; os bons casamentos, sobretudo, dependiam dela. (...) O aparato colocado a serviço da beleza corporal, feito de receitas de fabrico doméstico, de produtos farmacêuticos ou de artifícios de maquiagem, parecia prometer à mulher a possibilidade de, em não sendo bela, tornar-se assim. (...) identificava-se gordura à velhice; era a emergência da lipofobia. Não se associava mais o redondo das formas – as 'cheinhas' – à saúde, ao prazer, à pacífica prosperidade burguesa que lhes permitia comer muito, do bom e do melhor. A obesidade tornou-se critério determinante de feiura, representando o universo do vulgar, em oposição ao elegante, fino e raro.

De modo semelhante ao excerto acima, a descrição da construção de um padrão de corpo que associa magreza a beleza é considerada por Del Priore (2012, p. 222) quando avalia a publicação de julho de 1920 de *A Cigarra*. Aponta que, como em muitas outras publicações da época, prometia-se que a mulher, “em não sendo bela”, poderia “tornar-se assim. Havia salvação!”. “Feia? Só quem quisesse”. A respeito dessa questão levantada, pondera-se que é necessária uma reflexão mais detida. Del Priore (2012), apesar de apreender que há alguma armadilha na outorga da possibilidade da mulher poder ter a aparência “melhorada”, concentra-se na descrição de *como* o fenômeno organizou-se à época, não interrogando justamente àquilo que conduziria ao *porquê* da construção de um padrão de corpo magro associado a beleza.

Em primeiro lugar, é importante reparar que a mesma revista que promete “salvação” para uma aparência feia – leia-se gorda – é a mesma que veicula os produtos para o suposto “conserto”. Seria essa uma coincidência? Evidentemente, não. Como problematizado por Schlichta (2014, p. 28):

no século XX, com o advento do modo de produção capitalista no Brasil iniciou-se, da mesma forma que verificada na Europa e Estados Unidos pós revoluções burguesas, uma exaltação de valores ligados ao consumo sem precedentes em terras brasileiras. Iniciou-se um processo de industrialização de artigos de beleza e a importação de roupas e sapatos, e tudo isso atrelado à ascendente preocupação com a forma física.

Evidencia-se, portanto, que não é coincidência alguma que a mesma revista que cria o problema, em seguida, literalmente, venda a solução. É necessário reparar que a construção desse padrão de corpo não ocorreu porque as mulheres passam a “imaginar” que um corpo magro é mais bonito – na corte, como analisado anteriormente, fino e elegante eram as formas voluptuosas da Rainha Maria Luísa. Nota-se que o padrão de beleza de Maria Luísa obedecia aos ditames do modo de produção feudal, no qual a fartura de riqueza e poder também se expressariam em uma fartura de corpo. A construção desse padrão de corpo do início do século XX no Brasil está obedecendo, precisamente, os interesses do modo de produção capitalista. Dessa forma, concordando com Marx e Engels (1993, p. 36-37), é a vida concreta dos homens que determina a consciência e não o contrário.

A produção de idéias [sic], de representações, da consciência, está, de início, diretamente entrelaçada com a atividade material e com o intercâmbio material dos homens, como a linguagem da vida real. O representar, o pensar, o intercâmbio espiritual dos homens, aparecem aqui como emanção direta de seu comportamento material. O mesmo ocorre com a produção espiritual, tal como aparece na linguagem da política, das leis, da moral, da religião, da metafísica, etc., de um povo. Os homens são os produtores de suas representações, de suas idéias, etc., mas os homens reais e ativos, tal como se acham condicionados por um determinado desenvolvimento de suas forças produtivas e pelo intercâmbio que ali corresponde até chegar às suas formações mais amplas. A consciência jamais pode ser outra coisa do que o ser consciente, e o ser dos homens é o seu processo de vida real.

E, para ficar ainda mais evidente que um determinado padrão estético, de corpo ou qualquer outro, não é algo dado em essência, ou como explicita Wolf (1992, p. 15), que “a ‘beleza’ não é universal, nem imutável, embora o mundo ocidental finja que todos os ideais de beleza feminina se originam de uma Mulher Universal Platônica”, que reporta-se ao pensamento de Canclini (1984, p. 11-12, grifo nosso), um dos maiores estudiosos da cultura, comunicação e sociologia na América Latina, que explica que:

As formas pelas quais o estético se combinou com o prático, com o religioso, com o erótico, com o mercantil, ou se separou deles, provocando, em cada período, reações distintas, estão reguladas pelas necessidades sociais e pela organização geral de satisfação dessas necessidades, *fixada em cada modo de produção*. O estético não é, então, nem uma essência de certos objetos, nem uma disposição estável do que se chamou ‘a natureza humana’. É um *modo de relação dos homens com os objetos, cujas características variam segundo as culturas, os modos de produção e as classes sociais*.

Interpretamos, portanto, que a construção de determinados padrões estéticos de corporeidade, no caso de um que cria<sup>8</sup> feiura gorda para poder vender beleza magra no início do século XX no Brasil, está atrelado a um mercado de produtos que necessita de mulheres avidas por consumi-los. Como alertado por Marx e Engels (1993) é a concretude da necessidade da existência de mercado consumidor para a reprodução do capitalismo que possibilita a produção de representações (inclusive representações de padrões de corpo), nunca ao contrário.

Em segundo lugar, não se pode perder de vista que, a criação de um padrão de corpo atrelado a uma beleza construída como magra também está amparada pelo individualismo<sup>9</sup> produzido nas sociedades Ocidentais a partir do Iluminismo. Consequência do individualismo expressa no corpo pode ser percebida na chamada da revista *A Cigarra* pontuada por Del Priore (2012, p. 222): “Feia? Só quem quisesse”. De acordo com o raciocínio dos editores da revista, dependeria exclusivamente da escolha e do esforço individual da mulher ser ou não bonita. Novamente, essa autora antevê uma arapuca, mas não tem meios de desmontá-la, pois se atem apenas a descrição histórica do fenômeno, e não busca suas motivações. Aqui é fundamental evidenciar que o corpo magro é almejado não porque é em si bonito, porque não há um padrão de corpo que é *naturalmente* bonito ou feio, mas padrões de corpos que são *naturalizados* de maneira interessada como feios ou bonitos.

Apenas quando colocamos a “beleza” e a “feiura” em perspectiva histórica, social, econômica e política, que é possível reparar que não há qualquer “escolha” da mulher, justamente porque dependendo da necessidade do capital, feiura se converte em beleza, e vice-versa, sem qualquer constrangimento. O essencial é notar que as mulheres querem metamorfosear-se ao padrão que é reconhecido, seja ele qual for. E se o padrão que é reconhecido nesse tempo e espaço social é o que amalgama magreza e beleza, pois então é nesse que muitas irão procurar se encaixar.

---

<sup>8</sup> Usa-se aqui o verbo “criar” sem qualquer receio. Nas seções seguintes demonstrar-se-á que, da mesma maneira que o capital criou um ideário de feiura sobre o corpo gordo para poder “vender” a beleza de um corpo magro no início do século XX no Brasil, atualmente cria um ideário de corpo *plus size* igualmente “vendido” como bonito e atraente.

<sup>9</sup> Conforme discutido anteriormente, o individualismo é consequência dos ideais iluministas para a construção do direito à propriedade privada. Ao redor da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão organiza-se o interesse do burguês: o direito da propriedade privada como natural, sagrado, inalienável e inviolável. Esse interesse é justificado pelo crescente individualismo que se opõe ao antigo regime feudal que inviabilizava a propriedade privada. (HOBBSAWM, 1996).

A partir dessa reflexão, problematiza-se que, se há algo de *natural* no que move uma mulher a realizar as mais absurdas modificações corporais, esse algo reside na necessidade biologicamente dada de sobrevivência. Mas aqui, não se trata da sobrevivência física, mas de sobrevivência simbólico/emocional. Os sentidos subjetivos individuais de uma mulher relativos ao próprio corpo, configurados em meio a padrões, representações e discursos de que seu corpo deve ser magro para que seja reconhecido, que atrela, portanto, essa forma física específica à possibilidade de reconhecimento dela enquanto sujeito digno de amor – a esposa atraente, a mãe que recuperou o peso anterior a gravidez, a profissional elegante etc. –, torna essa uma questão de sobrevivência simbólico/emocional em sua literalidade. Para muitas mulheres, ser gorda é ser feia e ser feia é morrer do ponto de vista simbólico/emocional. Assim, de acordo com Vigotsky (1991), precisamente pela característica da história do desenvolvimento humano, que entrelaça o biologicamente dado – no caso em tela o instinto de sobrevivência – e o culturalmente adquirido – a construção de que o corpo digno de reconhecimento é o magro – que se chega ao motivo de inúmeras mulheres empenharem-se, às vezes a troco da vida física, na consecução dessa forma corporal específica.

Até o momento procurou-se visibilizar a vicissitude histórico-cultural da construção de uma representação social da corporeidade gorda como *patológica* e *repulsiva*. Como dito inicialmente, tornar visível o que está na base da construção dos padrões de corpo contribui para a compreensão de uma subjetividade social e individual da corporeidade que tem pavor do corpo gordo. As análises realizadas a partir das revoluções burguesas até meados do século XX demonstraram como a Ciência Moderna e a Publicidade foram ferramentas úteis para a legitimação de um padrão de corpo magro como o único capaz de sustentar a vida física e a vida simbólico/emocional. Frisa-se que, no caso da vida física, de fato, excesso de peso traz ou agrava enfermidades, não se questionam os achados da Medicina – aqui o IMC converte-se em ferramenta de cura. Entretanto, é insólito perceber, são as mesmas escalas de medida criadas pela Ciência, inscritas no senso comum por meio das propagandas, um dos principais artifícios utilizados pelo capital para a criação de representações que matam, do ponto de vista simbólico/emocional, muitas mulheres.

Os desdobramentos da questão relativa aos padrões de corpo comportam contradições inesgotáveis, e na busca de sua compreensão dar-se-á seguimento a esta tarefa na sessão seguinte. Observa-se que até agora analisou-se a formação de

um padrão que atrela beleza e saúde a magreza, todavia, passar-se-á a examinar a formação de outros padrões de corpo a partir de meados do século XX. Sob alguns pontos de vista compreendidos como contra hegemônicos, mas por outros, afirmação dos mesmos mecanismos contraditórios do capital.

### 3.3 O CORPO DA MULHER PARA O TRABALHO: INOFENSIVAMENTE BELA

Como se verá na sequência, apesar do padrão de corpo magro ainda ser o hegemônico, outros padrões inscreveram-se no cenário, constituindo um dos fenômenos que explica por qual motivo na atualidade, enquanto algumas mulheres investem inesgotáveis esforços para a consecução de um corpo magro, outras têm se relacionado com seus corpos sob uma perspectiva menos alienada aos padrões de magreza. Para dar legibilidade a afirmação, retomar-se-á a análise do ponto que foi interrompida na sessão anterior.

Além do já examinado – a implicação das revoluções burguesas até o início do século XX na construção de um padrão de corpo que atrela magreza, saúde e beleza e os usos que o modo de produção capitalista fez da Ciência e da Publicidade para sua consecução – nota-se que a partir da metade do século XX, uma outra mudança desponta: o aumento substancial do número de mulheres trabalhadoras.

Conforme Hobsbawm (2017), por volta de década de 1940 as mulheres pobres saíram para trabalhar fora do ambiente doméstico, não por opção, mas porque seus filhos não mais o faziam<sup>10</sup>; para elas trabalhar fora significava o sustento da família. Contudo, sobretudo nos EUA, a entrada das mulheres casadas da elite e da classe média em ambientes corporativos e de educação superior, e “espalhando-se rapidamente pelos países ricos do Ocidente e além”, revolucionou não apenas “a natureza das atividades da mulher na sociedade, mas também os papéis desempenhados por elas ou as expectativas convencionais do que devem ser estes papéis” (HOBSEAWM, 2017, p. 306). Nas décadas de 1950 e 1960 havia uma forte

---

<sup>10</sup> A mão-de-obra infantil nesse período cai drasticamente. No início da Revolução Industrial toda a família se organizava ao redor da produção, inclusive as crianças. Contudo, ao passo que avança o processo de industrialização, organiza-se a concepção de que as crianças filhos dos operários passariam a ser educadas para serem elas mesmas operários (HOBSEAWM, 2017). Apesar de haverem preocupações legítimas de alguns grupos de defesa da infância, o que de fato motivou a descontinuação do trabalho infantil foi o desemprego crônico/estrutural instalado, o que exigiu retardar o ingresso dos jovens/crianças no mercado de trabalho (OZELLA, 2002).

demanda entre essas mulheres no sentido de romper com a esfera doméstica, não por questões econômicas de sustento familiar, mas por seus anseios de liberdade e autonomia.

Se havia um incentivo para as mulheres casadas saírem de casa nesses círculos, era a demanda de liberdade e de autonomia; a mulher casada *ser uma pessoa por si*, e não um apêndice do marido e da casa, alguém visto pelo mundo como indivíduo, e não como membro de uma espécie (“apenas esposa e mãe”). A renda entrava nisso não porque fosse necessária, mas porque era algo que a mulher podia gastar ou poupar sem pedir dinheiro ao marido (HOBSBAWM, 2017, p. 312, grifo nosso).

Nesse mesmo sentido, conforme Almeida (2006, p. 94, grifo nosso):

Nos anos iniciais do século XX, as reivindicações femininas voltaram-se para o direito das mulheres de votarem e de terem as mesmas oportunidades educacionais que homens; na segunda metade seria questionada de forma ainda mais enfática a submissão e a dependência do ponto de vista econômico. Na esteira das reivindicações transpareceria o direito de escolha: do parceiro, da *profissão*, de ter ou não filhos, de casar-se ou não, de ter filhos sem serem casadas, enfim, *o reconhecimento das mulheres como atores sociais dotados de autonomia* e passíveis de viverem sua vida separadamente, sem a proteção masculina.

Entretanto, apesar das mulheres casadas a partir de meados do século XX entrarem em grande número no mercado de trabalho – se em 1940 14% das mulheres casadas trabalhavam por salário, em 1980 50% da população de mulheres dos EUA estava formalmente empregada – isso não as livrou do “duplo fardo das velhas responsabilidades domésticas” (HOBSBAWM, 2017, p. 304). “Elas se preocupavam maciçamente com a questão de ‘como a mulher pode combinar carreira ou emprego com casamento e família’” (HOBSBAWM, 2017, p. 311).

Nesse momento histórico a maioria das mulheres considerava “natural” que fosse exclusivamente delas a obrigação de gerir as questões domésticas e de educação dos filhos, o que gerava uma dupla jornada. Entretanto, não obstante o acúmulo de tarefas, isso não impediu que elas conquistassem espaço sem precedentes no mercado de trabalho. Segundo Wolf (1992, p. 31): “nos Estados Unidos, entre 1960 e 1990, o número de advogadas e juízas subiu de 7.500 para 180.000; o de médicas de 15.672 para 108.200; o de engenheiras, de 7.404 para 174.000”. Nesse sentido, conforme análise de Wolf (1992, p. 31, grifos da autora), as mulheres estariam abalando as estruturas do poder patriarcal, pois “mesmo com a dupla jornada, a esse ritmo, elas ainda seriam uma ameaça ao *status quo*”. Por isso,

“alguém tinha que inventar uma tripla jornada rapidamente”. E este “terceiro turno” construiu-se ao redor de um ideário de que a mulher, além de realizar as tarefas domésticas, criar os filhos e trabalhar fora, teria que apresentar-se *impecável* para a vida, mas principalmente, *para o trabalho*.

A Supermulher, sem perceber todas as implicações, teve que acrescentar a seus compromissos *profissionais* o trabalho sério no campo da “beleza”. Essa nova responsabilidade foi se tornando cada vez mais rigorosa. As somas em dinheiro, a dedicação e o talento que ela deveria investir não poderia ficar abaixo do que anteriormente – ou seja, antes de as mulheres atacarem a estrutura do poder (...). As mulheres assumiriam ao mesmo tempo os papéis de dona-de-casa, de profissional que faz carreira e de profissional da beleza (WOLF, 1992, p. 34, grifos da autora).

Nessa perspectiva, para Wolf (1992, p. 12), ao mesmo tempo em que “as mulheres conseguiram abrir uma brecha na estrutura de poder” por meio do feminismo, garantindo alguma possibilidade de reconhecimento pessoal e profissional, contraditoriamente, criaram-se novas formas de assujeitamento; que nessa nova roupagem assumiu contorno mais perverso. Se até pouco tempo a mulher estava confinada ao lar, como dona-de-casa, esposa e mãe, agora, sob a justificativa de que tem “liberdade”, acumula a esses papéis também o de trabalhadora; mas não com a mesma alforria de senões da qual gozam os homens. Sua liberdade é de trabalhar, porém, *impecavelmente arrumada*. Frisa-se aqui a expressão “impecavelmente arrumada” porque é justamente este *status* o passaporte – no sentido estrito de permissão – para sua entrada no mercado de trabalho. Apenas assim, conforme esclarece Wolf (1992, p. 44) que “se amenizaria o fato desagradável de uma mulher assumir posição de autoridade em público”.

Por perspectiva semelhante, Almeida (2006, p. 95) problematiza que:

embora o movimento feminista dos anos de 1960 e 1970 do século XX tenha tentado derrubar as barreiras da desigualdade de natureza biológica, a imagem social ainda persiste em alocar papéis sexuais diferenciados para homens e mulheres.

A luz do tema em questão, observa-se que o papel da mulher impõe uma aparência “impecavelmente arrumada”, ao mesmo tempo que para o homem, isso nem é cogitado. Note-se: ao passo que o homem “é”, prometia-se à mulher que ela “viria a ser”, porém, *se atendesse as premissas de uma imagem agradavelmente inofensiva*. O que estava por detrás dessa condição, conforme descreve Wolf (1992, p. 44), é que, enquanto o homem é reconhecido como sujeito por suas peculiaridades

– por uma *individualidade* que se expressa em sua maturidade, “em traços assimétricos, rugas, cabelos grisalhos, perucas, calvície, pele irregular, formas atarracadas” –, a aparência da mulher é *uniformizada*.

Desse modo, para a mulher, o ingresso no mercado de trabalho – consequentemente, a possibilidades de construir-se enquanto sujeito que ocupa um papel social para além dos genéricos “mãe” e “esposa” – está na dependência da expressão corpórea de um *determinado padrão de aparência profissional*. Paradoxalmente, na busca daquilo que a *singularizaria*, este padrão a mantém como ser *genérico e substituível*. Sua *singularidade seria reconhecida, desde que precisamente igual as demais*. Assim, muito embora a mulher tenha conquistado alguma participação da vida social para além do ambiente doméstico, ao menor sinal de que não retrata o padrão de beleza impecavelmente produzido, será prontamente substituída por outra que cumpra os “requisitos” desejáveis para o cargo.

E dentro desse padrão estético profissional está, sem sombra de dúvidas, o aprofundamento de um padrão de corpo magro. Wolf (1992) analisa que, do ponto de vista físico, as mulheres da década de 1980 em diante vivem, no que diz respeito às exigências relativas a manterem-se magras, pior do que suas avós não liberadas. Evidencia disso, de acordo com essa autora é a pesquisa realizada em 1984 pela *University of Cincinnati*, na qual “trinta e três mil mulheres americanas afirmaram a pesquisadores que preferiam perder de cinco a sete quilos a alcançar qualquer outro objetivo” (WOLF, 1992, p. 12).

Assim, o desejo da mulher de singularizar-se como profissional foi utilizado como mecanismo de assujeitamento que restringiu ainda mais a expressão de sua corporeidade. Seja lá que biotipo a mulher tenha, a partir da entrada maciça delas no mercado de trabalho, necessariamente devem manter uma aparência que, não é mais só aquela que vincula magreza, beleza e saúde, mas uma que exige uniformidade de fabricação estética, pois de outra maneira seriam alienadas das possibilidades de fazer carreira. Desse modo, não é de se espantar que, em movimento de retroalimentação, enquanto se tornam cada vez mais palpáveis as exigências desse padrão de beleza profissional, indústrias como as da moda e de produtos de beleza se tornem verdadeiros impérios do capital a partir da segunda metade do século XX.

Novamente, tal qual no período anterior (das revoluções burguesas até o início do século XX, quando se criou feiura gorda para se vender beleza magra), o

modo de produção capitalista, representado nesse caso pela indústria da beleza<sup>11</sup>, fabrica e alimenta um padrão estético profissional porque há a necessidade material de se fomentar novos mercados consumidores.

E quem seria melhor mercado consumidor de produtos de beleza do que mulheres que *precisam* conformar suas aparências ao padrão de beleza profissional? Diferentemente de suas mães e avós, que depois de terem filhos e se acomodarem ao ambiente doméstico já não investiam tanto na própria aparência, as mulheres da década de 1980 em diante investem maciçamente em seus corpos porque *querem* manterem-se empregadas. Nota-se que, contraditoriamente, e justamente a possibilidade de emancipação que a mulher encontra com o exercício profissional que é manipulada pelo capital para aliená-la ao padrão de beleza profissional. Essa massa de mulheres empenhadas em conquistar espaço profissional, que para isso devem manter-se no padrão de beleza exigido, são o público ideal para potencializar a roda de consumo.

### 3.4 O PADRÃO DE CORPO MAGRO, BELO E SAUDÁVEL CONTESTADO E A POSSIBILIDADE DE CONSTRUÇÃO DE NOVOS PADRÕES

Tendo em vista o exposto, tudo levaria a crer que a possibilidade de introdução de padrões de corpo diferentes dos descritos até aqui é impossível. Como se viu, o padrão de corporeidade construído a partir das revoluções burguesas como magro-belo-saudável ganhou contornos mais específicos de beleza produzida para o exercício profissional da mulher na segunda metade do século XX; entretanto, pode-se compreender o segundo como um desdobramento do primeiro. O que os difere, essencialmente, é que o segundo torna a relação que a mulher mantém com o próprio

---

<sup>11</sup> Para ilustrar a força da indústria da beleza, apresentam-se os dados divulgados pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. De acordo com informação divulgada no sítio da ABIHPEC em 23 de setembro de 2019, apesar da crise econômica, “a indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos obteve alta de 1,5% entre janeiro e julho de 2019, em comparação com o resultado registrado no mesmo período do ano passado” (ABIHPEC, 2019). Não é por acaso que, enquanto “nenhum setor produtivo voltou ao nível pré-crise” após 5 anos de recessão (DYNIEWICZ, 2019), o consumo de produtos ligados a beleza seja um dos únicos que cresça acima da inflação. Estes dados mostram que, independentemente da crise econômica, o brasileiro não deixa de adquirir produtos dessa natureza, o que visibiliza a importância que a manutenção de determinado padrão de beleza ocupa no ideário nacional.

corpo ainda mais bestializada, rigorosamente porque usa a possibilidade de emancipação profissional como motor de alienação a este padrão.

Então, é de se imaginar, por puro raciocínio lógico, que no desdobramento seguinte prevaleceria alguma forma de aprofundamento dos padrões corporais analisados até aqui. Todavia, apesar do padrão corporal hegemônico ser o magro, padrões que vão em outras direções começaram a despontar a partir dos anos 1990.

Além disso, o escrutínio de padrões de corpo torna mais evidente que, à medida que nos aproximamos do século XXI, mais rápida é a metamorfose dos padrões e mais intrincado e atravessado o fenômeno se torna. Identifica-se que, contemporaneamente, ao mesmo tempo que muitas mulheres reproduzem em suas subjetividades individuais, quase que sem questionamentos, o padrão de corpo magro, compreendendo-o como essencial tanto na vida privada quanto profissionalmente, outras configuraram-se subjetivamente em oposição a este padrão, ou pelo menos, questionando-o com veemência.

Nesse sentido, avalia-se que dois fenômenos dão sustentação para entender como, a partir dos anos 1990, o padrão de corpo magro passa ser contestado enquanto única representação corpórea capaz de sustentar a vida simbólico/emocional, ao mesmo tempo que ganham visibilidade outras representações de corporeidades.

O primeiro desses fenômenos é o advento dos meios de comunicação de massa. Na ótica desse trabalho, cumpriram relevante papel, tanto para forjar significados e sentidos sociais de desbravamento de novas possibilidades de vivência do peso corporal, quanto em relação a velocidade que imprimiram na construção/desconstrução de padrões. Enquanto o caminho de construção do padrão de corpo magro-saudável-belo remonta às revoluções burguesas, seu questionamento enquanto possibilidade única de sustento da vida simbólico/emocional iniciou há poucas décadas, entretanto, a repercussão é considerável. Assim sendo, para compreendermos a celeridade das mudanças e os padrões de corpo do século XXI, é necessário entender a eclosão das mídias.

Dominique Wolton (2003, p. 29, grifo nosso), especialista em teoria da comunicação, explica que:

Pouco setores tão vitais para a sociedade contemporânea como a comunicação tecnológica são também tão recentes, uma vez que, do início ao fim, a história do telefone, do cinema, do rádio, da televisão, da informática,

tem apenas um século de existência. Mas as rupturas introduzidas por estas técnicas foram tão violentas, levadas a um ritmo tão rápido, que se tem a impressão que estão aí desde sempre, ainda que a chegada, para o grande público, do transmissor data de 1955, 1960 para a televisão, e dos anos 70 para o computador. Certamente antes disso havia a imprensa e as editoras, mas sua inscrição na sociedade é mais antiga e, principalmente, *não atingia a todos. A especificidade das tecnologias de comunicação do século XX com a transmissão do som e da imagem é a de alcançar todos os públicos, todos os meios sociais e culturais.*

Desse modo, para Wolton (2003, p. 30), apesar de recentes, os meios de comunicação de massa promoveram uma ruptura na ordem cultural sem precedentes, muito em função de atingirem maciçamente o público. Contudo, conforme esse autor, pouco se questiona qual o preço e a ordem de desigualdades e relações de força que se abrem ao se atingir esse contingente de pessoas com determinado conteúdo comunicacional, do mesmo modo que não se questiona a intencionalidade desse conteúdo.

Conde (2009), ao analisar a produção de subjetividade em imbricação com as mídias, como Wolton (2003), também questiona a intencionalidade dessas produções, explicitando que emissor e receptor se estruturam de maneira muito mais complexa do que se dão em aparência:

O emissor, um grupo econômico, ou religioso, ou político, ou governamental, mantém um grupo de pessoas, os diversos profissionais envolvidos, na produção de uma similaridade discursiva, criando uma unidade, um estilo, uma personalidade, como se fosse uma pessoa, aquele falante que se apresenta como se fosse o nosso vizinho, um conhecido, ou alguém que sabe mais, a falar assertivamente sobre seu tema. Já o 'telespectador', privado de pertencimento a etnias, escolarizações diferenciadas, capacidades de compreensão, conhecimentos prévios, crenças religiosas, foi transformado naquele que deve receber, e gostar do que recebe: 'O senhor(a) caro(a) telespectador', 'Você aí que está ligado na...', 'Você aí menina', ou o 'Acorda, menina!', que toda manhã entram na casa de homens e mulheres brasileiros, unificados em um receptor. A emissora fala com muita intimidade com cada um de nós, o que vai assegurar os índices desejáveis de sucesso/audiência, atendendo os *interesses dos patrocinadores* (Conde, 2009, p. 74-75, grifo nosso).

O elo entre o problematizado por Wolton (2003) e Conde (2009) é que ambos sublinham que estratégias e conteúdos comunicacionais nunca são produzidos de maneira desinteressada. Partindo-se dessa premissa, a questão dos padrões de corpo, na imbricação com os meios de comunicação de massa, só pode ser problematizada atentando aos *interesses* na veiculação televisiva, cinematográfica, de internet etc., de um determinado padrão – seja ele qual for.

Novamente, é pertinente que se descrevam os desdobramentos históricos. Acompanhar como a produção comunicacional migrou da reprodução *ipsis litteris* do padrão magreza-saúde-beleza, para uma que passa a propor possibilidades de vivência corporal alternativas ao padrão, é fundamental para dar legibilidade aos interesses inscritos em forma e conteúdo de determinada produção midiática.

Nota-se que até os anos 1980, a pessoa gorda era retratada no cinema ou na TV, quase que exclusivamente como um sujeito feio<sup>12</sup>, ridículo, digno de pena. Exemplo clássico brasileiro do afirmado, sobre a pessoa gorda ridícula e ridicularizada nas produções midiáticas, é a personagem Dona Bitela, interpretada pela atriz Wilza Carla, na novela Saramandaia, exibida pela Rede Globo em 1976 (MEMÓRIA GLOBO, 2019). A partir dessas informações, apesar da referência “exemplo clássico” de “gorda ridícula”, é provável que o leitor não lembre do referido se não era pelo menos adolescente à época da transmissão dessa telenovela. Entretanto, se chamarmos a personagem pela alcunha que ganhou do autor Dias Gomes, Dona Redonda, a chance de que o leitor lembre do narrado se multiplica. Provavelmente sabe do que se trata, mesmo que não tenha assistido a novela global: ah! Aquela novela antiga em que a gorda explode de tanto comer! Nota-se que essa primeira (e acredita-se que única) referência mnemônica a respeito dessa personagem/novela ilustra bem o que se afirma: é tão marcante o ridículo dessa figura que é praticamente o único elemento do qual as pessoas se lembram a respeito dessa produção televisiva. E o ridículo dessa mulher gorda retratada é, nada mais nada menos, do que uma afirmação, mesmo que as avessas, do padrão de corpo magro. A mulher que não é magra não se controla, é o retrato da indolência, é *o retrato daquilo que ninguém sonha em ser*.

Contudo, em 1996, um fenômeno mundial, primeiro editorial, depois transformado em filme hollywoodiano (com duas sequências), mostra que algo sobre o padrão de corpo já não é mais o que tinha sido; por isso mesmo começa a ser retratado pelas mídias. “O Diário de Bridget Jones”, como ficou conhecido no Brasil o romance da britânica Hellen Fielding, eleito pelo *The Guardian*<sup>13</sup> como “um dos dez

---

<sup>12</sup> Na sessão 3.2 percorreu-se o caminho histórico de construção de sentidos simbólicos de feiura relativos à corporeidade gorda que repercutem quase sem alterações até os anos 1980.

<sup>13</sup> Um dos jornais de maior circulação no Reino Unido.

romances que definem o século XX” (IRVINE, 2007, tradução nossa), retratava uma mulher que estava distanciando-se do padrão magra-bela-saudável.

É, sobretudo, uma história que trouxe a luz significados e sentidos sociais de possibilidades de vivência do peso corporal que estavam sendo desbravadas nas sociedades ocidentais. No contexto histórico dos anos 1990, o qual Fielding (2010) delinea, os sentidos simbólico/emocionais de muitas mulheres em relação a um corpo artificialmente magro e produzido para o trabalho estava sendo questionado. Como avalia Fernando González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 55), “a literatura é fonte de modelos explicativos e ilustrativos (...) de situações possíveis de experiências existenciais dentro de um determinado contexto”. O que se traduz, na estória criada por Fielding (2010), na representação literária do questionamento de um padrão corporal único capacitado a sustentar a vida simbólico/emocional das mulheres daquele espaço-tempo.

No filme homônimo, estrelado por Renée Zellweger<sup>14</sup>, todos os dias a personagem anotava aquilo que gostaria de controlar em sua vida: o peso, as calorias, o número de cigarros e a bebida consumida. As emoções contraditórias que a personagem atribui a lista revela como algumas mulheres vivem o peso de seus corpos. Quando mais alto, tal qual um vício, é motivo de vergonha e culpa. “58,9 quilos (caminho célere rumo à obesidade. Por quê? Por quê?)” (FIELDING, 2010, p. 23). Quando mais baixo traz regozijo: “56,2 quilos (muito bom, Bridget!)” (FIELDING, 2010, p. 58).

O filme atingiu em cheio um público de mulheres ao redor do mundo que se identificavam com uma protagonista *out of standard*. Identificavam-se, não apenas com o fato dela não estar nos padrões de corporeidade da heroína, mas principalmente, com os sacrifícios que a mulher dos anos 1990 fazia para parecer mais magra, que a protagonista vai, pouco a pouco, debochadamente abandonando ao longo da estória.

---

<sup>14</sup> Uma circunstância relativa as filmagens é digna de nota. A Atriz Renée Zellweger concordou em engordar para encarnar a personagem. Entretanto, relatou que ganhar peso foi uma experiência que a deixou infeliz (CHILD, 2011). Segundo ela, apesar de não haver nada de anormal no peso de Bridget Jones, a mídia exige um determinado tipo de paradigma de beleza (BROOKS, 2001). Observa-se que mesmo a atriz que da vida a personagem, portanto que visibiliza por meio de seu próprio corpo a possibilidade de existência plena fora do padrão magro, como muitas mulheres, flutua entre vivenciar um corpo mais cheio como possibilidade legítima de existência *versus* a dificuldade de vivê-lo em oposição ao midiático.

Uma mulher feliz com menos peso e infeliz com mais peso é o retrato de como uma profusão de mulheres se sentia a época. Contudo, sua corporeidade fora do padrão magro não a transformou na gorda sem força de vontade; pelo contrário, o excesso de peso dessa personagem tornou-se uma representação da possibilidade de vivência legítima e gozo da vida, mesmo em um corpo fora dos padrões, o que até então era impensável. Ela poderia ser uma amiga, uma irmã, *eu mesma*. É isso que Fielding (2010) extraiu do contexto social da época, a ânsia da mulher de poder fruir a vida sem estar 100% do tempo afirmando-se por meio de um determinado padrão de corporeidade. Essa é, por outras palavras, uma mulher que *eu gostaria de ser*. Tanto a personagem, quanto as mulheres que foram vê-la nos cinemas, transitavam entre sentidos simbólico/emocionais de satisfação/insatisfação em relação ao próprio corpo, ao mesmo tempo que buscavam sentidos de legitimação para um corpo fora dos padrões de magreza.

Contudo, não é apenas a inscrição de personagens como Bridget Jones nas telas do cinema que explica o porquê de outras representações de corporeidade ganharem visibilidade. O segundo fenômeno, conforme anunciado anteriormente, que na ótica dessa pesquisa explica, tanto os padrões alternativos ao magro, quanto o interesse em divulgá-los, é o fato de que a população mundial está engordando<sup>15</sup>.

Personagens como Bridget Jones – gorda – objetivam-se na literatura e fazem sucesso no cinema porque retratam a realidade material de existência de corpos mais pesados do que outrora. E, para sustentar o afirmado, traz-se a curva de crescimento da obesidade no Brasil entre as décadas de 1970 até a atualidade.

Monteiro et al. (2000, p. 342, tradução nossa), publicaram no ano 2000 um estudo sobre as “tendências de prevalência de obesidade em adultos com idade

---

<sup>15</sup> Essa pesquisa não é alheia ao fato de que a indústria alimentícia, subsidiada pela mídia de massa, está implicada de maneira profunda na construção material de corpos cada vez mais pesados. Conforme problematizado por Stenzel (2003, p. 57), “ao abordar o tema da obesidade/magreza, a mídia é extremamente ambivalente: ao mesmo tempo em que reforça o ideal de magreza parece estimular a obesidade através do apelo ao consumo oral”. Extrapolando o afirmado por esta autora, não é que *pareça* que a mídia estimula o consumo oral, a mídia de massa de fato o estimula porque depende de patrocinadores, muitos dos quais são a indústria alimentícia. Contudo, a opção investigativa para essa seção foi de privilegiar o exame da construção das representações dos padrões de corpos na mídia em imbricação com as indústrias da moda e da beleza. Isto porque, de nosso ponto de vista, é na intersecção entre mídia, indústria da moda/beleza e padrão de corpo que se evidencia como criou-se um ideário de beleza acerca do corpo gordo que era impensável a algumas décadas. Desse modo, privilegiou-se esse recorte em detrimento de outros, porque é esse que permite visibilizar as categorias de análise beleza e feiura sem tergiversar em questões que seria secundárias a análise proposta.

superior a 20 anos com IMC superior a 30 kg/m<sup>2</sup>” comparando três pesquisas realizadas entre 1974 e 1997 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>16</sup>. Por meio dos dados antropométricos e socioeconômicos coletados nessas pesquisas Monteiro et al. (2000) concluíram que: entre 1975 e 1989 houve crescimento dos índices de obesidade em quase todos os grupos populacionais (exceto homens em áreas rurais) e entre 1989 e 1997 o aumento dos índices se deu, sobretudo, na população masculina. Apesar de haver declínio nos índices de obesidade entre mulheres de classe alta<sup>17</sup>, no comparativo entre os anos 1989 e 1997, as tendências de aumento de peso na população brasileira estavam de acordo com o descrito para países em desenvolvimento pela Organização Mundial de Saúde (OMS).

Essa tendência identificada por Monteiro et al. (2000) foi confirmada pelos dados das pesquisas de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico – VIGITEL – (BRASIL, 2019, p. 103) realizadas desde 2006: os índices de obesidade e excesso de peso no Brasil têm aumentado ano após ano.

TABELA 1 – PERCENTUAL DA POPULAÇÃO COM EXCESSO DE PESO E OBESIDADE NO BRASIL – VIGITEL 2006-2017

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Variação Anual Média (em pp*)
% com excesso de peso (IMC $\geq$ 25 kg/m <sup>2</sup> )	42,6	43,4	44,9	45,9	48,2	48,8	51	50,8	52,5	53,9	53,8	54	1,14
% com obesidade (IMC $\geq$ 30 kg/m <sup>2</sup> )	11,8	13,3	13,7	14,3	15,1	16	17,4	17,5	17,9	18,9	18,9	18,9	0,67

FONTE: Adaptado de BRASIL (2019, p. 103).

Tendo em vista o exposto, fica evidenciado que as produções midiáticas passam a refletir, tanto a materialidade da existência de número crescente de corpos

<sup>16</sup> As pesquisas do IBGE na qual o estudo se baseou foram: (1) “Estudo Nacional sobre Despesa Familiar” realizada entre agosto de 1974 e agosto de 1975; (2) “Pesquisa Nacional sobre Saúde e Nutrição” realizada entre junho e setembro de 1989; e (3) pesquisa sobre “Padrões de vida” realizada de março de 1996 a março de 1997 (MONTEIRO et al., 2000, p. 342).

<sup>17</sup> É importante frisar que a pesquisa realizada por Monteiro et al. (2000) compara índices de obesidade. Pode-se conjecturar que, um declínio nesse índice não significa, necessariamente, que um maior número de mulheres de classe alta estava dentro de parâmetros normais de IMC no Brasil. Mais provável que tenham ficado em índices de sobrepeso. Nesse sentido, apesar de não serem obesas, estavam mais pesadas que a faixa considerada de normalidade, corroborando a tendência de aumento de peso das populações mundiais, conforme a OMS.

mais pesados, quanto a aspiração dessas populações em serem retratadas de maneira não estereotipada. Não é à toa que Hollywood produziu três filmes<sup>18</sup> baseados na personagem Bridget Jones ao mesmo tempo em que o peso das populações ao redor do mundo cresceu. Suas produções devem ser comercialmente viáveis, ou seja, consumidas enquanto produtos de entretenimento pelas pessoas ao redor do mundo, tornando-se assim, como Conde (2009, p. 75) assinalou ao analisar as relações entre subjetividade e mídia, objeto de *interesse de patrocinadores*.

No Brasil, tendo em vista a tendência de crescimento do peso da população, a partir dos anos 1990, em um movimento que não foi nem um pouco ao acaso, haja visto o que as mídias ocidentais produziam em relação a representações de corpos *out of standard*, um padrão de corpo denominado *plus size* começa a ser veiculado.

De acordo com Pfuetzenreiter (2018), esta denominação introduzida no Brasil no fim do século XX já circulava nos EUA para referir-se ao tamanho de roupas desde 1920. Lena Himmelstein Bryant Malsin, que confeccionava roupas, e percebeu que havia um mercado de consumidores que não encontrava peças para seu tamanho, denominou o tamanho de roupas maiores do que as do manequim 44 de *plus size*. O seguimento de mercado identificado por Lena Malsin chamou a atenção de outros fabricantes ao longo das décadas seguintes, como a *Korell*, que denominou, não apenas as roupas como *plus size*, mas as consumidoras: “um vestido maravilhoso para mulheres *plus size*” (PFUETZENREITER, 2018, p. 29).

Observa-se, portanto, que o *plus size* nasceu absolutamente atrelado ao consumo de produtos de moda. É por isso que se afirma não haver qualquer acaso na representação midiaticamente produzida de corpo *plus size* nos anos 1990 no Brasil. Mercados estrangeiros já haviam consolidado conhecimentos sobre como vender para essa mulher que não correspondia mais ao padrão de corpo magro.

E a este respeito, é essencial frisar: o termo *plus size* designar a mulher que consome roupas de numeração maior, não é o que conferiu ao padrão de corpo gordo *status* de beleza. O que confere a dimensão do belo a este corpo chamado de *plus size* é a maneira que a expressão é apresentada ao público – é aí que está a chave da questão. É o modo especialmente arquitetado de apresentação dessa expressão atrelada a imagens midiaticamente produzidas de mulheres (curiosamente, tal qual se

---

<sup>18</sup> Em 2001 “O Diário de Bridget Jones”, em 2004 “Bridget Jones: no limite da razão” e em 2016 “O bebê de Bridget Jones”.

produzem as mulheres magras) que garantiu ao corpo *plus size* ser sinônimo de beleza.

Nessa perspectiva, a campanha publicitária “Dove® real beleza” da Unilever©, largamente divulgada pelas mídias de massa, é paradigmática. Tal campanha fundamentou-se em muito mais do que na imaginação de publicitários; baseou-se, especialmente, em estratégias de compreensão sobre quem é essa mulher que não se encaixa no padrão de corpo magro, mas que é potencialmente consumidora. Concebeu-se uma imagem que atrelava beleza ao corpo gordo, ou melhor ao corpo *plus size*; visto que esse padrão de corpo não é uma representação *qualquer* de um corpo gordo, mas sim uma representação midiaticamente produzida de um *determinado tipo de corpo gordo*.

De acordo com informações amealhadas no sítio da marca Dove®, em 2004 e 2010, a Unilever© (dona da marca) encomendou pesquisas a empresa de consultoria *CRIF S.p.A* com o objetivo de compreender como as mulheres se relacionavam com conceitos de beleza. O levantamento de 2004 apontou que apenas 2% das mulheres ao redor do mundo se consideravam bonitas (DOVE, 2020).

Conhecendo o que as mulheres pensavam e sentiam em relação aos seus corpos, a Dove® lançou uma campanha midiática que colocava, lado a lado, imagem e texto. A Imagem: de uma mulher sorridente, que apresenta corpo mais robusto do que normalmente a modelo publicitária a época apresentaria, com cabelos e maquiagem produzidos sem excessos, privilegiando a harmonia dos traços do rosto da modelo. A mensagem: “Dove acha que a beleza não veste só manequim 38. Você também pensa assim?” (UNILEVER, 2014).

FIGURA 7 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA CAMPANHA DOVE® REAL BELEZA



FONTE: (UNILEVER, 2014).

Ora, tendo em vista a pesquisa previamente realizada, é incontestável que a Unilever© sabia a resposta que receberia das mulheres: um retumbante sim em forma de consumo! Ocorre que, se apenas 2% das mulheres entrevistadas pela *CRIF S.p.A* ao redor do mundo se consideravam bonitas em vista do que a mídia de massa havia produzido até 2004, apresentar alternativa midiaticamente tão bem produzida quanto o padrão, convenceu muitas mulheres a abraçar o veiculado por essa campanha publicitária. Não apenas concordaram com o publicitado, mas como fica evidenciado no estudo *The Dove Global Beauty and Confidence Report* (expansão realizada em 2016 das pesquisas realizadas em 2004 e 2010), passam a exigir das mídias que se produzam mais representações como essa difundida por Dove®.

De acordo com o relatado pela *Cision PR Newswire*, agência de relações públicas contratada pela Dove®, o estudo mercadológico de 2016, conduzido pela *Edelman Intelligence*,

entrevistou 10.500 mulheres em 13 diferentes países, descobrindo que a confiança das mulheres em seus corpos *está em declínio constante*, sendo que a baixa confiança no corpo desafia mulheres e garotas ao redor do mundo – sem importar idade ou localidade. A despeito disso, subsiste um forte desejo entre mulheres e garotas de desafiar as normas de beleza existentes, com 71% das mulheres e 67% das garotas *solicitando a mídia que faça um melhor trabalho para mostrar mulheres com aparência física, idade, raça, formato e tamanho diferentes*. O relatório é o terceiro e mais completo estudo que a Dove realizou sobre o assunto, precedido por dois estudos publicados em 2004 e 2010 (CISION PR NEWSWIRE, 2016, tradução nossa, grifo nosso).

Sobre o trecho destacado acima é importante indagar: por que, apesar das mídias e publicidade atuais constantemente produzirem as chamadas “imagens da diversidade”, paradoxalmente, é crescente o número de mulheres que relataram insatisfação com as imagens dos corpos retratados pelas mídias? Não deveriam as mulheres estarem mais satisfeitas agora do que estiveram no passado, visto que se produzem hoje maior número de representações da diversidade do que anteriormente?

É possível identificar então, que o padrão *plus size*, muitas vezes publicitado como uma dessas “imagens da diversidade”, foi criado, tal qual os padrões anteriormente discutidos, para vender roupas e produtos de beleza. Concebeu-se em torno desse padrão uma representação de beleza que até então não existia, com o

intuito de atender os interesses das empresas e marcas que compram espaços publicitários nas mídias.

Isto posto, observa-se o padrão de corpo *plus size* é apenas mais uma representação de padrão de corpo ideal; justamente porque só existe no mundo idealmente fabricado pela mídia, que tem como interesse finalístico produzir necessidade de consumo manipulando os ideários de beleza e feiura. Afirma-se isso porque, se esse padrão *plus size* desembaraçasse a mulher dos padrões na concretude da vida, mais mulheres relatariam estarem satisfeitas em 2016 (quando já existiam uma profusão de representações do *plus size*), do que estiveram 2004 (quando essa representação ainda estava sendo introduzida nas mídias), em relação as representações de corpos nas mídias.

No sentido de confirmar o asseverado, o depoimento de Ligia Lucchesi, no documentário “GORDA!” da cineasta Vanessa Rocha Del Negri, é exemplar:

Mesmo no mercado *plus size*, assim... pensando nas modelos *plus size*... É um tipo de corpo também, né? Não é que é um mercado inclusivo não, é um mercado, é um ramo, é uma profissão que é para *um tipo de corpo também*. Então ele cria [o corpo] um segundo padrão dentro do padrão que já existe. Ele quebra barreira, mas só para criar um próximo padrão (GORDA!, 2017, grifo nosso).

Conforme relatado por Ligia em sua experiência singular, a apresentação desse padrão *plus size* midiaticamente produzido, ao em vez de ser fonte de afirmação e reconhecimento, é mais um padrão que não responde a realidade material de seu corpo. Além dessa mulher, também as 1.500 entrevistadas pela *Edelman Intelligence* (CISION PR NEWSWIRE, 2016), informam sentidos de insatisfação atribuídos aos padrões de corpos midiaticamente produzidos, sejam eles quais forem.

Contudo, não são apenas os pesquisadores da corporeidade que notam que as mulheres estão insatisfeitas com esse padrão *plus size*, tanto quanto estiveram com o padrão magro. Os produtores das mídias e publicitários também estão sempre conectados àquilo que os consumidores relatam a respeito de sua satisfação/insatisfação frente a produção midiática. E, em vista da insatisfação dessas mulheres, começam a dar o passo seguinte na construção de uma nova estética gorda.

Uma das primeiras aparições dessa nova estética, que aparentemente recebe das mídias ou do grande público denominações como “gordo maior”, mas que aqui denominaremos de “padrão gordo intenso”, é a atual campanha da *Calvin Klein Inc.* A

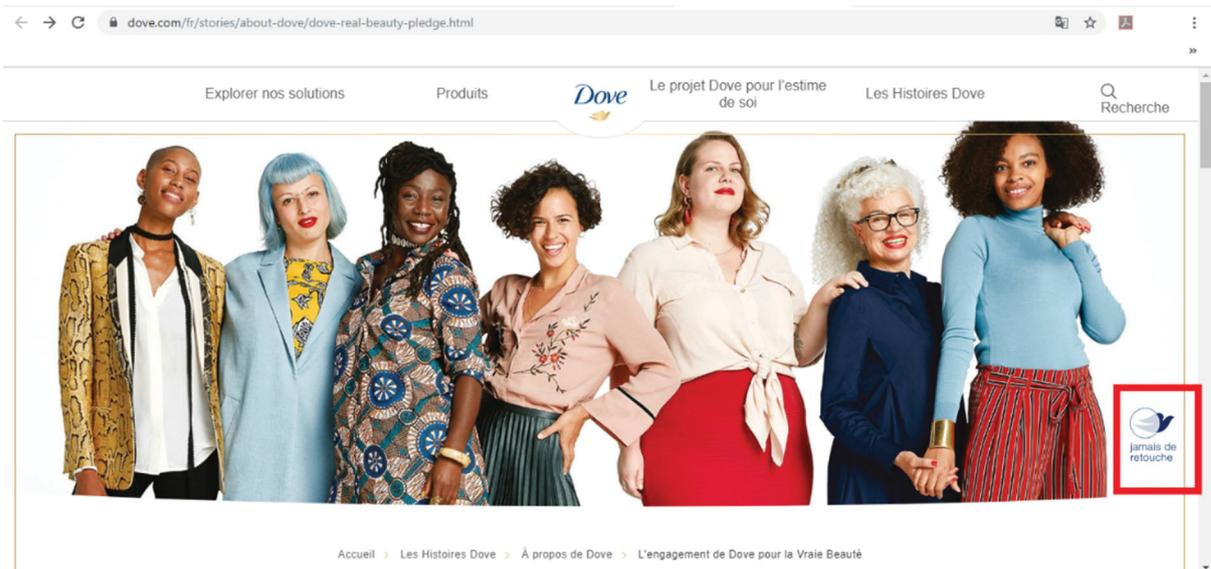
marca homônima, *Calvin Klein*®, em outubro de 2019, iniciou um processo de publicitar em diversas mídias uma imagem da rapper Chika Oranika usando roupas íntimas [FIGURA 8].

FIGURA 8 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA CALVIN KLEIN COM A RAPPER CHIKA ORANIKA EM MANHATTAN, NY.



FONTE: SIMS (2019).

FIGURA 9 – IMAGEM DE MULHERES VEICULADA EM OUTUBRO DE 2019 NO SÍTIO DOVE® FRANÇA



FONTE: DOVE (2019).

Todavia, apesar da aparente novidade em se divulgar o corpo de uma mulher como Oranika, o que a *Calvin Klein Inc.* está produzindo em termos de representação midiática vem no encalço do que marcas como Dove® produz desde o início do século XXI, imagens que buscam retratar a “realidade” dos corpos [FIGURA 9].

Para enfatizar a suposta “realidade” dos corpos, Dove® destaca em suas publicidades não alterar digitalmente as imagens que veicula nas mídias<sup>19</sup>. Contudo, não informam que as mulheres foram produzidas por profissionais estilistas, cabelereiros e maquiadores. Ao que se pergunta de maneira retórica: no que uma alteração digital se difere do que esses profissionais podem produzir esteticamente com sua *expertise* e arsenal de produtos de beleza que têm à disposição?

Além de Dove® e Calvin Klein® outras marcas têm divulgado a participação de pessoas “reais” em suas campanhas. E sobre isso é fundamental frisar: as modelos comerciais (tanto faz se são as que retratam o padrão de corpo magro, o *plus size*, ou gordo intenso) são pessoas tão reais quanto qualquer outra; afinal existem no tempo-espaço como qualquer mulher. Entretanto, as imagens produzidas a partir do corpo concreto de qualquer pessoa, seja ela modelo profissional ou não, é *sempre* uma representação da realidade. Por isso, anúncios publicitários que falam em “beleza real” ou “imagens da diversidade” veiculam idealizações sobre a concretude dos corpos, e não corpos reais. Assim, produzir imagens midiáticas para que não pareçam imagens midiáticas, é produzir imagens midiáticas.

O que se procura destacar aqui é, apesar daquilo que funda os discursos dessas empresas ser profundamente significativo – como por exemplo quando visibilizam que as mulheres têm tamanhos de corpos diferentes e que há beleza possível em todos eles –, conglomerados econômicos não deixam de ser conglomerados econômicos. Ou seja, vender produtos atrelados ao discurso da diversidade, ou a corpos como da rapper Chika Oranika, ainda é vender produtos. Nas palavras de José Paulo Netto e Marcelo Braz (2011, p. 107):

É preciso deixar de lado toda a ideologia que tenta revestir com um verniz moralizador a ação de empresas capitalistas; essa ideologia (atualmente resumida nos motes “empresa cidadã”, “empresa com responsabilidade social” etc.) pretende ocultar o objetivo central de todo e qualquer empreendimento capitalista: a caça a lucros. Para não nos alongarmos:

---

<sup>19</sup> Observar canto inferior direito da FIGURA 9. Destacamos em vermelho para melhor visualização do leitor a mensagem “*jamais de retouche*”, ou em português, não retocado. As imagens divulgadas nas mídias por Dove® têm sido acompanhadas por essa mensagem.

capitalistas e empresas capitalistas só existem, e só podem existir, se tiverem no lucro sua razão de ser; um capitalista e uma empresa capitalista que não se empenham prioritária e sistematicamente na obtenção de lucros será liquidada.

Por isso, se atualmente o consumo de produtos é impulsionado pelo padrão gordo intenso, há que se ter em vista que o ideário de beleza do momento está sendo construído ao redor de uma variável recente: a representação imagética do “seja você mesmo”, “seja quem você é”, “porque beleza é ser quem você é”. As mídias, potencializadas pelas possibilidades de investigar o consumidor na internet, captaram as lutas legítimas de populações marginalizadas e transformaram-nas em novas formas de promover produtos e marcas. O ideário do qual as mídias e publicidade tem se utilizado para fomentar consumo não é mais apenas da feiura/beleza corporal; o ideário de vanguarda empregado em termos de feio/belo está no comportamento das pessoas. Bonito, *cool*, na atualidade, é consumir de marcas que divulgam todos os tipos de corpos; porque tanto os consumidores, quanto as marcas, querem estar associados a determinadas causas, como a do corpo gordo marginalizado. Contudo, não é qualquer novidade que o capitalismo transforme toda e qualquer possibilidade humana, mesmo as mais legítimas, em mercadoria.

Desse modo, apesar de existir um discurso atual de valorizar e visibilizar possibilidades de beleza até então marginalizadas, a preocupação concreta das corporações de moda/produtos de beleza é a de estimular consumo. Nos últimos anos, incidentalmente, valorizar a corporeidade gorda têm sido uma forma de ampliar o mercado consumidor, até porque, conforme os dados de domínio público da pesquisa VIGITEL (BRASIL, 2019), a população gorda só faz aumentar. Portanto, nada mais coerente com o capital do que valorizar esse padrão de corpo para vender para essa massa de consumidores.

Assim, procurou-se demonstrar por meio das análises dos padrões de corpo – magro-belo-saudável, produzido para o trabalho, *plus size* e gordo intenso – que suas fabricações estão radicalmente articuladas ao modo de produção. Além disso, buscou-se visibilizar que, no modo de produção capitalista, o questionamento legítimo das mulheres a respeito de padrões de corpos, tem apenas desencadeado outros padrões. O próximo padrão difundido pelas mídias não surge como forma de livrar a mulher do compromisso frente a produção artificial de beleza na sua corporeidade, tem apenas metamorfoseado os ideários a respeito da feiura-beleza, como forma

engenhosa de manter as engrenagens do consumo de produtos azeitadas.

Ademais, não se pretendeu dar uma falsa linearidade aos desdobramentos dos padrões de corpo analisados, mas sim reconhecer a contradição e o movimento próprios desses fenômenos, tentando demonstrar que são contraditórios porque o modelo de sociedade em que se fundam também o é. Em verdade, a constituição de um próximo padrão de corporeidade não apaga o padrão anterior. Mais ou menos visível, dependendo dos discursos e práticas com os quais se alinham em diferentes tempos e espaços sociais, o padrão de corpo magro-belo-saudável, do corpo da mulher produzido para o trabalho, do *plus size* e do gordo intenso convivem na atualidade.

O passo seguinte nesta análise será compreender como uma representação social da corporeidade gorda menos estereotipada, que guarda estreita relação com o corpo gordo intenso divulgado pelas mídias recentemente, tem sido amalgamada e legitimada, não pelos publicitários e produtores de mídia, mas pelas mulheres blogueiras da internet. São elas, e não as mídias, que têm concebido sentidos de emancipação de padrões. Enquanto as mídias têm colaborado para bestializar a relação que o homem mantém com o próprio corpo, as blogueiras têm procurado devolver sentidos de humanização nesta relação.

Por fim, observa-se que o trabalho elaborado, de procurar visibilizar a construção de padrões de corpo sob o ponto de vista de sua gordura comporta limites. Por exemplo, a questão das “imagens da diversidade” nas mídias, evidentemente, extrapola o problematizado por este capítulo. Há que se considerar que as questões étnico-raciais, de gênero, idade – e inúmeras outras – constroem e estão imbricadas nos padrões de corpo tanto quanto o peso dele.

Contudo, privilegiou-se o exame da construção dos padrões de corpo tendo em vista essa dimensão porque, mostrar alguns aspectos do movimento histórico, econômico, social e cultural, e as contradições derivadas desse processo na construção dos padrões de corpo sob o ponto de vista de sua gordura, é uma das portas por onde se pode acessar e tornar visível como o capitalismo brutaliza as relações. Mas, simultaneamente, e sobretudo, é uma maneira de buscar ativamente as produções humanas que extrapolam e criam abertura em relação aos padrões. Por outras palavras, julga-se que compreender como o capital nos cerceia em relação ao padrão de corpo do ponto de vista de seu peso, é um caminho possível para ampliar possibilidades de emancipação frente a este e outros padrões.

#### 4 SUBJETIVIDADE SOCIAL DA CORPOREIDADE GORDA NO ESPAÇO SOCIAL DA INTERNET

Até aqui foram examinados alguns aspectos históricos, econômicos, sociais e culturais que visibilizam como e por que os padrões de corpo, construídos com intensa participação da mídia de massa (por meio de seus produtores de conteúdos e publicitários), fundaram-se ao redor de idealizações de beleza/feiura e saúde/doença, com objetivo de movimentar o consumo de produtos de moda e beleza. Contudo, para a composição do quadro geral do processo de construção de padrões de corpo na imbricação com as mídias, há ainda que se discutir a internet. É a compreensão do modo particular de funcionamento da internet que possibilita a leitura, não apenas das representações de corporeidade gorda publicitadas nela, mas de alguns aspectos da subjetividade social da corporeidade gorda que podem ser lidos por meio dessa plataforma.

Conforme explicitado no fim do capítulo anterior, a possibilidade da veiculação nas mídias tradicionais do padrão de corpo gordo intenso – a exemplo da publicidade da *Calvin Klein Inc.* que trouxe Chika Oranika como modelo (FIGURA 8) – nasceu amalgamada as novas tecnologias de comunicação. Esse padrão corporal, que subverte o magro-saudável-belo e suas variações, está em franca discussão na Rede Mundial de Computadores. Além disso, a representação que acentua a gordura corporal e que desafia os limites daquilo que as mídias tradicionais haviam representado como corpo belo, mas que recentemente começa a ser fagocitado por elas, está relacionado às características próprias da internet e ao uso que as blogueiras têm feito dela.

Diferentemente das mídias tradicionais, na qual emissor e receptor são duas figuras com papéis distintos e definidos, na internet, os limites entre eles são muito mais fluidos. Conforme problematizado por Conde (2009, p. 74), na mídia tradicional, o emissor cria programas e personagens planejados por uma similaridade discursiva, comprometida com a lógica institucional e de mercado, enquanto que o receptor, telespectador sem identidade, não tem ferramentas para questionar o posicionamento do emissor televisivo, cinematográfico, radiofônico.

Na internet, em contrapartida, de acordo com Wolton (2003, p. 97-98, grifos do autor), as diferentes funções dessa mídia – informação, expressão e comunicação – oferecem ao internauta outras possibilidades. Há na internet, “uma lógica mais

clássica de *comunicação*, como a das mídias [tradicionais,] com uma oferta, uma programação, uma representação, públicos”. Entretanto, nessa plataforma, coabitam possibilidades de *expressão* do internauta que não existem frente ao rádio, televisão ou cinema. O internauta pode, por exemplo, expressar seu acordo ou desacordo com um conteúdo imagético ou discursivo veiculado em ambientes como *blogs*<sup>20</sup> e redes sociais<sup>21</sup>. Para além disso, pode debater com o produtor desse conteúdo e com outros internautas as pautas em questão. Há ainda a terceira função da internet, de *informação*. Tal função dá ao internauta a possibilidade de existir neste ambiente também como articulador de conteúdo, quer dizer, pode ele mesmo tornar-se emissor.

Nota-se que, entre estes articuladores de conteúdo, conhecidos como blogueiros, youtubers, influenciadores digitais, ativistas digitais, há quem esteja comprometido com interesses distintos dos do mercado. Muitos estão comprometidos com causas sociais de valorização e visibilização de possibilidades de beleza em corpos até então marginalizados. Veiculam imagens do padrão de corpo gordo intenso ao mesmo tempo em que promovem discussões sobre diversos padrões de corpo em seus *blogs* e redes sociais.

De acordo com o conjecturado nessa pesquisa, as ações desses sujeitos na internet têm possibilitado o padrão de corpo gordo intenso assentar-se no rol de padrões como uma possibilidade legítima de existência. Contudo, conforme problematizado na sessão anterior, esse padrão gordo intenso, visibilizado por meio da ação desses ativistas digitais, foi absorvido pelas mídias tradicionais e começa a servir como uma representação de corpo que, tal qual os padrões magro-belo-saudável, produzido para o trabalho e *plus size*, é manejada para a venda de produtos.

Ou seja, seria ingenuidade pensar a internet como uma mídia apartada do modo de produção em que está inserida. De acordo no Wolton (2003, p. 85), mesmo que exista um ideário de que na internet “cada um pode agir, sem intermediário,

---

<sup>20</sup> *Blog* é uma versão simplificada da palavra em inglês *weblog*. Essa condensa outras duas palavras: *web* que pode ser traduzido para o português como “rede” e *log* como “registro”. Portanto, um *blog* é uma rede de registros que um blogueiro pode elaborar sobre um determinado assunto ou experiência pessoal. Também é relevante observar que “77% dos usuários de internet leem *blogs* regularmente”, o que torna a visita a estes sítios “responsáveis por parcela muito relevante do tráfego na internet” (PATEL, 2020, não paginado).

<sup>21</sup> Redes sociais “são uma estrutura formada para conectar pessoas de acordo com seus interesses e valores”. Essa rede de relações pode se dar tanto dentro quanto fora da internet. Contudo, esse conceito se popularizou em virtude da internet. No Brasil a mais famosa e acessada rede social online é o *Facebook* com 130 milhões de pessoas ativas mensalmente no ano de 2018 (PATEL, 2019, não paginado).

quando bem quiser, sem filtro nem hierarquia”, ou que esta constitui-se em “um mundo aberto acessível a todos”, as ações realizadas por meio dela também estão atreladas ao capitalismo.

Os conteúdos e discussões promovidos sobre a corporeidade gorda por blogueiras está sob influência dos mesmos mecanismos mercadológicos que os produzidos por publicitários ou pelo corpo técnico-profissional de uma emissora de televisão. Para ilustrar como o modo de produção também configura as possibilidades de criação de conteúdo na internet, tomar-se-á como exemplo o *blog* de Ju Romano (BLOG ETVJR, 2020a). Ela é reconhecida no Brasil como uma blogueira que ativamente contribui para o debate dos padrões de corpo e que visibiliza, por meio da veiculação de imagens de seu próprio corpo, uma corporeidade gorda.

FIGURA 10 – INFORMAÇÕES SOBRE O BLOG DE JU ROMANO



LOOKS   MODA   BOTA PARA PERNA GROSSA   BELEZA   SOBRE   FALE COM A JU

**SOBRE O BLOG**

Olá querida, caso essa seja uma de suas primeiras visitas, seja muito bem-vinda! O **Entre Topetes e Vinis** existe desde 2009 e é um espaço para todas as meninas e mulheres que não se encaixam nos "padrões" e querem se livrar dessas regras que limitam nossa criatividade, liberdade e expressão. Por aqui, além dos looks tamanho 46/48/50 (eu nunca sei quanto visto!) você também vai encontrar posts sobre beleza, maquiagem e cabelo – grandes paixões minhas – e textos reflexivos sobre o comportamento da mulher atualmente. O objetivo por aqui é fazer você se sentir bem assim: exatamente como você é! Então vem comigo?



FONTE: BLOG ETVJR (2013, não paginado, grifo nosso).

Conforme grifo nosso na FIGURA 10, Ju Romano afirma que seu *blog* é “um espaço para todas as meninas e mulheres que não se encaixam nos ‘padrões’ e querem se livrar dessas regras que limitam”. Para isso propõe “textos reflexivos sobre o comportamento da mulher”, pois objetiva que as mulheres que acessam esses conteúdos produzidos por ela sintam-se bem por serem exatamente como são (BLOG BTVJR, 2013, não paginado). Além disso, em vista de tratar-se de um *blog*, que comporta uma plataforma de comentários em todas as publicações, as mulheres que acessam esses textos debatem com essa blogueira. Ou seja, diferentemente das mídias tradicionais, há uma comunicação mais horizontal, na qual essas mulheres podem expressar suas opiniões e sentimentos a respeito dos temas.

FIGURA 12 – JU ROMANO NA CAPA DA ELLE BRASIL EM 2015



FONTE: BLOG BTVJR (2015, não paginado).

FIGURA 11 – TESS HOLLIDAY NA CAPA DA COSMOPOLITAN EM 2018



FONTE: MONET (2018, não paginado).

Ademais, usando sua própria imagem, visibilizou em 2015 uma corporeidade gorda sem tratamento digital quando foi capa da revista *ELLE* Brasil (FIGURA 11). Conforme divulga em seu *blog* “nunca nenhuma revista desse porte no mundo tinha tido a coragem de mostrar uma foto assim, sem *Photoshop* para alisar as gorduras” (BLOG BTVJR, 2015, não paginado).

Nesse sentido, são inúmeras as produções textuais em seu *blog*, redigidas por ela ou por colaboradores, que problematizam estereótipias em relação a corporeidade gorda e que contestam os padrões de corpos: “O padrão de beleza tóxico também está no *plus size*”, “*Project Harpoon*: como é doentio querer impor seu padrão sobre os outros”, “Por que passamos a vida tentando mudar por um padrão irreal?”, “Gordofobia no trabalho e direitos na maternidade” (BLOG BTVJR, 2020b, não paginado).

De fato, a veiculação de uma representação da corporeidade gorda, como essa em que Romano foi modelo em 2015, quebrou algumas barreiras. E, no mesmo sentido do ativismo dessa blogueira brasileira, outras mulheres ao redor do mundo têm usado os próprios corpos para trazer à luz a corporeidade gorda intensa. É o caso de Tess Holliday (FIGURA 12), uma blogueira americana que é ícone do *Body Positivity*<sup>22</sup> que em 2018 foi capa de revista *Cosmopolitan* (MONET, 2018, não paginado).

Além das blogueiras que contribuíram com a visibilidade e o debate sobre corpos marginalizados, outras levantaram fundamentais questionamentos a respeito das diferentes denominações dadas ao corpo gordo. É o caso de Cindy Van Wyk, blogueira namibiana, que publicou em 2016 o texto “*I’m fat – and my existence does not need a euphemism*” (VAN WYK, 2016, não paginado).

Nesse texto essa blogueira explicita que, para ela, ser gorda não é motivo de melindre ou constrangimento, mas de forma diametralmente oposta, é denominação que faz parte de sua identidade, de forma tão profunda que a potencializou em uma vivência mais emancipada de padrões de corpos. Por meio do relato de sua vivência da corporeidade gorda, e do debate que promoveu compartilhando sua experiência, colaborou para que se inscrevesse no cenário social um corpo gordo do qual as mulheres não precisam “ficar se desculpando”. Ao problematizar eufemismos como “gordinha”, “fofinha”, “cheinha” permitiu a percepção de significados sociais e sentidos subjetivos sociais e individuais que ficam subsumidos pela utilização desses termos em detrimento da palavra *gorda*. Ou seja, é a partir de posicionamentos como o dela

---

<sup>22</sup> O *Body Positivity* é um movimento que se funda no ideal de que todas as pessoas podem desenvolver uma imagem corporal positiva. Defende a aceitação de todos os corpos, independentemente da forma, tamanho ou aparência. Além disso, este movimento reconhece que o tamanho é apenas uma das muitas maneiras pelas quais os corpos são ajuizados, portanto não são alheios a necessidade de justiça racial, de gênero e em relação as pessoas portadoras de necessidades especiais (ALPTRAUM, 2017, não paginado).

que se constituiu na internet um ideário de que ser gordo comporta muitas outras dimensões além do excesso de peso.

Assim, principalmente por meio da internet, essas mulheres criaram abertura para que se traga a luz representações de uma corporeidade gorda que até então não se veiculava em mídia alguma. Note-se que sem o ativismo dessas mulheres, que se desenvolveu na internet a partir das funções de expressão e informação dessa plataforma, não haveria corpo gordo intenso em nenhuma outra mídia. Os corpos, tanto de Romano como de Holliday, só estão nessas capas de revistas (mídia tradicional), como representação do padrão gordo intenso, porque antes foram imagens veiculadas e debatidas por outras mulheres nos *blogs* e redes sociais. Programas como “Beleza GG”<sup>23</sup> e “*My Big Fat Fabulous Life*”<sup>24</sup> só fazem parte da programação da televisão atualmente porque blogueiras com Van Wyk trouxeram à superfície a existência em um corpo gordo como fenômeno tão legítimo quanto à existência em qualquer outra corporeidade.

Contudo, como problematizado anteriormente, a contradição própria do modo de produção capitalista também emerge na internet, e no desenvolvimento dos *blogs* observam-se evidências disso. Como exemplo, traz-se o que Romano afirma a respeito da política do *blog* que edita:

Eu sempre fui muito sincera tanto na vida real quanto na virtual e isso nunca vai mudar. E acredito que são necessárias clareza e honestidade para alcançar sucesso em qualquer aspecto da vida. Como um dos meus trabalhos, ao qual dedico boa parte da minha vida, o *Entre Topetes e Vinis* também é uma fonte de renda e tem espaços de anúncios. Eles estarão sinalizados pelos seguintes itens: – Anúncios na barra lateral estarão logo abaixo da palavra ‘publicidade’. – Caso seja um post patrocinado a categoria PUBLI aparecerá logo abaixo do título do post e ao final do post terá outra indicação, escrito ‘post patrocinado’ (BLOG ETVJR, 2013, não paginado, grifos da autora).

---

<sup>23</sup> Trata-se de um *reality show* sobre a vida de três modelos *plus size* brasileiras que atualmente é veiculado na televisão e que estreou no dia 03 de outubro de 2018 no canal E! *entertainment* Brasil. A chamada do programa traz a seguinte slogan: “Beleza não tem tamanho” (E!ONLINE, 2018, não paginado). Observa-se, portanto, que programas da mídia tradicional têm fagocitado os significados e sentidos sociais da existência gorda problematizado pelas blogueiras.

<sup>24</sup> Também se trata de um *reality show*, mas este, produzido pelo canal *Travel and Living Channel* nos EUA que se encontra na quarta temporada. Narra a vida da americana Whitney Way Thore, uma mulher de 35 anos que pesa 172 quilos. O mote da série gira em torno dos relacionamentos de Whitney com sua família, amigos e namorados, bem como de seu trabalho como bailarina e apresentadora de rádio. (TLC, 2020, não paginado). Da mesma maneira que o *reality* brasileiro, esse programa – que mostra que pessoas gordas existem e vivem uma vida com as mesmas alegrias e desventuras de qualquer outra – só pode ser produzido na televisão porque as questões centrais do qual trata foram primeiro explicitadas por ativistas como Cindy Van Wyk.

Desse modo, ao mesmo tempo em que essas mulheres são ativistas da visibilidade e valorização de corpos marginalizados na internet – muito em função delas próprias terem sofrido preconceito em consequência das estereotípias relativas a corporeidade gorda construídas desde as revoluções burguesas – elas, como qualquer outro indivíduo no capitalismo, precisam de renda para sustentar a si e suas famílias. Ou seja, da mesma maneira que publicitários e produtores de conteúdos nas mídias tradicionais vendem sua força de trabalho criador em troca de um salário, essas mulheres acabam por se adequar aquilo que o sistema impõe. Ou tornam-se elas próprias trabalhadoras da moda, ou tornam-se empreendedoras.

Entretanto, apesar de toda a ordem de contradições que configura a questão, a diferença fundamental que a internet possui em relações as outras mídias, e este é um ponto crucial, é que sua tecnologia de funcionamento, conforme clarificado por Wolton (2003), dá ao receptor ferramental para ser ativo nela. Tanto as blogueiras, quanto as mulheres que debatem em seus blogs – sobre padrões de corpo, estereotípias em relação ao gordo, gordofobia, possibilidades de beleza acerca da corporeidade gorda, ou quaisquer outras questões que se possa levantar – só o fazem porque a internet representa uma possibilidade de que indivíduos, que seriam diante de outras mídias receptores passivos, tornem-se sujeitos nessa relação.

Na internet, Romano, Holliday, Van Wyk e as mulheres que com elas debatem, não são telespectadoras passivas dos padrões de corpo veiculados pela imprensa, televisão e cinema. De maneira oposta, tornaram-se sujeitos que articulam questões urgentes sobre a corporeidade, questões estas que têm levado mulheres e homens a síndromes físicas, psíquicas e morte a muitas décadas, mas que até então estavam nas sombras, e continuariam lá, caso não houvesse o esforço delas em trazê-las à tona.

Afirma-se em tal sentido porque, conforme González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 73) o sujeito:

representa aquele que abre uma via própria de subjetivação, que transcende o espaço social normativo dentro do qual suas experiências acontecem, exercendo opções criativas no decorrer delas (...). O sujeito representa a capacidade de posicionamento de indivíduos e grupos, cujos limites estão na própria produção simbólica da cultura e nos recursos subjetivos para assumir os desafios dos espaços existenciais da experiência.

Nesse sentido, a internet, plataforma tecnológica produzida pelo homem na cultura, utilizada por estas mulheres de maneira criativa e subversiva – como apenas o sujeito na acepção da palavra poderia fazer –, possibilitou o debate sobre padrões e a visibilização do gordo intenso, de maneira que elas puderam transcender o que as mídias tradicionais representam como padrões normativos de corpo, ao mesmo tempo em que elas próprias puderam posicionar-se nos limites de sua produção simbólico/emocional sobre essas questões<sup>25</sup>.

Em resumo, a televisão, a revista, o cinema, são mídias de massa que produzem e refletem representações sobre a corporeidade gorda, amalgamadas desde as revoluções burguesas, que servem como mecanismos de controle sobre o corpo, no sentido de que ele deve estar apto para o trabalho e para ser meio de consumo de produtos. Mulheres como Holliday, Romano e Van Wyk frente a estas mídias, seriam telespectadoras, que poderiam até contrapor-se aos padrões aí veiculados, contudo, dificilmente alcançariam inscrever no cenário social um padrão de corpo gordo intenso com o alcance que a internet permitiu.

A internet, apesar de alinhavada ao modo de produção capitalista como as outras mídias, pelo seu modo particular de funcionamento, que permite o receptor ser mais que um telespectador passivo, e dependendo do manejo que ele faz da plataforma, converte-se em emissor, possibilita que se inscrevam interesses que subvertem apenas a lógica puramente comercial atrelada aos padrões de corpo. Essas blogueiras introduziram no cenário social um padrão de corpo que, à época em que Ju Romano pousou na capa da revista *ELLE* Brasil, significava *tão somente* a visibilização de um corpo tão legítimo para a existência física/simbólica de uma mulher, quanto qualquer outro. Frise-se que só *após* o movimento de visibilização iniciado pelas blogueiras que marcas como *Calvin Klein*® também dispuseram dele.

---

<sup>25</sup> Não é objetivo desse capítulo problematizar a produção de sentidos simbólico/emocionais dessas mulheres. A investigação de possibilidades dessa produção é tratada no capítulo subsequente, no qual se descreveu a investigação dos sentidos subjetivos de uma mulher blogueira frente a questões de padrões de corpo, gordofobia, estereótipos em relação ao gordo, entre outras; e da configuração de seus sentidos subjetivos individuais a respeito de sua própria corporeidade. Contudo, a apreensão de tais sentidos depende da compreensão de aspectos significativos da subjetividade social a respeito da corporeidade nos espaços sociais nos quais essa singularidade transita. Nesse sentido, um dos espaços sociais que merece análise aprofundada é a internet, pois a subjetividade individual de uma mulher blogueira configura-se no interior da subjetividade social a respeito da corporeidade gorda amalgamada aí.

Além disso, é necessário assinalar que, essas mulheres não exteriorizam seus posicionamentos e corpos de maneira paralela e individual, há uma rede de debate e articulação, ou seja, relações sociais que colaboram na construção de sentidos subjetivos sociais e individuais frente as questões de padrões de corpo, estereótipos, preconceito, entre outras.

González Rey (2004, p. 29) em “Personalidade, saúde e modo de vida” discute a articulação entre saúde e as instituições sociais família, escola e local de trabalho. Apesar de não tratar textualmente sobre internet nesse trabalho, aponta que a possibilidade de comunicação entre os indivíduos em espaços sociais está na base da constituição saudável dos indivíduos e instituições. Para ele:

o diálogo é a única forma de legitimar a singularidade dos sujeitos envolvidos em vínculos institucionais, porque por meio dele as pessoas manifestam, de forma diferenciada e ativa, suas considerações sobre um determinado tópico, aparecendo, assim, diferentes alternativas a partir da troca de idéias (sic), da força das fundamentações implicadas, da lógica dos argumentos apresentados e do clima promovido pelo diálogo, o qual é decisivo para a formulação das alternativas diante da situação que gerou a discussão (González Rey, 2004, p. 46).

A internet, rigorosamente por constituir-se em campo de diálogo, se organiza como verdadeiro espaço social de relações, e é precisamente por isso que se pode conjecturar que nesse ambiente, não se manifestam apenas construções de padrões de corpo, mas verdadeiras configurações subjetivas a respeito da corporeidade gorda.

O uso que as blogueiras fazem da objetividade ferramental da internet, usufruindo-a como espaço social, de acordo com González Rey (2002, p. 44), está intrinsecamente relacionado a condição do sujeito, e apenas dele, de ser capaz de utilizar-se de “uma pequena brecha na trama social (...) que poderia ter sido insignificante em outra conjectura”, de maneira a realizar “uma ação intensiva que, expressando o sistema de sentidos que vinha se gerando muda o *status quo* do social atual”.

Por outras palavras, valendo-se da tecnologia da internet, as blogueiras subvertem, tanto nos usos possíveis dessa plataforma (certamente ela não foi projetada para que sujeitos que têm corporeidades marginalizadas possam debater sobre isso), quanto na possibilidade de produção de sentidos subjetivos sociais e individuais a respeito da corporeidade que realizam nela.

Conforme apontado acima, em outra conjuntura, em que a internet não fizesse parte do campo de possibilidades delas, poderiam contrapor-se a padrões de corpo e

discutir questões sobre corporeidade gorda; e nos espaços sociais locais frequentados, poderiam modificar a subjetividade a respeito da corporeidade gorda. Entretanto, seguramente, Holliday, Romano e Van Wyk não poderiam alcançar inscrever no cenário social um padrão de corpo gordo intenso com o alcance que a internet permitiu; visibilização que colaborou e colabora na construção de uma subjetividade social frente as questões como os padrões de corpo, estereotípias e preconceito, que para muitas mulheres têm significado a possibilidade de viver a própria corporeidade menos alienada a padrões.

Assim, além do exposto até aqui, no sentido de avançar, mesmo que modestamente, na compreensão de mais alguns aspectos da subjetividade social a respeito da corporeidade gorda que atualmente compõe o espaço social da internet, procurar-se-á, conforme proposta da Teoria da Subjetividade de Fernando González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017) trazer a luz alguns outros sentidos subjetivos sociais e individuais que ficam impressos na *web* sobre essa questão. Para isso é necessário progredir no estudo do espaço social da internet, para além do que se apurou sobre o funcionamento dos *blogs*. Julga-se que na identificação e análise de algumas produções sociais que ficam registradas na plataforma da internet – à medida que o usuário transita nos espaços de produção e busca de dados – será possível resgatar mais alguns sentidos subjetivos sobre a corporeidade gorda inscritos na internet.

#### 4.1 SUBJETIVIDADE SOCIAL DA CORPOREIDADE GORDA REGISTRADA NAS ATIVIDADES DE PESQUISA DOS USUÁRIOS DA FERRAMENTA DE PESQUISA GOOGLE

Inicialmente, é preciso esclarecer o objetivo dessa e das próximas seções. As construções descritas a partir daqui até o fim desse capítulo 4, ao lado do já discutido sobre a ação das blogueiras no espaço social da internet, constituem-se em subsídio para a identificação de fragmentos da subjetividade social da corporeidade gorda inscritos na *web*.

Os próximos textos tratam-se da exposição detalhada de *um modo particular de acesso* encontrado nessa pesquisa para visibilização de elementos da subjetividade social da corporeidade gorda que ficam indelévels na internet. Ou seja, não se trata da descrição do método de pesquisa utilizado para a consecução desse

trabalho como um todo – o método construtivo-interpretativo, o qual ampara metodologicamente esta pesquisa, será caracterizado no capítulo 5 –, mas da descrição da estratégia utilizada para trazer à tona mais alguns elementos que corroboram os posicionamentos teóricos tomados nesse trabalho sobre a configuração da subjetividade social e individual da corporeidade gorda no espaço social da internet.

Mais especificamente, a estratégia utilizada e descrita aqui traz a luz alguns elementos da subjetividade social a respeito da corporeidade gorda que ficam impressos no uso que os internautas fazem da **ferramenta de pesquisa Google**.

A apreensão dos elementos referidos dependeu da compreensão dos mecanismos de funcionamento dessa ferramenta informacional, o que implicou, antes de tudo, em posicioná-la histórica e culturalmente, bem como descrevê-la tecnicamente. Após contextualizar a existência dessa ferramenta no modo de produção capitalista passou-se a descrição do manejo que as pesquisadoras fizeram dela; manejo esse que as auxiliou no progresso, ainda que modesto, de apreensão de alguns aspectos da subjetividade social a respeito da corporeidade que sobressaem na internet. Nota-se, portanto, que é o desdobramento pormenorizado desse *modo particular de acesso* e a utilização da **ferramenta de pesquisa Google** que se passa a descrever nos itens a seguir.

#### 4.1.1 A ferramenta de pesquisa Google e seu contexto histórico-cultural

Observa-se que o espaço social concreto no qual a internet se constitui, fica evidenciado quando problematizado a partir dos referenciais teórico-metodológicos da Teoria da Subjetividade utilizados até aqui, pois apresentaram-se algumas características de sua natureza dialógica. É o caso do que se identificou na seção anterior, a respeito de como as blogueiras e as mulheres que com elas debatem, visibilizam imagens e discutem os mais diversos temas a respeito da corporeidade, configurando significados sociais e sentidos subjetivos sociais e individuais a respeito dessas questões em *blogs* e redes sociais.

Contudo, em outros cenários de utilização da internet, apesar da comunicação ser fundante para o mecanismo de funcionamento da tecnologia informacional, como é o caso das buscas realizadas por internautas por meio da **ferramenta de pesquisa**

**Google**, esse usuário, em geral, não está consciente da “conversa” que mantem com outros usuários.

Conforme explica Karel Kosik (1976, p. 9-10) em “Dialética do Concreto”:

A atitude primordial e imediata do homem, em face da realidade, não é de um abstrato sujeito cognoscente, de uma mente pensante que examina a realidade especulativamente, porém a de um ser que age objetiva e praticamente, de um indivíduo histórico que exerce a sua atividade prática no trato com a natureza e com os outros homens, tendo em vista a consecução dos próprios fins e interesses, dentro de um determinado conjunto de relações sociais. Portanto, a realidade não se apresenta aos homens, à primeira vista, sob o aspecto de um objeto que cumpre intuir, analisar e compreender teoricamente, cujo polo oposto e complementar seja justamente o abstrato sujeito cognoscente, que existe fora do mundo e apartado do mundo; apresenta-se como o campo em que se exercita a sua atividade prático-sensível, sobre cujo fundamento surgirá a imediata intuição prática da realidade. No trato prático-utilitário com as coisas – em que a realidade se releva como mundo dos meios, fins, instrumentos, exigências e esforços para satisfazer estas – o indivíduo “em situação” cria suas próprias representações das coisas e elabora todo um sistema correlativo de noções que capta e fixa o aspecto fenomênico da realidade.

Está presente na rotina de parte significativa da população mundial “dar um Google”: como fazer arroz soltinho? Assistência técnica de aspirador de pó em Curitiba? Quem é Mayara Russi? Porém, o usuário conhece apenas uma fração da tecnologia informacional, aquilo que o interessa como meio para a resolução de questões concretas do dia a dia; pois, como bem explica Kosik (1976), o homem não realiza reflexão a respeito dos mecanismos internos de funcionamento dos objetos da cultura durante seu uso cotidiano, muito menos sobre como foram concebidos, e isso não seria diferente em relação à **ferramenta de pesquisa Google**.

Entretanto, apesar da **ferramenta de pesquisa Google** prescindir de compreensão integral do usuário para sua utilização, não estando no campo de consciência dele, nem os processos comunicacionais envolvidos, nem o proveito que há no registro de suas ações nessa plataforma, isso não significa que esses pontos não representem valor<sup>26</sup>. Pelo contrário, o registro das atividades de cada um dos usuários nessa ferramenta de busca é um dos capitais mais valorizados atualmente. Inclusive, existem inúmeros empreendimentos especializados (do Google LLC. e de

---

<sup>26</sup> É de domínio público que para a utilização dessa e de outras ferramentas disponibilizadas na internet há a necessidade de se concordar com os termos de uso, que em geral informam que serão registrados os históricos de navegação do usuário. Contudo, no uso cotidiano, o usuário “concorda” com os termos de uso, não porque legitimamente assinta com eles, mas porque se não concorda com tais termos não pode utilizar a ferramenta.

outras empresas) em amearhar e interpretar essas informações com os mais diversos objetivos: compreender hábitos de consumo, compreender que tipo de usuário acessa que tipo de informação etc. É por isso que, na mesma medida que Google oferece respostas aos questionamentos do usuário, há nessa ferramenta de busca, em contrapartida, um registro dessa ação.

Assim, essa rotina, de pesquisar algo ou alguém sempre que se apresenta alguma necessidade de informação – consubstanciado por uma parcela significativa das sociedades ao redor do mundo a partir da popularização da internet – não responde apenas uma dúvida pontual de um usuário. Essa ação, que tem feito parte do cotidiano de muitas pessoas, *quando analisada em função do conjunto de ações semelhantes, ou seja, em função do diálogo que milhares de usuários travam sem se darem conta*, pode revelar muito mais do que a resposta que o usuário procurava.

Nesse sentido, apesar da existência de um processo dialógico *humano*, pois a internet é um objeto da cultura concebido e movimentado por homens, e, portanto, ser possível a leitura pretendida – de alguns significados sociais e sentidos subjetivos a respeito da corporeidade gorda que ficam registrados nas atividades de buscas dos usuários que se utilizam da **ferramenta de pesquisa Google** –, é preciso atentar ao que Tarleton Gillespie (2018, p. 97, grifos do autor), pesquisador principal da Microsoft New England Research and Development Center e Professor no Departamento de Comunicação da Universidade de Cornell, esclarece:

à medida que adotamos ferramentas computacionais como nossos principais meios de expressão e passamos a fazer uso não só da matemática, mas de *toda* a informação “digital”, passamos a sujeitar o discurso e o conhecimento humano a essas lógicas procedimentais que sustentam toda a computação. E há implicações específicas quando usamos algoritmos para selecionar o que é mais relevante a partir de um *corpus* de dados composto por rastros das nossas atividades, preferências e expressões.

Desse modo, conforme se discutiu no capítulo anterior, da mesma maneira que na televisão e cinema, a veiculação de determinados conteúdos discursivos e imagéticos estão atrelados a interesses institucionais, a disponibilização para o usuário de determinados sistemas informacionais traz implicações semelhantes. De acordo com Gillespie (2018, p. 98), o exame do funcionamento da **ferramenta de pesquisa Google**, ou de qualquer outra ferramenta informacional como essa,

não deve conceber os algoritmos como realizações técnicas abstratas, mas desvendar as escolhas humanas e institucionais que estão por trás desses

mecanismos frios. Suspeito que uma abordagem mais frutífera seria nos voltarmos tanto para a sociologia do conhecimento, quanto para a sociologia da tecnologia - para observarmos como essas ferramentas são convocadas, alistadas como parte de, e negociadas em torno de esforços coletivos para conhecer e se tornar conhecido.

Muito embora conjecture-se possível uma leitura de alguns significados sociais e sentidos subjetivos a respeito da corporeidade gorda que ficam registrados nas ações de buscas dos usuários que se utilizam da **ferramenta de pesquisa Google**, esta leitura não será realizada mediante uma visão crédula de que algoritmos, ferramentas de busca ou a internet são apenas realizações técnicas abstratas. Pelo contrário, o levantamento, análise e leitura planejados, só podem alcançar alguma pertinência, no sentido de possibilitar a visibilização de aspectos da subjetividade social da corporeidade gorda no espaço social da internet, quando o pesquisador os realiza colocando a existência da **ferramenta de pesquisa Google** em função de um particular momento histórico, científico, cultural, social e econômico.

Ou seja, explicita-se que o modo particular de funcionamento dessa ferramenta responde, antes de tudo, aos interesses de Google LLC. E, tendo em vista o atual momento do capitalismo no século XXI, em que informações são um capital significativo, acessa-se sobre os mecanismos de operação da ferramenta de pesquisa aquilo que Google LLC. permite. Está em curso um intenso debate sobre quais informações são públicas a respeito da tecnologia informacional, quais são privadas a Google LLC., e quais são privativas do usuário. Portanto, sempre deve-se ter em vista que, as informações que podem ser resgatadas pelo pesquisador por meio da **ferramenta de pesquisa Google** não são neutras – o que, para os pesquisadores amparados pelos referenciais do materialismo histórico-dialético, não representa novidade, pois, no capitalismo, por definição, todo objeto só existe e se perpetua à medida que responde a alguma necessidade desse modo de produção.

Em vista do exposto, apesar dos registros a respeito das ações dos usuários da **ferramenta de pesquisa Google** muitas vezes adquirirem contornos comerciais, constituindo-se no presente um dos engenhos mais eficientes para compreender tendências de mercado, a análise desses mesmos registros pode, de acordo com o conjecturado nessa pesquisa, lançar luz em alguns aspectos a respeito da subjetividade social a respeito da corporeidade gorda que ficam impressos na *web*. Pois, se diversos conglomerados econômicos avistam e criam necessidade de consumo examinando ações dos usuários na utilização da **ferramenta de busca**

**Google**, alienando o homem cada vez mais aos propósitos do capital, por que não usar o mesmo recurso para visibilizar significados e sentidos sociais sobre a corporeidade gorda que possibilitem forjar caminhos de emancipação?

Para González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 38), a subjetividade, como sistema vivo que representa, “existe na ação de seus agentes e sujeitos, aparecendo no sistema de comunicação dos participantes”. Portanto, investigar a ação dos usuários da internet na sua atividade de pesquisar determinados termos (o popular “dar um Google”), simultaneamente a apreensão de como na ferramenta de busca ocorre um constante processo de comunicação das informações pesquisadas – mesmo que os usuários não se deem conta disso –, traz à luz aspectos da subjetividade social a respeito da corporeidade gorda presentes nesse espaço social.

Além disso, amparando-se novamente em González Rey (2002, p. viii), é necessário esclarecer: a subjetividade “não aparece ‘coisificada’ em nenhum tipo de entidade”, portanto não se procurará subjetividade de maneira linear na internet ou no Google, da mesma forma que não se procurou subjetividade nas mídias de massa. Entretanto, tendo em vista as possibilidades de comunicação e relação que agentes e sujeitos mantêm no espaço social da internet, é possível observar como que uma *fotografia* de um determinado momento pelo qual a subjetividade social da corporeidade gorda atravessa, na identificação e análise das atividades de pesquisas dos usuários.

Por fim, julga-se que está ao alcance do pesquisador captar que a subjetividade no século XXI tem sido configurada também no espaço social da internet. Portanto, mesmo que não se conheça na inteireza os interesses de Google LLC. (os algoritmos utilizados não são de domínio público), julga-se que o levantamento, análise e leitura pretendidos, podem tornar visível aspectos da subjetividade social da corporeidade gorda.

Sublinha-se, ainda, que para o planejado para o próximo capítulo – a investigação dos sentidos subjetivos de uma mulher blogueira frente a questões de padrões de corpo, gordofobia, estereótipos em relação ao gordo; e a configuração de seus sentidos subjetivos individuais a respeito de sua própria corporeidade –, o levantamento, análise e interpretação do registro das ações dos usuários na **ferramenta de pesquisa Google**, da mesma maneira do que se pretendeu com a análise anterior a respeito da ação das blogueiras nos *blogs*, contribui para visibilizar

mais uma parte daquilo que se pode acessar na internet a respeito da subjetividade social da corporeidade gorda. Isto porque,

o estudo dos sentidos subjetivos, das configurações subjetivas e da emergência do sujeito integram a subjetividade social e individual, independentemente se o foco do estudo é o indivíduo, ou um espaço social particular. No primeiro caso, estudamos as configurações subjetivas individuais, cujos sentidos subjetivos invariavelmente expressam a subjetividade social e são parte dela. (...) No segundo caso, do estudo de um espaço social específico, o foco é colocado na definição de configurações subjetivas sociais que são determinadas nos processos de relações sociais dentro do espaço social estudado, cujos sentidos subjetivos expressam produções sociais gerais da sociedade que estão além de um espaço social concreto. Os indivíduos são constituintes dos espaços sociais, suas produções sempre são parte ativa da configuração subjetiva social desses espaços (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 44).

Concordando com a concepção de González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 44) a respeito das possibilidades de investigação da subjetividade, avança-se na compreensão da subjetividade individual, sobre a corporeidade gorda ou qualquer outra questão, à medida que também se progride na apreensão da subjetividade social relativa a ela. Considerando que os sentidos subjetivos de uma mulher blogueira a respeito de sua própria corporeidade configuram-se também no espaço social da internet, apreender como se configuram alguns significados sociais e sentidos subjetivos a respeito da corporeidade gorda que ficam registrados nas ações de buscas dos usuários que se utilizam da **ferramenta de pesquisa Google**, é uma maneira profícua de aproximação à subjetividade individual a respeito da corporeidade gorda dessa blogueira.

Pondera-se que, à medida que se ampliam os referenciais disponibilizados, tanto sobre a subjetividade social quanto individual a respeito da corporeidade gorda, mais potentes as possibilidades de ação profissional da Psicologia para o apoio de indivíduos que sofrem de transtornos físicos-psíquicos decorrentes da desarmonia entre a subjetivação individual de suas corporeidades e a imposição social de padrões corporais ideais, ou frente a preconceitos e estereótipos.

#### 4.1.2 Mecanismo de funcionamento da ferramenta de pesquisa Google

Para apresentar as possibilidades da análise proposta é necessário, antes de tudo, descrever em termos formais o que popularmente chama-se “dar um Google”.

Toda vez que um usuário realiza este procedimento está se utilizando da **ferramenta de pesquisa Google**, propriedade da Google LLC., a ferramenta de busca de informações mais utilizada na Rede Mundial de Computadores (FORSEY, 2018).

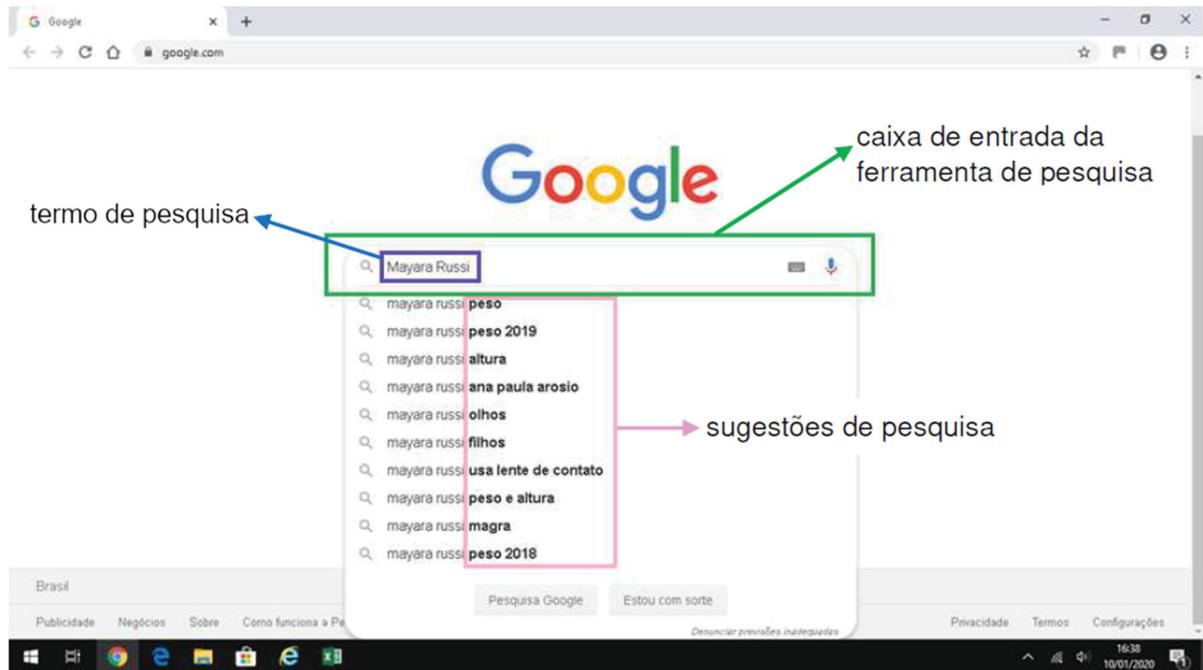
De acordo com as informações disponibilizadas pela Google LLC., a **ferramenta de pesquisa Google**, a partir de um **termo de pesquisa**, “fornece acesso a uma amostra essencialmente não filtrada de pedidos de pesquisa reais efetuados à Google”. Explicando passo a passo, isso significa dizer que, cada vez que um usuário digita na **caixa de entrada da ferramenta de pesquisa Google** um **termo de pesquisa**, a **ferramenta de pesquisa Google** oferece a ele **sugestões de pesquisa** respaldadas na compilação e decodificação de pesquisas realizadas anteriormente por outros usuários (GOOGLE TRENDS, 2020, não paginado).

A **ferramenta de pesquisa Google** é aquilo que o usuário não vê e em geral não conhece do processamento de informações realizado. É justamente o cálculo algorítmico efetivado, que de acordo com “sua sintaxe incorpora uma estrutura de comando para permitir” cálculos específicos que transformam dados em resultados desejados (GILLESPIE, 2018, p. 96).

Nesse sentido, a **ferramenta de pesquisa Google**, utiliza-se da seguinte metodologia, ou seja, incorpora a seguinte estrutura de comando: o **termo de pesquisa** digitado pelo usuário é comparado, tanto a uma amostra significativa de tudo o que foi publicado na internet nos últimos sete dias, quanto a uma amostra significativa dos dados arquivados desde 2004 até 36 horas antes da busca, relativo ao que se publicou na internet a respeito desse termo de busca específico. A partir disso é definido qual o nível de **relevância** da **sugestão de pesquisa** que a **ferramenta de pesquisa do Google** (ou o algoritmo de pesquisa do Google) irá oferecer ao usuário; relevância essa que é calculada tendo em vista uma amostra da massa de dados da internet e a popularidade da pesquisa ao longo do tempo em um determinado conjunto geográfico (GOOGLE TRENDS, 2020, não paginado).

Agora, com o objetivo de tornar inequívoca a operação, exemplificar-se-á o processo por meio da descrição de uma pesquisa realizada na ferramenta:

FIGURA 13 – DESCRIÇÃO DE UMA OPERAÇÃO DE PESQUISA NO GOOGLE



FONTE: GOOGLE (2020a).

Na FIGURA 13 observamos que um usuário X digitou na **caixa de entrada da ferramenta de pesquisa** (delimitado em verde) o **termo de pesquisa** “Mayara Russi” (delimitado em azul). Imediatamente a **ferramenta de pesquisa Google** (não é visível para o usuário X; é o cálculo algorítmico efetuado simultaneamente a ação de digitar o termo de pesquisa) oferece ao usuário X **sugestões de pesquisa** (delimitadas em rosa) organizadas em ordem de **relevância** decrescente. Assim, no caso representado na FIGURA 13, a **sugestão de pesquisa** “peso” é a mais relevante sugestão associada ao **termo de pesquisa** “Mayara Russi”, enquanto que “peso 2018” é a **sugestão de pesquisa** que ocupa o 10º lugar em relevância em relação ao mesmo **termo de pesquisa**.

Conforme esclarecimentos anteriores sobre o funcionamento da **ferramenta de pesquisa**, nesse exemplo, a ordem de **relevância** apresentada por Google, foi estabelecida comparando-se uma amostra da massa de dados da internet (na qual está contida significativa amostra de tudo o que já foi publicado e pesquisado em relação ao termo “Mayara Russi”) com a popularidade dessa pesquisa (quantas vezes ao longo do tempo se pesquisou o termo “Mayara Russi”) em um determinado conjunto geográfico (Brasil).

#### 4.1.3 A comunicação entre as ações dos usuários do Google

Descrito um exemplo de uma operação de pesquisa por meio da **ferramenta Google**, observa-se, de maneira inteligível, o afirmado processo de comunicação: nota-se que, mesmo que o usuário X não constate no momento que efetua a pesquisa do termo “Mayara Russi”, ele está, com sua ação, *delegando* a **ferramenta de pesquisa Google**, que se comunique com as ações de milhares de outros usuários. Ou seja, mesmo que por meio de complexos cálculos algorítmicos, que transformam sua ação em uma série de decodificações e compilações de dados, está em efetiva *comunicação* com a ação de todos os usuários da ferramenta Google. Comunica-se, tanto com aqueles que pesquisaram por meio da mesma ferramenta, quanto com os que publicaram a respeito desse termo, *pois a massa de dados usada por Google origina-se de cada uma das ações de milhares de usuários que pesquisaram ou publicaram o termo “Mayara Russi”*. Isso significa, que a massa de dados, fruto da ação de pesquisa e publicação de cada um dos usuários, só se movimenta a medida da necessidade dos usuários. A *autoria* da comunicação é do usuário, não da ferramenta de pesquisa, do algoritmo ou da internet. A ferramenta de pesquisa, o algoritmo ou a internet, como a carta, o telefone ou o telégrafo, são meios para o processo dialógico humano.

Nota-se que, a comunicação, enquanto ação genérica do homem, que dependeu e ficava adstrita à presença física dos sujeitos para que uma efetiva relação dialógica acontecesse, já a muito se amplificou, tendo em vista as possibilidades de criação de objetos culturais. Instrumentos como a internet, e toda a ordem de operações informacionais na qual está alicerçada – inclusive os mecanismos de funcionamento da ferramenta Google – são extensão das possibilidades humanas de relação interpessoal e de comunicação. Verifica-se, em vista disso, a concretude da relação comunicacional que o usuário X mantém com todos os outros usuários que o precederam em uma pesquisa de termo específica, mesmo que o veículo para sua comunicação não esteja no campo de sua consciência ou intencionalidade.

Em vista do exposto, com relação ao objeto específico desse capítulo – a subjetividade social da corporeidade gorda que pode ser lida no espaço social da internet – conjectura-se que, a análise das **sugestões de pesquisa** disponibilizadas pela **ferramenta de pesquisa Google** relacionadas a determinados **termos de pesquisa**, é um caminho congruente para visibilizar como a pesquisa desses termos,

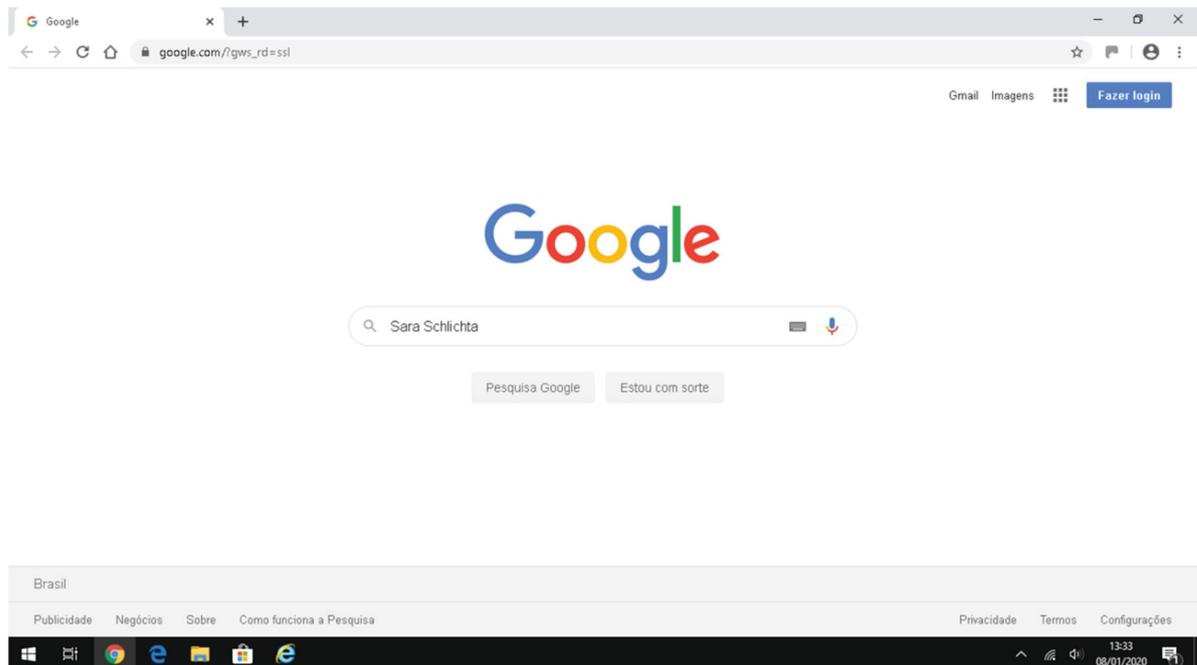
que se dá em processo de comunicação entre milhares de usuários, permite ler diferentes aspectos da subjetividade social da corporeidade gorda no espaço social da internet.

#### 4.2 LEVANTAMENTO, ANÁLISE E LEITURA DE ALGUNS ASPECTOS DA SUBJETIVIDADE SOCIAL A RESPEITO DA CORPOREIDADE GORDA INSCRITA EM UM CONJUNTO DE SUGESTÕES DE PESQUISA APRESENTADAS PELA FERRAMENTA DE PESQUISA GOOGLE

Assim, para proceder-se a leitura de alguns aspectos da subjetividade social da corporeidade gorda inscrita no espaço social da internet, foi realizado o *levantamento e análise quantitativa/qualitativa de uma amostra de conveniência* das **sugestões de pesquisa** mais relevantes apontadas pela **ferramenta de pesquisa Google** associadas à **80 termos de pesquisa**, os quais correspondem a **nomes** de: **20 mulheres gordas, 20 mulheres magras, 20 homens gordos e 20 homens magros**.

Os *critérios para a seleção* dos nomes desses homens e mulheres foram os seguintes: em primeiro lugar, todos os 80 nomes são de *peessoas conhecidas pelo grande público*, visto que, para que a **ferramenta de pesquisa Google** possa retornar **sugestões de pesquisa** relativas a este **nome/termo de pesquisa**, é necessário que exista uma quantidade significativa de usuários que tenham pesquisado este nome/termo específico. Por exemplo, conforme FIGURA 14, o termo/nome “Sara Schlichta” não retorna qualquer **sugestão de pesquisa**, visto que antes do dia 08 de janeiro de 2020, data em que foi realizada a busca, nenhum ou muito poucos usuários haviam pesquisado no passado este nome/termo específico. Portanto, o **nome/termo de pesquisa** ser identificado pela **ferramenta de pesquisa Google** como um que foi/é pesquisado por número significativo de usuários foi o primeiro critério para a seleção desses termos.

FIGURA 14 – EXEMPLO DE TERMO DE PESQUISA NÃO IDENTIFICADO COMO RELEVANTE PELA FERRAMENTA DE PESQUISA GOOGLE



FONTE: GOOGLE (2020b).

O segundo critério de seleção aplicado para a escolha de nomes/termos pesquisados, foi a *profissão* pela qual o grande público reconhece essas pessoas. Foram selecionados nomes de apresentadores(as) de televisão, cantores(as), atores/atrizes e modelos. Uma vez que o objetivo da análise é realizar uma leitura de alguns aspectos da subjetividade social da corporeidade gorda no espaço social da internet, considerou-se que a profissão que exercem cada uma das 80 pessoas pesquisadas deveria relacionar-se com exposição pública da corporeidade delas.

Conforme referido acima, a partir desses critérios foram selecionados **80 nomes de pessoas** (o que equivale a dizer 80 termos de pesquisa), os quais formam classificados em **4 diferentes conjuntos de 20 nomes/termos** de pesquisa: **mulheres gordas (MG)**, **mulheres magras (MM)**, **homens gordos (HG)** e **homens magros (HM)**, conforme TABELA 2:

TABELA 2 – 80 NOMES DE PESSOAS UTILIZADOS COMO TERMOS DE PESQUISA NA FERRAMENTA DE PESQUISA GOOGLE

Item	Mulheres Gordas	Mulheres Magras	Homens Gordos	Homens Magros
1	Mayara Russi (Modelo)	Bruná Marquezine (Atriz)	Tiago Abravanel (Ator)	Rodrigo Hilbert (Ator)
2	Cacau Protásio (Atriz)	Grazi Massafera (Atriz)	Jô Soares (Apresentador)	Luan Santana (Cantor)
3	Raíza Costa (Apresentadora)	Ivete Sangalo (Cantora)	João Gordo (Cantor)	Alexandre Pires (Cantor)
4	Gaby Amarantos (Cantora)	Gisele Bündchen (Modelo)	Serjão Loroza (Cantor)	Michel Teló (Cantor)
5	Thaís Carla (Dançarina)	Juliana Paes (Atriz)	Léo Jaime (Cantor)	Rodrigo Santoro (Ator)
6	Jojo Todynho (Cantora)	Sônia Braga (Atriz)	Faustão (Apresentador)	Cauã Reymond (Ator)
7	Fabiana Karla (Atriz)	Fernanda Lima (Apresentadora)	Ed Motta (Cantor)	Wagner Moura (Ator)
8	Denise Gimenez (Modelo)	Taís Araújo (Atriz)	Datena (Apresentador)	Lázaro Ramos (Ator)
9	Fluvia Lacerda (Modelo)	Paula Toller (Cantora)	Gilberto Barros (Apresentador)	Rodrigo Faro (Apresentador)
10	Preta Gil (Cantora)	Ana Hickmann (Apresentadora)	Ratinho (Apresentador)	Luciano Huck (Apresentador)
11	Brooke Elliott (Cantora)	Lady Gaga (Cantora)	Danny Devito (Ator)	Idris Elba (Ator)
12	Oprah Winfrey (Apresentadora)	Beyoncé (Cantora)	Jason Alexander (Ator)	Johnny Depp (Ator)
13	Tess Holliday (Modelo)	Demi Lovato (Cantora)	Zach Galifianakis (Ator)	Jamie Foxx (Ator)
14	Melissa McCarthy (Atriz)	Sandra Bullock (Atriz)	Jonah Hill (Ator)	Bradley Cooper (Ator)
15	Rosie O'Donnell (Atriz)	Ellen DeGeneres (Apresentadora)	Kevin James (Ator)	Adam Levine (Cantor)
16	Sharon Rooney (Atriz)	Jennifer Lopez (Cantora)	James Corden (Apresentador)	Bruno Mars (Cantor)
17	Queen Latifah (Atriz)	Charlize Theron (Atriz)	John Goodman (Ator)	Justin Timberlake (Cantor)
18	Gabourey Sidibe (Atriz)	Angelina Jolie (Atriz)	Gerard Depardieu (Ator)	Eddie Vedder (Cantor)
19	Rebel Wilson (Atriz)	Viola Davis (Atriz)	Jorge Garcia (Ator)	Jimmy Fallon (Apresentador)
20	Amy Schumer (Atriz)	Anne Hathaway (Atriz)	Seth Rogen (Ator)	Brad Pitt (Ator)

FONTE: A autora (2020).

Após a descrição da etapa de seleção de **nomes/termos de pesquisa**, é fundamental que se descreva o *procedimento* da pesquisa.

Nos dias 08, 09 e 10 de janeiro de 2020, cada um dos **20 nomes/termos de pesquisa** de cada um dos **4 conjuntos** indicados na TABELA 2 foi digitado na **caixa de entrada da ferramenta de pesquisa Google**. Com relação a cada uma dessas pesquisas foi realizado o registro das **10 sugestões de pesquisa** apresentadas pela **ferramenta Google**, as quais foram transferidas para um banco de dados Excel (ANEXO 1).

No banco de dados, após leitura e análise das **800 sugestões de busca** (esse é o total de sugestões de busca as quais se chegou, tendo em vista que, para cada um dos 80 termos/nomes, a ferramenta de pesquisa Google retorna 10 sugestões de pesquisa organizadas em ordem de relevância decrescente), esse universo de sugestões foi agrupado em **11 diferentes grupos**:

**(1) Aparência/Características Físicas:** atribuiu-se a cor vermelha para esse grupo de sugestões de pesquisa. Foi classificada como pertencente a este grupo, a sugestão

que indicasse por meio de sua leitura, a noção ou percepção, de que se relacionava ao exame da aparência física do nome/termo de pesquisa digitado na caixa de entrada da ferramenta Google. Conforme ANEXO 1, agregou-se nesse grupo sugestões como: “peso”; “altura”; “magra”; “emagreceu”; “olhos”; “*weight loss*” (perda de peso); “medidas”; “*measurements*” (medidas); “cabelo curto”; “*tattoo*” (tatuagem).

**(2) *Companheiro(a)*:** atribuiu-se a cor verde para esse grupo de sugestões de pesquisa. Foi classificada como pertencente a este grupo, a sugestão que indicasse por meio de sua leitura, a noção ou percepção, de que se relacionava a existência ou exame do companheiro(a) do nome/termo de pesquisa digitado na caixa de entrada da ferramenta Google. Conforme ANEXO 1, agregou-se nesse grupo sugestões como: “marido”; “esposa”; “namorado”; “namorada”; “*husband*” (marido); “*wife*” (esposa); “casamento”; “*married*” (casado(a)).

**(3) *Família/Relações Sociais*:** atribuiu-se a cor azul para esse grupo de sugestões de pesquisa. Foi classificada como pertencente a este grupo, a sugestão que indicasse por meio de sua leitura, a noção ou percepção, de que se relacionava a existência ou exame de familiar ou pessoa da relação social do nome/termo de pesquisa digitado na caixa de entrada da ferramenta Google. Conforme ANEXO 1, agregou-se nesse grupo sugestões como: “filho”; “tem filhos”; “pai”; “mãe”; “família”; “irmão”; “gravidez”.

**(4) *Envelhecimento*:** atribuiu-se a cor amarela para esse grupo de sugestões de pesquisa. Foi classificada como pertencente a este grupo, a sugestão que indicasse por meio de sua leitura, a noção ou percepção, de que se relacionava a idade do nome/termo de pesquisa digitado na caixa de entrada da ferramenta Google. Conforme ANEXO 1, agregou-se nesse grupo sugestões como: “idade”; “2019”; “jovem”; “hoje”; “*young*” (jovem), “tem quantos anos”, “antes e depois”.

**(5) *Saúde/Doença*:** atribuiu-se a cor ciano para esse grupo de sugestões de pesquisa. Foi classificada como pertencente a este grupo, a sugestão que indicasse por meio de sua leitura, a noção ou percepção, de que se relacionava a existência de doença ou morte atinente ao nome/termo de pesquisa digitado na caixa de entrada da ferramenta Google. Conforme ANEXO 1, agregou-se nesse grupo sugestões como: “morreu”; “*ivf*” (sigla em inglês para fertilização in vitro); “está doente”.

**(6) *Biografia*:** atribuiu-se a cor laranja para esse grupo de sugestões de pesquisa. Foi classificada como pertencente a este grupo, a sugestão que indicasse por meio de sua leitura, a noção ou percepção, de que se relacionava ao exame da história de vida

do nome/termo de pesquisa digitado na caixa de entrada da ferramenta Google. Conforme ANEXO 1, agregou-se nesse grupo sugestões como: “biografia”; “nasceu onde” e “*wikipedia*” (enciclopédia eletrônica colaborativa baseada na *web*).

**(7) Redes Sociais:** atribuiu-se a cor marrom para esse grupo de sugestões de pesquisa. Foi classificada como pertencente a este grupo, a sugestão que indicasse por meio de sua leitura, a noção ou percepção, de que se relacionava ao exame ou participação em redes sociais da internet do nome/termo de pesquisa digitado na caixa de entrada da ferramenta Google. Conforme ANEXO 1, agregou-se nesse grupo sugestões como: “*insta*” e “*instagram*” (rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos).

**(8) Trabalho:** atribuiu-se a cor cinza para esse grupo de sugestões de pesquisa. Foi classificada como pertencente a este grupo, a sugestão que indicasse por meio de sua leitura, a noção ou percepção, de que se relacionava a existência, exame ou fruto de atividade de trabalho do nome/termo de pesquisa digitado na caixa de entrada da ferramenta Google. Conforme ANEXO 1, agregou-se nesse grupo sugestões como: “música”; “filmes”; “filmografia”; “letras”; “*netflix*” (provedora de filmes e séries via internet); “*movies*” (filmes); “*oscar*”; “sifra”.

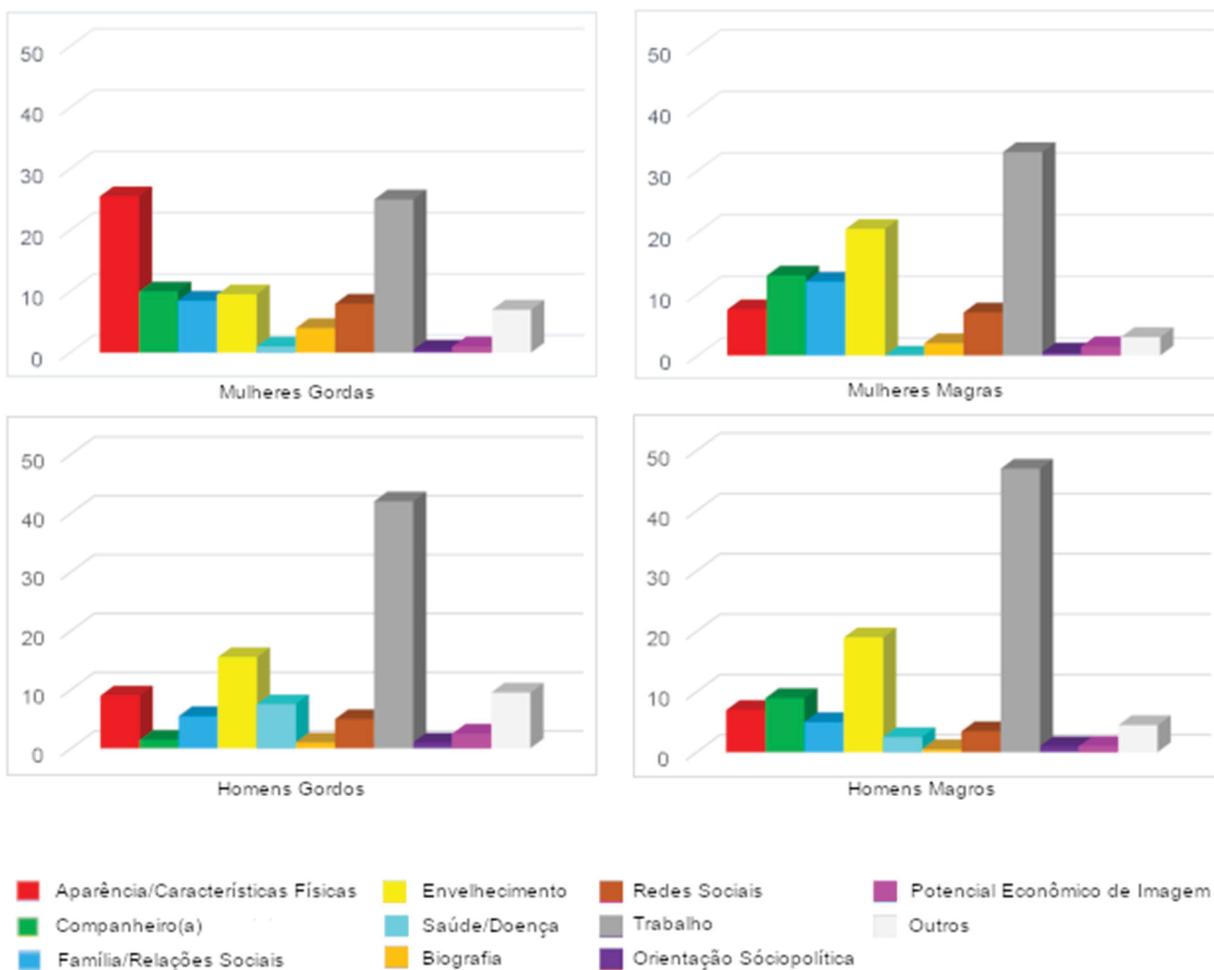
**(9) Orientação Sociopolítica:** atribuiu-se a cor púrpura para esse grupo de sugestões de pesquisa. Foi classificada como pertencente a este grupo, a sugestão que indicasse por meio de sua leitura, a noção ou percepção, de que se relacionava a orientação sociopolítica do nome/termo de pesquisa digitado na caixa de entrada da ferramenta Google. Conforme ANEXO 1, agregou-se nesse grupo sugestões como: “Bolsonaro”; “Lula”; “Trump”.

**(10) Potencial Econômico de Imagem:** atribuiu-se a cor rosa para esse grupo de sugestões de pesquisa. Foi classificada como pertencente a este grupo, a sugestão que indicasse por meio de sua leitura, a noção ou percepção, de que se relacionava ao potencial econômico da imagem do nome/termo de pesquisa digitado na caixa de entrada da ferramenta Google. Conforme ANEXO 1, agregou-se nesse grupo sugestões como: “*net worth*” (patrimônio líquido); “fortuna”; “salário”.

**(11) Outros:** atribuiu-se a cor branca para esse grupo de sugestões de pesquisa. Foi classificada como relativa a este grupo, a sugestão de pesquisa que não se relacionava com o nome/termo de pesquisa digitado na caixa de entrada da ferramenta Google; conseqüentemente, estas sugestões foram descartadas para efeito de análises.

Descritos os **11 grupos de sugestões de pesquisa** identificados, apresenta-se os *resultados* numéricos e *percentuais* observados a partir dessa classificação em cada um dos **4 conjuntos de nomes/termos de pesquisa**, ou seja, em cada um dos conjuntos: **mulheres gordas (MG)**, **mulheres magras (MM)**, **homens gordos (HG)**, **homens magros (HM)**:

GRÁFICO 1 – DISTRIBUIÇÃO EM PERCENTUAIS DOS 11 GRUPOS DE SUGESTÕES DE PESQUISA NOS 4 CONJUNTOS DE NOMES/TERMOS DE PESQUISA: MG, MM, HG E HM



FONTE: A autora (2020).

TABELA 3 – DISTRIBUIÇÃO NUMÉRICA E EM PERCENTUAIS DOS 11 GRUPOS DE SUGESTÕES DE PESQUISA NOS 4 CONJUNTOS DE NOMES/TERMOS DE PESQUISA: MG, MM, HG E HM

Item	Grupos de Sugestões de Pesquisa	Mulheres Gordas		Mulheres Magras		Homens Gordos		Homens Magros	
		n. absoluto sugestões de Pesquisa	percentual						
1	Aparência/Características Físicas	51	25,5	15	7,5	18	9	14	7
2	Companheiro(a)	20	10	26	13	3	1,5	18	9
3	Família/Relações Sociais	17	8,5	24	12	11	5,5	10	5
4	Envelhecimento	19	9,5	41	20,5	31	15,5	38	19
5	Saúde/Doença	2	1	0	0	15	7,5	5	2,5
6	Biografia	8	4	4	2	2	1	1	0,5
7	Redes Sociais	16	8	14	7	10	5	7	3,5
8	Trabalho	50	25	66	33	84	42	94	47
9	Orientação Sóciopolítica	1	0,5	1	0,5	2	1	2	1
10	Potencial Econômico de Imagem	2	1	3	1,5	5	2,5	2	1
11	Outros	14	7	6	3	19	9,5	9	4,5
	<b>Total</b>	200	100	200	100	200	100	200	100

FONTE: A autora (2020).

#### 4.2.1 Conjunto mulheres gordas (MG)

Para o conjunto **mulheres gordas (MG)** o grupo de sugestões de pesquisa **Aparência/Característica Física**, em comparação com os 10 outros grupos de sugestões de pesquisa elencados, é o que apresentou percentual mais alto, ou seja, 25,5% do universo de 200 sugestões de busca relaciona-se a esse grupo. Isto equivale dizer que, no conjunto MG, das 200 sugestões de pesquisa relacionadas pela ferramenta de pesquisa Google, 51 estavam relacionadas à **Aparência/Característica Física**. Observar o número absoluto de 51 sugestões de pesquisa nesse caso específico é relevante porque, na análise qualitativa das sugestões notou-se que, 41 são representadas apenas pelas expressões: “peso”, “emagreceu”, “magra”, “perdeu peso” e “medidas” (em português e inglês); o que sinaliza que o interesse majoritário dos usuários da internet que pesquisam o nome dessas mulheres do conjunto MG é relativo ao peso delas.

Sobre o grupo de sugestões de pesquisa **Envelhecimento**, observa-se que, 9,5% das sugestões estão relacionadas ao exame do processo de envelhecimento desse conjunto de MG, e em números absolutos sugestões como “idade”, “antes e depois” e “2019” aparecem relacionadas 19 vezes.

No grupo de sugestões de pesquisa **Companheiro(a)**, observa-se que, 10% das sugestões estão relacionadas a observação ou exame do companheiro(a) das

mulheres do conjunto de MG, e em números absolutos sugestões como “marido”, “namorado” e “casada” aparecem relacionadas 20 vezes.

No grupo de sugestões de pesquisa **Família/Relações Sociais**, observa-se que, 8,5% das sugestões estão relacionadas a observação ou exame da família ou relações sociais das mulheres do conjunto de MG, e em números absolutos sugestões como “filhos”, “tem filhos” e “está grávida” aparecem relacionadas 20 vezes.

No grupo de sugestões de pesquisa **Trabalho**, observa-se que, 25% das sugestões estão relacionadas ao exame da atividade de trabalho das mulheres desse conjunto de MG, e em números absolutos sugestões como “filmes”, “música” e “livro” aparecem relacionadas 50 vezes. No caso específico desse grupo de sugestões, observa-se que, o interesse dos usuários em relação as atividades de trabalho desse conjunto de MG é apenas ligeiramente menor do que o interesse que apresentam em relação a aparência física dessas mulheres. Contudo, como explicitar-se-á nas análises a diante, a aparente equivalência de importância que os usuários atribuem a aparência física e ao trabalho desse conjunto específico de MG pode ser questionado.

#### 4.2.2 Conjunto mulheres magras (MM)

Para o conjunto **mulheres magras (MM)** o grupo de sugestões de pesquisa **Envelhecimento**, em comparação como os 10 outros grupos elencados, é o que apresentou o segundo percentual mais alto de sugestões de pesquisa, ou seja, 20,5% do universo de 200 sugestões de pesquisa do conjunto MM relaciona-se a esse grupo. Isto equivale dizer que, das 200 sugestões de pesquisa relacionadas pela ferramenta de pesquisa Google no conjunto MM, 41 são relativas ao processo de envelhecimento dessas mulheres, e as sugestões mais utilizadas aqui foram: “idade”, “hoje”, “nova”, “jovem”. Na análise qualitativa, não apenas a observação do número absoluto de vezes em que a sugestão de pesquisa “idade” foi relacionada é importante. Nesse caso específico, a posição de *relevância* em que essa sugestão de pesquisa ficou relacionada, expressa o interesse predominante dos usuários da ferramenta de pesquisa, de examinar o envelhecimento dessas MM. Conforme pode ser observado no ANEXO 1, na planilha “conjunto mulheres magras”, na primeira coluna das sugestões de pesquisa (o que equivale a primeira sugestão de pesquisa relacionada pela ferramenta de pesquisa Google para cada um dos nomes/termos de pesquisa),

a sugestão “idade” aparece 12 vezes. Ou seja, para os 20 nomes de mulheres que compõe o conjunto MM este é primeiro interesse relacionado a 12 delas.

Sobre ao grupo de sugestões de pesquisa **Companheiro(a)**, observa-se que, 13% das sugestões estão relacionadas a observação ou exame do companheiro(a) das mulheres do conjunto de MM, e em números absolutos sugestões como “marido”, “namorado” e “casada” aparecem relacionadas 26 vezes.

No grupo de sugestões de pesquisa **Família/Relações Sociais**, observa-se que, 12% das sugestões estão relacionadas ao exame da família ou relações sociais desse conjunto de MM, e em números absolutos sugestões como “filhos”, “tem filhos” e “está grávida” aparecem relacionadas 24 vezes.

No grupo de sugestões de pesquisa **Trabalho**, observa-se que, 33% das sugestões estão relacionadas ao exame da atividade de trabalho desse conjunto de MM, e em números absolutos sugestões como “filmes”, “música” e “livro” aparecem relacionadas 66 vezes. No caso específico desse grupo de sugestões, o interesse de pesquisa dos usuários, em relação as atividades de trabalho das mulheres magras, é superior ao interesse que apresentam em relação a aparência física delas. Assim, constata-se que os usuários da ferramenta de pesquisa Google interessam-se mais em pesquisar sobre as atividades laborais do conjunto MM do que sobre o conjunto MG. Contudo, como explicitar-se-á nas análises a diante, a aparente superioridade de importância que os usuários atribuem ao trabalho em detrimento da aparência física no conjunto MM pode ser questionado.

#### 4.2.3 Conjunto de homens gordos (HG)

Com relação ao conjunto de **homens gordos**, os destaques são: em primeiro lugar, no grupo de sugestões de pesquisa **Saúde/Doença**, observa-se que, o número de sugestões relacionadas à existência de doença ou morte atinente a este conjunto de HG, é significativamente mais alto que o encontrado nos outros três conjuntos: MG, MM e HM. No conjunto MG está elencada uma única sugestão de pesquisa relativa à saúde/doença, a sugestão “*ivf*” (sigla em inglês para o procedimento conhecido no Brasil com fertilização in vitro). No conjunto de MM não há qualquer sugestão de pesquisa relacionada a esse grupo. E no conjunto de HM estão elencadas 5 sugestões relativas à saúde/doença. Por isso chama atenção que no conjunto HG a sugestão de pesquisa “morreu” esteja relacionada 15 vezes.

Sobre essa questão, de acordo com o problematizado no capítulo 3, a construção de um padrão de corpo magro-belo-saudável, a partir as revoluções burguesas, acarreta diferentes implicações para o corpo da mulher gorda e para o corpo do homem gordo. Como descrito acima, com relação ao conjunto MG, há apenas uma sugestão de pesquisa, a sigla “ivf”, sobre a saúde/doença de uma mulher gorda, ou seja, o interesse do usuário é relativo à possibilidade dessa mulher engravidar ou não.

O corpo da mulher gorda é marcado como feio, em vista de uma configuração de significados e sentidos sociais que atrelam a gordura na mulher a representações de repelência, colaborando, muitas vezes, para a morte simbólico/afetiva dela. Em contrapartida, o corpo do homem gordo é reputado como aquele não sustenta fisiologicamente a vida, por isso, até mesmo nas sugestões de pesquisa do Google ficam visibilizados significados sociais e sentidos subjetivos de morte física atrelados a estes homens gordos. Como explicitado em outros pontos desse trabalho, não é objeto desse estudo romantizar o corpo gordo, e não se questiona em momento algum que a medicina estabeleceu significativos entendimentos sobre o excesso de peso causar danos graves a saúde. Entretanto, é curioso notar: apesar do interesse dos usuários da ferramenta centrar-se na possibilidade de morte de 15 homens gordos, todos os 20 relacionados nesse conjunto, que têm idades atuais que variam de 32 a 81 anos, estão vivos.

O segundo destaque na análise do conjunto HG é como o grupo de sugestões de pesquisa **Trabalho** é percentualmente muito superior ao grupo de sugestões de pesquisa **Aparência/Característica Física**. Observa-se que, 42% das 200 sugestões de pesquisa do conjunto HG estão relacionadas ao exame da atividade de trabalho deles, o que em números absolutos significa que sugestões como “filmes” e “música” aparecem relacionadas 84 vezes. Assim, no caso específico desse grupo de sugestões, nota-se que, o interesse dos usuários em relação as atividades de trabalho desse conjunto de HG, é quatro vezes maior que o interesse que apresentam em relação a aparência física deles. Pois, com relação ao grupo de sugestões de pesquisa **Aparência/Característica Física**, constata-se que, apenas 9% das sugestões de pesquisa relacionam-se com o exame da aparência deles. Além disso, em números absolutos a expressão “altura” (em português e inglês) aparece relacionada 11 vezes, enquanto que expressões que estejam relacionadas ao peso do conjunto HG como “peso”, “perder peso”, “emagreceu” foi listada apenas 6 vezes.

Além disso, por meio da comparação dos grupos de sugestões de pesquisa **Aparência/Característica Física** nos conjuntos **HG** e **MG**, visibiliza-se que, o número de sugestões de pesquisa com a expressão “peso” foi 13 vezes maior no conjunto de MG que no conjunto de HG. Ou seja, enquanto que listou-se 41 vezes a sugestão de pesquisa “peso” no conjunto MG, no conjunto HG ela apareceu apenas 3 vezes.

#### 4.2.4 Conjunto de homens magros (HM)

Sobre o grupo de sugestões de pesquisa **Trabalho**, observa-se que 47% das sugestões de pesquisa estão relacionadas ao exame da atividade de trabalho desse conjunto de HM, e em números absolutos sugestões como “filmes”, “música” e “livro” aparecem relacionadas 94 vezes. Assim, nota-se que o interesse do usuário da ferramenta Google é seis vezes maior no exame da atividade laboral desse conjunto de HM do que em relação à sua aparência física, visto que apenas 7% das sugestões de pesquisa são relativas ao grupo Aparência/Característica Física.

#### 4.2.5 Comparação entre grupos de sugestões de pesquisa homogeneizantes e grupos de sugestões de pesquisa que expressam individualidade

Realizado essa primeira etapa de análises dos diferentes conjuntos de MG, MM, HG e HM é relevante também problematizar que, conforme conjecturado nesse trabalho, verificou-se que os grupos de sugestões de pesquisa dividem-se em dois grandes blocos.

No primeiro bloco foram alocados 4 grupos de sugestões de pesquisa: **Aparência/Característica Física, Envelhecimento, Companheiro(a) e Família/Relações Sociais**. Enquanto que no segundo bloco estão outros 3 grupos de sugestões de pesquisa: **Trabalho, Biografia e Potencial Econômico da Imagem**.

Apesar de cada um dos grupos de sugestão elencados tratar de diferentes aspectos em relação a um nome/termo de pesquisa (se a sugestão é a palavra “peso”, trata-se do grupo de sugestões de pesquisa aparência física, se a sugestão é a palavra “idade”, trata-se do grupo de sugestões de pesquisa envelhecimento, e assim por diante), na análise qualitativa realizada sobre cada uma das expressões utilizadas como sugestão de pesquisa, verificou-se que as sugestões são muito mais *homogeneizadoras* nos 4 grupos de sugestões de pesquisa que compõe o primeiro

bloco (Aparência/Característica Física, Envelhecimento, Companheiro(a) e Família/Relações Sociais), do que as expressões utilizadas como sugestões de pesquisa no segundo bloco (Trabalho, Biografia e Potencial Econômico da Imagem).

Observando-se qualitativamente as expressões utilizadas como sugestões de pesquisa no grupo **Aparência/Característica Física** em relação ao **conjunto MG**, nota-se que quase todas as 51 são variações, em inglês ou português, das palavras: “peso”, “magra”, “emagreceu”, “medidas” e “altura”. Em seguida, atentando-se as sugestões de pesquisa no grupo Aparência/Característica Física, só que agora no **conjunto MM**, observa-se que o fenômeno da pouca variabilidade de expressões se repete, quase todas as 15 sugestões elencadas são as palavras: “altura” e “magreza”. No **conjuntos HG** todas as 18 sugestões de pesquisa relativas ao grupo Aparência/Característica Física são (ou são variações) das palavras: “altura” e “emagreceu”. E no **conjunto HM** todas as 14 sugestões de pesquisa desse grupo são a palavra “altura” ou sua variação em inglês “*height*”. Portanto, apesar do interesse do usuário do Google ser maior em relação a aparência física das mulheres gordas, visto que foi a maior incidência de sugestões de pesquisas, com 51 relacionadas, constata-se que, apenas seis palavras (ou pequenas variações delas) – peso, magra, magreza, emagreceu, medidas e altura – são utilizadas pelo usuário da ferramenta de pesquisa Google para se referir a aparência física de qualquer uma das 80 pessoas selecionadas como nomes/termos de pesquisa.

Repetindo-se a experiência de observar qualitativamente as expressões utilizadas como sugestões de pesquisa nos grupos de sugestões de pesquisa **Envelhecimento, Companheiro(a) e Família/Relações Sociais**, tendo em vista os diferentes conjuntos de MG, MM, HG e HM, constata-se que o fenômeno é muito semelhante.

Observando-se qualitativamente as expressões utilizadas como sugestões de pesquisa no grupo **Envelhecimento**, apesar de ser o **conjunto MM** que apresenta o maior número de sugestões de pesquisa relativas a este grupo, com 41 sugestões verificadas, nota-se que quase todas são, ou são variações das expressões: “idade” e “jovem”. No **conjunto MG** são relacionadas 19 sugestões, com palavras como “idade”, “2019” e “antes e depois”. No **conjunto HG** são relacionadas 31 sugestões, com predomínio das palavras “idade” e “jovem”. No **conjunto HM** são relacionadas 38 sugestões, predominando também as expressões “idade” e “jovem”. Ou seja, de maneira análoga ao que aconteceu na análise qualitativa das sugestões de pesquisa

relativas ao grupo Aparência/Característica Física, são utilizadas pelo usuário da ferramenta, para conhecer sobre o processo de envelhecimento de 80 diferentes pessoas selecionadas como nomes/termos de pesquisa, apenas as expressões: “idade”, “jovem”, “2019” e “antes e depois”.

Com relação as expressões utilizadas como sugestões de pesquisa no grupo **Companheiro(a)**, o **conjunto MM** que apresenta o maior número de sugestões de pesquisa relativas a este grupo, com 26 sugestões verificadas, sendo que 16 delas são as palavras: “marido”, “namorado” e “esposa”. No **conjunto MG** são relacionadas 20 sugestões, com predominância das palavras “marido” e “namorado”. No **conjunto HG** são relacionadas apenas 3 sugestões, todas relativas à palavra “esposa” (ou sua variação em inglês). No **conjunto HM** são relacionadas 18 sugestões, predominando a expressão “esposa”. Ou seja, de maneira análoga ao que aconteceu na análise qualitativa das sugestões de pesquisa relativas aos grupos anteriores, para conhecer sobre os relacionamentos conjugais de 80 diferentes pessoas selecionadas como nomes/termos de pesquisa, os usuários da ferramenta de pesquisa Google utilizam-se predominantemente das expressões: “marido”, “esposa”, “namorado”.

E ainda, sobre as expressões utilizadas como sugestões de pesquisa no grupo **Família/Relacionamentos Sociais**, no **conjunto MM** verificou-se o maior número de sugestões de pesquisa relativas a este grupo, com 24 sugestões, sendo que todas elas se relacionam a maternidade, por meio de expressões como “filho” e “grávida”. No **conjunto MG** foram apuradas 17 sugestões, também com todas as expressões relacionadas a maternidade, por meio das palavras “filho” e “grávida”. No **conjunto HG** são relacionadas 11 sugestões, relativas as palavras “filho”. No **conjunto HM** foram listadas 10 sugestões, predominando a expressão “filho”. Ou seja, semelhante ao que aconteceu na análise qualitativa das sugestões de pesquisa relativas aos grupos anteriores, o interesse do usuário da ferramenta de pesquisa Google é unidirecional sobre relacionamentos familiares de 80 diferentes pessoas, pois utilizam-se predominantemente da expressão: “filho” em detrimento de outros parentescos ou a presença de nomes próprios.

Por isso que, conforme afirmou-se anteriormente, os grupos de sugestões **Aparência/Característica Física**, **Envelhecimento**, **Companheiro(a)** e **Família/Relações Sociais**, expressam um interesse *homogeneizado* dos usuários da ferramenta de pesquisa a respeito das 80 pessoas relacionadas como nomes/termos de pesquisa. Indica, pelo uso constante das mesmas expressões genéricas, uma

subjetividade social que idealiza que todas as pessoas, independentemente de suas necessidades, características e histórias de vida, devem controlar o peso corporal, não podem envelhecer, devem ter um companheiro(a) e filhos.

Entretanto, em sentido que diverge do que se verificou a partir da análise qualitativa dos grupos de sugestões Aparência/Característica Física, Envelhecimento, Companheiro e Família/Relações Sociais, um outro bloco de grupo de sugestões de pesquisa, formado pelos grupos **Trabalho**, Biografia e **Potencial Econômico da Imagem**, expressam que o usuário do Google atribui um grau maior de *individualidade* aos nomes/termos de pesquisa naquilo que diz respeito às suas atividades de trabalho.

Com relação ao grupo de sugestões de pesquisa **Biografia**, observa-se que, embora nos 4 conjuntos MG, MM, HG e HM, serem poucas as sugestões em termos quantitativos, as palavras “biografia” e “wikipedia” expressam que o usuário da ferramenta do Google interessa-se em conhecer algo em sentido mais individualizado sobre o nome/termo de pesquisa.

Com relação ao grupo de sugestões de pesquisa **Potencial Econômico da Imagem**, grupo intimamente relacionado ao grupo de sugestões Trabalho, ainda que nos 4 conjuntos MG, MM, HG e HM, serem também diminutas as sugestões em termos quantitativos, as palavras “*net worth*” (patrimônio líquido) e “fortuna” expressam que o usuário da ferramenta do Google tem interesse em conhecer uma particularidade ou decorrência da atividade laboral dessas pessoas.

Contudo, é em relação ao grupo de sugestões de pesquisa **Trabalho** que a ação de pesquisar do usuário da ferramenta Google expressa uma intenção de procurar algo mais individualizante sobre os nomes/termos de pesquisa.

Observando-se qualitativamente as expressões utilizadas como sugestões de pesquisa no grupo **Trabalho** no **conjunto MG**, nota-se que das 50, 20 são mais genéricas, como as palavras “*movies*”, “filmes”, “*netflix*”, “música” e “livro” (pois são palavras que se repetem para saber de diferentes nomes/termos de pesquisa, independentemente de qualquer condição singular), enquanto que 30 são expressões que dizem apenas daquele nome/termo de pesquisa específico, como o nome de um determinado personagem ou filme em que uma atriz atuou, o nome de uma

determinada música que uma cantora compôs ou interpreta, ou um prêmio relacionado ao trabalho que só diz respeito a uma determinada mulher.

Além disso, à medida que se analisou qualitativamente os outros conjuntos de MM, HG e HM, observou-se que foi crescente a ocorrência de sugestões de pesquisa que são específicas para um determinado nome/termo de pesquisa. No **conjunto MM** são relacionadas 66 sugestões: 14 são aquelas com sentidos mais genéricos como “*movies*”, “*filmes*”, “*netflix*”, “*música*” e “*livro*”, enquanto foram 52 as identificadas como específicas para aquela mulher. No **conjunto HG** são relacionadas 84 sugestões: 16 são aquelas com sentidos mais genéricos como “*movies*”, “*filmes*”, “*netflix*” e “*música*”, enquanto foram 68 as identificadas como específicas para aquele homem. No **conjunto HM** são relacionadas 94 sugestões: 19 são aquelas com sentidos mais genéricos como “*movies*”, “*filmes*”, “*netflix*” e “*música*”, enquanto foram 75 as identificadas como específicas para aquele homem. Assim, quanto mais perto dos ideais de normatividade, ou seja, ser um homem magro, mais essa expressão de singularidade parece importar para o usuário da ferramenta de pesquisa do Google.

#### 4.2.6 Alguns aspectos da subjetividade social a respeito da corporeidade gorda inscrita em grupos de sugestões de pesquisa apresentadas pela ferramenta de pesquisa Google

Considera-se que esta análise procurou clarificar alguns aspectos da subjetividade social a respeito da corporeidade que ficam expressos nas ações de busca dos usuários que se utilizam da ferramenta de pesquisa Google, que passariam despercebidos sem uma leitura de conjunto, pois quando a análise é realizada *em função do conjunto de ações semelhantes*, ou seja, *em função do diálogo que milhares de usuários travam sem se darem conta*, verifica-se mais do que a resposta que o usuário procurava.

Conforme apresentado anteriormente, as **sugestões de pesquisa** oferecidas pela **ferramenta de pesquisa Google**, são resultado, mesmo que intermediado por complexos cálculos algorítmicos, das ações de pesquisa de milhares de usuários do Google.

Assim, quando se observa que o *interesse prioritário* dos usuários dessa ferramenta ao pesquisarem um **conjunto de MG** é examinar o corpo delas, do ponto de vista de seu peso, isso visibiliza, sem extrapolações que seriam mera inferência,

que a *questão do peso* é algo que tem feito parte da realidade concreta de uma parcela significativa da população brasileira. Julga-se que, as sugestões de pesquisa relativas a **Aparência/Característica Física no conjunto MG** serem expressões predominantemente relativas ao *peso* (41 das 51 expressões analisadas), alinha-se com a realidade da questão vista por outros ângulos. Resgatando o discutido anteriormente nesse trabalho, tanto os dados da pesquisa VIGITEL (BRASIL, 2019), que mostram que 54% da população brasileira adulta brasileira apresenta sobrepeso, quanto o debate que ativistas digitais têm promovido na internet sobre a corporeidade gorda, têm corroborado para que a *questão peso* ganhe cada vez mais projeção nos espaços sociais, inclusive no espaço social da internet.

Por isso, no uso da ferramenta de pesquisa Google, uma das portas de entrada da internet para o usuário, também fica manifesto como o *peso*, apesar de haverem diversos discursos sobre a possibilidade de existência legítima de todos os corpos, ainda ser uma questão. Observamos que **41** das 200 sugestões de pesquisa da ferramenta Google são menções diretas a questão do peso no **conjunto MG**, ou seja, de *todos* os interesses possíveis que um usuário da internet, uma pessoa, pode ter sobre a realidade de uma outra pessoa, em cerca de  $\frac{1}{4}$  das vezes esse interesse é relativo *exclusivamente* ao peso dessa mulher. Isto posto, nesse momento, é possível afirmar que a subjetividade social da corporeidade explicitada na atividade do usuário da ferramenta de pesquisa Google expressa uma preocupação significativa com o peso corporal.

Também é importante comparar como os grupos de sugestões de busca organizaram-se de maneira completamente diferentes nos diferentes conjuntos de MG, MM, HG e HM.

Observando-se o GRÁFICO 1, no **conjunto MG**, a coluna em vermelho, representação gráfica de que 25,5% das sugestões de pesquisa relacionadas dizem respeito a **Aparência/Característica Física das MG**, é quase que percentualmente *equivalente*, no **conjunto MM**, a coluna em amarelo, que representa os 20,5% de sugestões de pesquisa relacionadas ao **Envelhecimento** da MM. A partir dessa observação conjectura-se que, se para o conjunto MG o tópico premente para observação do usuário da ferramenta de pesquisa Google é o corpo gordo dessas mulheres, para o conjunto MM o tópico que interessa o usuário é observar é o corpo envelhecido delas.

Sobre essa comparação, nota-se que, os usuários da ferramenta de pesquisa, em geral, não realizam reflexão sobre as representações e discursos sobre o corpo ao efetuarem essa natureza de pesquisa no Google. Mas suas ações de pesquisa nessa ferramenta, ancoradas em inúmeros sentidos subjetivos sociais e individuais a respeito da corporeidade, mostram como o *peso corporal*, elemento que está na centralidade o debate sobre o padrão corporal hegemônico magro-belo-saudável e na inscrição de corporeidades contra-hegemônicas como o corpo gordo intenso, é essencial na configuração da subjetividade social a respeito da corporeidade da mulher, pois a expressão “peso” foi a mais relacionada entre todas as sugestões de pesquisa relacionadas ao conjunto MG.

Contudo, na ação dos usuários da ferramenta Google que pesquisam sobre o conjunto de MM, evidencia-se que, a força depositada no “peso” no conjunto MG, é deslocada para o envelhecimento desses corpos. Nesse caso, como observado, a expressão “idade” foi relacionada 12 vezes, em primeiro lugar de relevância, para um conjunto de 20 MM. Sobre isso conjectura-se que, quando o corpo da mulher é magro, e ela não pode ser avaliada tendo em vista adequar-se ao padrão de corpo magro-belo-saudável, o elemento seguinte que se torna objeto de censura é o seu processo de envelhecimento.

Além disso, comparando-se os achados de sugestões de pesquisa nos conjuntos MG e HG, julga-se que, a experiência realizada por essa pesquisa na simulação do uso da ferramenta de pesquisa Google, mostra como a subjetividade social em relação a corporeidade gorda se configura de formas completamente diferentes em relação ao homem e a mulher. O usuário da ferramenta não tem interesse em saber sobre o peso desse homem, interessando-se em saber se este homem do **conjunto de HG** está morto ou vivo. Entretanto, isso não significa que a *questão do peso* aqui não seja uma questão. Aqui ela se expressa de uma outra maneira, como dito anteriormente, o corpo do homem gordo é reputado como um corpo que não sustenta a vida física, o que o condenaria a morte física.

#### 4.2.7 Algumas considerações sobre as sugestões de pesquisa apresentadas pela ferramenta de pesquisa Google

Identificada essa ordem de fenômenos por meio das análises realizadas, que mostra que o *interesse prioritário* dos usuários dessa ferramenta ao pesquisarem um

**conjunto de MG** é examinar o corpo delas, do ponto de vista de seu peso, enquanto que com relação aos **conjuntos HG e HM** o *interesse prioritário* dos usuários é identificar referências particulares de atividades de trabalho, como um determinado filme em que o ator figurou, uma música que compôs, ou um prêmio que recebeu, é uma mostra de que a subjetividade social a respeito da corporeidade gorda no espaço social da internet reproduz as mesmas estereotípias sobre o corpo gordo encontradas em outros espaços sociais.

Assim, como é possível então que as blogueiras estejam, nesse mesmo espaço social da internet, encontrando maneiras de subverter a lógica que o usuário da ferramenta de pesquisa Google está apenas reproduzindo?

Nesse sentido, como problematizado anteriormente, a mulher blogueira tem construído espaços de diálogo nos blogs onde ela é *protagonista*. Diferentemente do usuário da ferramenta de pesquisa, que só está em diálogo com outros usuários por meio da ferramenta Google, a blogueira está no domínio de sua ação. É por isso que essas mulheres, como sujeitos que são, têm subvertido a lógica do corpo magro-belo-saudável, inscrevendo no cenário social da internet e fora dela, a possibilidades de vivência do corpo gordo intenso como uma corporeidade tão legítima quanto as outras.

O usuário da ferramenta de pesquisa Google, em contrapartida, é apenas um *agente*. Conforme González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 73), é um indivíduo “situado no devir dos acontecimentos no campo atual de suas experiências; uma pessoa ou grupo que toma decisões cotidianas, pensa, gosta ou não do que lhe acontece, o que de fato lhe dá uma participação nesse transcurso”. Contudo, diferentemente da blogueira, ‘que abre uma via própria de subjetivação’, e extrapola, por meio de sua ação nos *blogs* as construções sobre corporeidade gorda, o usuário da ferramenta de pesquisa Google, apesar de pensar e sentir sobre essa questão, e imprimir por meio de sua ação de pesquisa alguns desses sentidos subjetivos individuais no espaço social da internet, o faz mais orientado a reprodução da subjetividade social hegemônica a respeito da corporeidade gorda.

## **5 MÉTODO E PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO DOS SENTIDOS SUBJETIVOS DE UMA MULHER BLOGUEIRA A RESPEITO DA CORPOREIDADE GORDA**

Visando realizar uma compreensão da corporeidade gorda em sua intrínseca relação com a subjetividade, no capítulo 2, apresentou-se González Rey e as categorias de análise concebidas por ele – subjetividade, subjetividade social e individual e sentido subjetivo individual e social – que dão suporte teórico-metodológico a este trabalho. No capítulo 3, examinaram-se alguns aspectos históricos, econômicos, sociais e culturais que visibilizam como e por que os padrões de corpo, construídos com intensa participação da Ciência e da mídia de massa, fundaram-se em torno de idealizações de beleza/feiura e saúde/doença. No capítulo 4, apreendeu-se e analisou-se alguns aspectos significativos da subjetividade social a respeito da corporeidade gorda indelével no espaço social da internet; pois conhecer o universo que as blogueiras compõem é essencial para a compreensão dos sentidos subjetivos de uma mulher blogueira gorda – objetivo desse capítulo 5.

Assim, no presente capítulo, encontra-se descrita a investigação realizada a respeito da configuração de alguns sentidos subjetivos individuais de uma mulher blogueira gorda sobre sua própria corporeidade. Analisou-se o relato de suas vivências nos espaços sociais familiar, escolar, de saúde, universitário, de militância e da internet, do passado e atuais. À medida que ela narrou sua história singular traçaram-se algumas compreensões sobre como e por que as questões de padrões de corpo, gordofobia e estereótipos em relação ao gordo configuram seus sentidos subjetivos individuais. Simultaneamente, foi possível visibilizar como sua ação atual enquanto mulher blogueira gorda na internet também configura sentidos subjetivos sociais sobre a corporeidade gorda. Esse processo de entrevista ofereceu, portanto, elementos para o exame, tanto da configuração individual dos sentidos subjetivos dessa mulher sobre sua própria corporeidade, quanto de possibilidades de configuração de sentidos subjetivos sociais sobre o corpo gordo.

## 5.1 O MÉTODO CONSTRUTIVO-INTERPRETATIVO DA EPISTEMOLOGIA QUALITATIVA

Nesta etapa da pesquisa utilizou-se o método construtivo-interpretativo, metodologia da Epistemologia Qualitativa de Fernando González Rey (2002; 2003), a qual está calcada em três princípios fundantes: (1) o caráter construtivo-interpretativo do conhecimento de maneira oposta a uma apropriação unidimensional da realidade; (2) a compreensão de que a pesquisa nas ciências antropológicas é sobretudo um processo de comunicação e de diálogo; (3) e a legitimação do singular como fonte de produção do conhecimento. Sustentado por estes princípios, cada “objeto” concreto de um campo aplicado ou de uma teoria específica é concebido como uma delimitação da realidade produzida pelo pesquisador, ou seja, socialmente construída, rompendo com a naturalização na consideração do objeto, o que nos permite compreender a ciência como um processo permanente de produção de objetos (GONZÁLEZ REY, 2003, p. 216).

Desse modo e de acordo com o caráter construtivo-interpretativo do conhecimento (GONZÁLEZ REY, 2002; 2003), construiu-se uma compreensão da subjetividade individual dessa blogueira, não orientada por uma lógica pré-concebida, mas sim pelo processo reflexivo da pesquisadora. Isto é, não se realizou uma análise de dados após seu levantamento, mas um constante exame e produção de informações desde o início da pesquisa. Ao passo que se pesquisou a construção histórica, social, econômica e cultural da corporeidade gorda (capítulo 3), examinaram-se aspectos de sua atual configuração subjetiva social na internet (capítulo 4) e realizou-se entrevista de uma mulher blogueira gorda (objeto desse capítulo), houve um constante processo de interpretação das informações amalhadas, construindo-se constantemente novas conjecturas sobre o problema de pesquisa.

Nessa linha de raciocínio, e especificamente sobre o processo de entrevista, o objetivo durante e após sua realização não foi contabilizar conteúdos pontuais retirados da fala dessa mulher, mas sim, a partir da construção do espaço conversacional (GONZÁLEZ REY, 2003), trazer a luz como ela produziu e produz os sentidos subjetivos sobre seu próprio corpo e como participa, de forma mais ou menos

ativa, em vista das circunstâncias concretas com que se depara nos espaços sociais, da construção de sentidos subjetivos sociais sobre a corporeidade gorda no presente.

Dessa maneira e em compasso com o princípio dialógico da Epistemologia Qualitativa (2002; 2003), procurou-se no processo de entrevista que o clima no espaço conversacional favorecesse a comunicação ativamente implicada da participante, para que esta se sentisse cada vez mais confiante e livre para construir seus posicionamentos. A participante falou do modo que vive seu corpo no mundo, suas experiências, suas contradições. Observou-se que espaço conversacional gerado proporcionou envolvimento vivo da entrevistada, principalmente porque o tema central da entrevista, caro também a pesquisadora, edificou escuta ativa em ambas. Os diálogos, tanto os formais quanto os informais, visibilizam como a participante implicou-se na discussão do tema e como seus sentidos subjetivos individuais estão entrelaçados, de maneira indissociável, à questão da corporeidade gorda.

A pesquisadora procurou manter-se atenta para não interromper a maneira de proceder e a linha de reflexão da entrevistada, pois não importava fazer perguntas como mecanismo de coleta de respostas, mas sim perceber as singularidades das reflexões e os modos com que essa mulher estabelecia sua fala. Ou seja, seguindo o raciocínio do método, durante o processo de entrevista, a pesquisadora dedicou-se a perceber a “qualidade da expressão e não apenas o conteúdo explícito” da fala da participante, pois foi a maneira singular de se implicar da entrevistada que tornou visível os sentidos subjetivos sobre o seu corpo, e não o conteúdo em si de sua fala (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 48).

A entrevista não seguiu um roteiro pré-definido, sendo que as perguntas da pesquisadora foram reestruturadas e redimensionadas à medida que o diálogo acontecia, porque a pesquisadora procurou, mais do que estimular falas, não atrapalhar a livre construção de pensamento da participante. Desse modo, participante e pesquisadora caminharam simultaneamente, pois enquanto a primeira elaborava reflexões, sentimentos e percebia-se a si mesma por meio do que e como falava, a segunda recompunha suas perguntas com a finalidade de explorar melhor aquilo que pretendia conhecer sobre essa mulher.

Para finalizar a apresentação do emprego do método, sublinha-se que o número de mulheres entrevistadas foi delimitado em uma, pois de acordo com o princípio da Epistemologia Qualitativa (GONZÁLEZ REY, 2002; 2003) que valida o singular como fonte de produção do conhecimento, o que torna o processo de

entrevista legítimo, não é sua quantidade, mas a qualidade da expressão do participante.

Enfatiza-se a importância da qualidade da expressão dessa participante em particular porque, conforme tratou-se no capítulo 2, a fala simbólica e emocionalmente implicada de *uma mulher blogueira* gorda tem *status* epistemológico de *informação diferenciada* como a expressão singular da *própria subjetividade humana* (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 28) sobre a questão da corporeidade gorda<sup>27</sup>. É por isso que entrevistar especificamente esta mulher oferece condições privilegiadas de aproximação às questões da configuração da corporeidade gorda. Na fala dela, como está pormenorizado a seguir, se visibiliza como estão reciprocamente configurados sentidos subjetivos que expressam, simultaneamente, como subjetiva seu próprio corpo e como, a partir disso, participa do processo de configuração de alguns sentidos subjetivos sociais sobre a corporeidade gorda nos espaços sociais do qual faz parte.

Por fim, para caracterizar o método construtivo-interpretativo de González Rey (2002; 2003), é fundamental esclarecer os conceitos de conjectura, indicadores e hipóteses na perspectiva da Epistemologia Qualitativa. Nota-se que o pesquisador, ao investigar o material empírico, formula ideias e indagações, conjecturando sobre diferentes pontos de vista relativamente à questão estudada. Contudo, à medida que se aprofunda nessa investigação, realiza uma interpretação das peças do material empírico que ganham significação não derivada “diretamente da informação explícita, aquela significada de forma consciente pelos indivíduos e expressa nas suas falas”, mas que se formam a partir de um processo interpretativo do pesquisador, caracterizando assim a elaboração de indicadores. As hipóteses, como consequência desse processo de interpretação e construção concebido na Epistemologia Qualitativa, “não são pontos de partida, como entendido em formas tradicionais de se fazer pesquisa”, são articulações de múltiplos “indicadores que resultam congruentes, constituindo assim a ferramenta principal do processo construtivo” (MITJÁNS MARTÍNEZ, 2019, p. 51-52).

---

<sup>27</sup> Nesse segundo capítulo abordou-se de maneira pormenorizada a necessidade apontada por González Rey (2002; 2003) de que a pesquisa qualitativa, e a consequente produção de conhecimento científico sobre os fenômenos psicológicos baseada nela, deve ser redimensionada epistemológica e não apenas metodologicamente, pois para que esse gênero de investigação avance é fundamental escapar dos entraves do positivismo indutivo e/ou descritivo.

Nesse sentido, no trabalho ora apresentado, conforme a seção 5.3, intitulada “Descrição da entrevista: corpo gordo na experiência de uma mulher blogueira”, apresentam-se conjecturas sobre a vicissitude da configuração de alguns sentidos subjetivos individuais da entrevistada sobre o próprio corpo, bem como possibilidades de configuração de sentidos subjetivos sociais sobre o corpo gordo, a partir de indicadores de sentidos subjetivos sociais e individuais formulados em vista da expressão da entrevistada no diálogo estabelecido no espaço conversacional, da utilização de outros instrumentos de pesquisa (investigação nas mídias de massa de produtos e práticas dirigidas ao corpo gordo), bem como da análise do espaço social da internet por meio de seus *blogs*, redes sociais e ferramenta de pesquisa Google.

O cabedal de informações descrito, em diálogo com a produção teórica de outros autores e pesquisadores, articulado a produção de sentidos da pesquisadora, permitiu, além da formulação de indicadores de sentido subjetivo social e individual, que se desenvolvessem quatro hipóteses, as quais encontram-se apresentadas e descritas nas Considerações Finais.

## 5.2 ENTREVISTA REALIZADA POR MEIO DE PLATAFORMA VIRTUAL

Previa-se para processo de entrevista sua realização presencial, pois em vista de como os pesquisadores vêm explorando as possibilidades do método construtivo-interpretativo de Fernando González Rey (2002; 2003), parecia ser essa a maneira mais acertada para sua consecução. Todavia, por consequência da Pandemia do Covid-19 e da necessidade de distanciamento social recomendado pela Organização Mundial da Saúde (2020), o que afetou a Universidade Federal do Paraná desde o início de março de 2020, alternativamente ao inicialmente planejado, o processo de entrevista efetivou-se por meio da plataforma virtual *Google Meet* (GOOGLE, 2020c); o que provocou construções dialógicas participante-pesquisadora certamente distintas daquelas que ocorreriam de maneira presencial.

Questões como a da intimidade da participante e os mecanismos para sua preservação tiveram que ser revistos, e conforme elucidado para ela no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, a plataforma de videoconferência selecionada para a realização das entrevistas oferece transmissão de dados encriptada de uso livre, não onerando a participante e oferecendo proteção à sua intimidade. Ademais, foi informado e requerido dela que no momento da entrevista estivesse em local

silencioso, que não oferecesse riscos físicos, isolando-se de tal forma que as informações prestadas não pudessem ser testemunhadas por terceiros.

Apesar da investigação das possibilidades da metodologia construtivo-interpretativa em plataformas de videoconferência escapar ao objetivo central desta pesquisa, considera-se pertinente descrever o que foi observado na realização da entrevista mediante esse cenário. Outrossim, explicitar como e porque a plataforma de videoconferência foi utilizada, e as impressões da pesquisadora diante dessa circunstância, dentro do escopo do método, é tanto parte do processo de construção da informação quanto parte da própria informação.

Como apontado por Wolton (2003), no ambiente da internet, seja o espaço social um *blog*, uma rede social ou uma videoconferência, é a possibilidade de expressar acordo ou desacordo com conteúdo imagético ou discursivo produzido e de debater com o produtor desse conteúdo (o autor do *blog*, o moderador da página na rede social, ou uma entrevistadora) que diferencia a internet da mídia de massa, na qual o telespectador é apenas um receptor silencioso e passivo. Dessa maneira, é a possibilidade de se contrapor ao outro que coloca o debatedor na condição de erigir-se como sujeito nessa relação dialógica.

Avançando em relação a este posicionamento de Wolton (2003) já explorado no capítulo 4, considera-se significativo registrar que no processo de entrevista por meio da plataforma, além o conteúdo da fala dessa mulher blogueira gorda, também ficaram visibilizadas as *expressões corporais e faciais* da entrevistada no momento da discussão. Isto é, estavam visíveis e legíveis tanto aspectos *simbólicos* do conteúdo de sua fala quanto aspectos *emocionais* em seu corpo; nos seus gestos, na tonalidade de sua voz.

Como também já investigado no capítulo 2, a *emoção é vivida no corpo* – é no corpo que choramos, rimos, sentimos prazer e dor. Por isso a relevância de registrar que, na entrevista realizada por meio de plataforma virtual, foi possível acessar o simbólico e o emocional na fala e gestualidade que imbricados dão expressão concreta aos sentidos subjetivos individuais sobre o corpo vividos por esta mulher. Concomitante a isso, e não menos importante, os sentidos subjetivos da entrevistada puderam ser percebidos pela pesquisadora porque a plataforma virtual se configura como verdadeiro espaço social de relações para essa mulher específica.

A guisa de conclusão, o que se conjectura é que a entrevistada, por ser blogueira, portanto, ajustada a utilização das possibilidades de comunicação que a

internet oferece, posicionou-se com desenvoltura verbal e corporal durante a entrevista porque essa plataforma é espaço social em seu cotidiano. O fenômeno talvez não se repetisse se a entrevistada não tivesse intimidade com essa tecnologia de comunicação.

Assim, apesar da entrevista mediada pelo *Google Meet* (GOOGLE, 2020c) ser certamente distinta da presencial, permitiu algumas significativas compreensões sobre a configuração dos sentidos subjetivos individuais dessa entrevistada sobre o próprio corpo e de aspectos da configuração da corporeidade gorda na atualidade a partir da internet. Esta entrevistada em particular – daí a importância dada por González Rey (2002; 2003) de que o pesquisador atente a todas as nuances singulares que configuram o sujeito entrevistado –, além de ter a questão da corporeidade gorda como central na configuração de seus sentidos subjetivos individuais, como mulher blogueira, têm esses mesmos sentidos subjetivos configurados pelo uso cotidiano que faz da internet enquanto espaço social.

Desse modo, observa-se que a realização da entrevista por meio dessa plataforma virtual, que à primeira vista pensou-se representar apenas um desafio para a construção do espaço conversacional, além de não ter oferecido dificuldades para que se edificassem diálogos vivos, tornou-se mais uma maneira de apropriação e fruição das possibilidades da internet enquanto espaço social. Isto é, subversivamente, o inconveniente do distanciamento social trouxe consigo a possibilidade de que pesquisadora e participante experienciassem também a plataforma *Google Meet* (GOOGLE, 2020c) como espaço social de configuração das subjetividades individual e social.

### 5.3 DESCRIÇÃO DA ENTREVISTA: CORPO GORDO NA EXPERIÊNCIA DE UMA MULHER BLOGUEIRA

A participante da pesquisa é uma mulher gorda que produziu durante o ano de 2019 conteúdos sobre padrões de corpo, gordofobia, estereótipos em relação ao gordo, entre outros, divulgando e debatendo sobre eles como outras mulheres na internet. Ela tem 23 anos, é jornalista, solteira, caucasiana. Concedeu entrevistas entre os dias 25 e 31 de julho de 2020; além de esclarecimentos adicionais por comunicação eletrônica escrita e de áudio.

Preambularmente, sobre o processo de entrevista, é necessário atentar que, na fala da entrevistada, as dimensões emocional, simbólica, individual, social, entre muitas outras, que configuram seus sentidos subjetivos sobre o próprio corpo, não apareceram meticulosamente ordenadas durante sua realização; pelo contrário, emergiram descoordenadas, irregulares e por vezes, contraditórias. Por consequência, o processo de construção da informação constituiu-se em, sobretudo, compreender como posicionamentos contrastantes, tensionados e até mesmo paradoxais, configuram o mesmo sentido subjetivo individual dessa mulher sobre o próprio corpo gordo; e procurando avançar, como a configuração da subjetividade individual dessa mulher afeta a configuração daquilo que se subjetiva socialmente sobre o corpo gordo.

Entretanto, apesar de procurar-se pormenorizar diferentes dimensões dos sentidos subjetivos do corpo gordo para essa mulher, que puderam ser lidos e interpretados a partir do processo de entrevista, teve-se o tempo todo em destaque que eles não se configuram segmentados. Longe disso, tal qual González Rey (2003, p. 83), entende-se que a compreensão da subjetividade só é possível apoiada em uma lógica configuracional, dinâmica, complexa, histórico-cultural e imprevisível. Todavia, é necessário que a lógica de configuração de sentidos subjetivos seja traduzida em possibilidades da lógica do conhecimento, simplesmente porque ao humano é impossível conhecer tudo, ao mesmo tempo e o tempo todo.

Desse modo, procurou-se tornar visível e inteligível como, a maneira singular dessa mulher blogueira gorda vivenciar ao longo de sua história seu próprio corpo, configura seus sentidos subjetivos, os sentidos subjetivos de outras mulheres e os sentidos subjetivos sociais sobre o corpo gordo.

Portanto, dando continuidade ao que se propõe para esse capítulo, serão apresentadas as conjecturas que foram realizadas a respeito da configuração subjetiva da participante sobre seu corpo a partir do processo de entrevista, o que permitiu a construção de indicadores de sentido subjetivos sociais e individuais. Mediante a análise desses indicadores foi possível a formulação de algumas hipóteses – apresentadas nas Considerações Finais – que cooperam, tanto para o aprofundamento da investigação das questões ligadas ao tema do corpo gordo, quanto para subsidiar novas possibilidades à ação profissional do psicólogo que dá

suporte aos indivíduos que têm seus sentidos subjetivos individuais configurados por algum sofrimento em vista de seu corpo gordo.

### 5.3.1 Do sentido subjetivo social de necessidade de mensuração do corpo gordo à configuração na participante de um sentido subjetivo individual de erro, insatisfação, humilhação, vergonha e restrição sobre seu corpo

Conforme investigou-se no capítulo 3, a Ciência Moderna construiu um corpo gordo considerado quase que exclusivamente em sua materialidade físico-orgânica e classificado do ponto de vista de seu peso. Vigarello (2012) explica que, apesar de não existir nele um sentido patológico por natureza, a ele foram amalgamados sentidos de doença edificados por um léxico métrico que nasceu com a instrumentalização da Medicina. Ao passo que o microscópio, as medidas estatísticas e a balança foram introduzidos como recursos para seu controle, as possibilidades de ser compreendido simbolicamente como algo distinto da doença foram se reduzindo.

No mesmo capítulo, observou-se que, além da Medicina, a mídia de massa também teve e tem um papel preponderante na reprodução da mensuração do corpo gordo. Exemplo disso é o programa da televisão britânica *You are what you eat* (2009), *Você é o que você come*, apresentado pela escocesa Gillian McKeith, que ficou famoso ao redor do mundo em meados dos anos 2000. Nele a apresentadora pesava na balança e media com escalas métricas o corpo do participante; mostrava e comentava, por vezes de maneira rude, os resultados estatísticos de todos os componentes bioquímicos de seu organismo. O comunicado ao telespectador era que um adequado tratamento do corpo se daria numa relação *retilínea* com aquilo que pode ser medido, pesado, aferido e calculado.

Resgatou-se a investigação histórica de Vigarello (2012) e esse exemplo da mídia de massa para contextualizar que o processo de mensurar o corpo estava em ascensão na primeira década dos anos 2000, o que é significativo para circunscrever em contexto histórico, social e cultural a fala da participante sobre o próprio corpo durante sua infância. É apreendendo o que os cientistas definiram ao longo de décadas como “o” modo de tratar o corpo gordo, investigando como a mídia de massa reproduziu e divulgou essa informação durante a primeira década de vida da participante e identificando como essa marcha foi subjetivada em diferentes espaços sociais dos quais participa, o que permite compreender a configuração de um *sentido*

*subjetivo social de necessidade de mensuração do corpo gordo* e como ele impactou na configuração dos sentidos subjetivos da entrevistada sobre seu próprio corpo.

Inicialmente, observe-se o que diz a entrevistada sobre o processo de ter seu corpo mensurado na infância:

Pelo menos eu, a minha vida toda, minha mãe me fazia me pesar com certa frequência. Então tipo, se pesar uma vez por semana. E toda vez que você entra em uma dieta, você fica calculando. Emagreci um quilo naquela semana. Emagreci dois quilos. Então, me lembrei de falar sobre isso porque a gente antes só estava falando da numeração das roupas, mas também a numeração do peso... o peso é uma medida. E quando você tenta emagrecer e ver essa medida diminuindo é muito marcante. Eu tenho imagens vívidas de mim subindo em balança. A vida toda. Aquela balança que o médico vai colocando para cá, vai colocando para cá [fazendo gesto com a mão para a direita, indicando a subida de peso na balança antropométrica mecânica]... e a minha era sempre mais para cá, mais para cá... nossa... Toda vez que ele pulava um... Meu Deus eu engordei mais... Talvez seja por isso que é uma memória que você não conseguiu bloquear... O número tá bem, pelo menos para mim, tá bem impresso no meu cérebro. (Entrevista concedida pela participante pela plataforma Google Meet. Curitiba, 31 jul. 2020).

O que se nota do depoimento da entrevistada é que, em um trecho curto de transcrição, descreveu vários modos e a constância de mensuração de seu corpo infantil, sendo que a maneira que procedia sua fala visibilizava o desconforto que sente até o presente lembrando desses acontecimentos. Era pesada pela mãe, em seguida precisava de dieta de contagem calórica, depois tinha seu peso novamente medido pelo médico, e o ciclo se repetia. Esse processo de pesagem sucessivo e frequente, executado por alguém sempre *insatisfeito* com o número indicado pela balança, trazia implícito um “algo está errado”. Implícito porque, explicitamente, nem a mãe nem o médico falavam nada. É pelos seus comportamentos de insatisfação que a entrevistada, criança de 6/7 anos, com poucas possibilidades de abstração emocional e simbólica, motivada por uma lógica primitiva de certo *ou* errado, configura em torno do próprio corpo sentidos de *erro* e *insatisfação*. Ora, não importava quantas vezes fosse pesada, seu peso sempre era objeto de insatisfação; coerente com a produção de sentidos subjetivos individuais que *aglutinam peso* e *erro*. Contudo as consequências dessa pesagem frequente são mais extensas e profundas.

Não é apenas o *peso* indicado pela balança que passa a ser subjetivado como errado e inadequado pela entrevistada. É essencial observar que, mesmo que objetivado pela Ciência como um número abstrato dentro de uma escala métrica, enquanto objeto de produção de sentidos individual, o *peso* é simbólica e

emocionalmente subjetivado como *o peso do meu corpo*, pois o peso nesse sentido só adquire concretude *no meu corpo*.

Esse *corpo*, em que *peso* é um dos muitos aspectos de sua concretude, mais do que ser meio da história dela, como matéria orgânica sob a qual seu aparato psíquico exerce controle, *é sua própria história*. Ou como González Rey (2003, p.26) explica: “o corpo é um sistema histórico de relações do sujeito”. Desta forma, ter o corpo constantemente aferido não foi subjetivado pela participante como algo vivido apenas na dimensão físico-orgânica, podendo ela tranquilamente se desprender e controlar o processo como que de fora. Pelo contrário, esse *processo de mensuração que marca seu corpo*, vivido por ela emocional e simbolicamente como algo de erro e insatisfação, configurou seus sentidos subjetivos individuais de maneira que *aquilo que subjetiva sobre o seu peso, portanto sobre seu corpo, é o que subjetiva sobre si mesma*.

É preciso salientar: não é à toa que tenha sido *justamente* essa a passagem da infância que a entrevistada rememora e conta durante a entrevista quando perguntada em que momento o peso se tornou uma preocupação. Foi *exatamente* esse processo de mensuração *vivido no corpo* o resgatado. Uma banalidade para outro sujeito, ter sido pesado na balança pela mãe ou médico na infância, no seu caso, adquire sentido de centralidade. Assim, *mais do que ser uma história na vida dessa mulher, passa a compor de maneira indissociável quem ela é*.

Ademais, o processo de mensuração do corpo, subjetivado por ela amalgamado a algo de erro e insatisfação, como produção de sentido que é, não respeita fronteiras. Na investigação do mesmo tema, a entrevistada lembra e comenta sobre carta – que detêm em sua posse até hoje – que escreveu durante a adolescência, com cerca de 13/14 anos, da qual descreve trecho em que se lê: “ser gorda é medir a resistência da cadeira e calcular o limite do elevador. É odiar eternamente a matemática”<sup>28</sup>.

A matemática, Ciência do raciocínio lógico e abstrato, que não comporta em sua natureza sentidos de emocionalidade, é compreendida por ela como algo *odiável*. Efetivamente, tudo aquilo que pode ser contabilizado numericamente e se relaciona a questão *peso* – “quantos quilos esse elevador suporta?”, “essa cadeira aguenta meu

---

<sup>28</sup> Entrevista concedida pela participante pela plataforma *Google Meet*. Curitiba, 31 jul. 2020.

peso?” – passa a ser objeto de ódio na carta que escreveu na adolescência. Nesse caso, conjectura-se que não *compreender* como o *sentido subjetivo social de necessidade de mensuração do corpo gordo* (concebido histórica, social e culturalmente e que configura a ela e aos outros), não significa não *sentir e reagir* a seus efeitos. Em oposição, se identifica na carta escrita pela participante que esse sentido social impactou profundamente na configuração de seus sentidos subjetivos sobre o seu próprio corpo, de maneira que na adolescência, quando passa a ter condições simbólicas e emocionais mínimas de contrapor-se àquilo que causa sofrimento, passa a odiar também o que serve como ferramenta de medida de seu erro. E se é a matemática que permite mensurar o erro e a insatisfação, a matemática o objeto de ódio também.

Todavia, explorando a questão do processo histórico, social e cultural de mensuração dos corpos, sejam eles gordos ou magros, de homens ou de mulheres, e quais são as consequências desse processo de mensuração sob o ponto de vista da entrevistada, foi possível notar que, quando fala de suas experiências mais recentes ligadas a questão, as traz associadas à sua militância.

Então os números, o número perfeito do corpo é uma praga na vida de todas as mulheres, não é exclusivo da mulher gorda. A questão da mulher gorda é que daí a gente entra em acessibilidade, a gordofobia está ligada à acessibilidade porque eu tenho mais chance de não conseguir um laudo hospitalar na pandemia porque eu sou uma mulher gorda. Eu tenho menos chance de conseguir um emprego porque eu sou uma mulher gorda. Eu não consigo sentar confortavelmente no teatro lá perto do centro porque a cadeira é pequena. Eu corro o risco de ficar imprensada na roleta do ônibus. Então, a mulher gorda ela sofre por causa da acessibilidade, ela sofre por causa de uma invisibilidade... Porque a mulher magra é visível, é visível tanto no olhar masculino, claro que daí tem todos os problemas, mas ela é visível, na televisão ela é visível, na revista ela é visível, na sociedade ela é visível. A mulher gorda não. E a questão da acessibilidade. Mas o padrão estético, de tornar a mulher perfeita, por número, o quanto que ela deve vestir, qual que deve ser o tamanho do sutiã, isso a gente tá tudo no mesmo barco. Mas você sabe que se a gente pensar no Titanic, infelizmente as mulheres gordas já estão no mar... e as mulheres magras ainda estão no barco. (Entrevista concedida pela participante pela plataforma *Google Meet*. Curitiba, 31 jul. 2020).

De acordo com análises do capítulo 3, a Ciência Moderna e a mídia de massa deram substancialidade concreta ao processo de mensuração dos corpos. A chancela científica de que o corpo saudável é necessariamente o magro, fez com que todos os corpos tivessem que se dobrar a esta concepção. O capitalismo, interessado em um

corpo apto a produção, leia-se magro e saudável, desfruta da materialização de uma justificativa com status de científica.

Uma consequência desse processo, vivenciada pelo gordo em seu cotidiano, é que o processo de mensuração dos corpos está atado fortemente a fabricação de uma infinidade de produtos. Se o quadril de um corpo de tamanho (considerado) padrão tem em média  $x$  cm, a cadeira fabricada para acomodá-lo terá dimensões compatíveis com essa medida. Não está em jogo, ou não esteve até alguns poucos anos, acomodar confortavelmente todos os tamanhos de corpos. Atualmente, como consequência de um processo de crescente aumento do peso das populações ao redor do mundo – contraditoriamente em virtude da oferta maciça de alimentos altamente calóricos oferecidos pela indústria alimentícia – cada vez mais seguimentos de mercado tem oferecido produtos e práticas profissionais direcionadas ao corpo gordo. Conforme a fala da entrevistada visibiliza, mesmo que o processo de mensuração dos corpos esteja comportando algumas aberturas – emergentes não porque o corpo gordo é valorizado como possibilidade legítima de existência, mas porque oferecer produtos a ele é lucrativo –, na maioria das vezes, é ainda o corpo gordo que se submete aos processos e produtos industriais e comerciais.

No que diz respeito à configuração de sentidos individuais da entrevistada, observa-se que, essa ordem social, que reduz o gordo a um corpo constrangido porque não cabe nas medidas padrões, funde-se ao sofrimento de ter o próprio corpo mensurado durante infância e adolescência, em um processo configuracional que amarra simbolismos e emocionalidades de vergonha, erro e insatisfação.

Contudo, em vista das vicissitudes de sua história de vida e do uso criativo que faz de seus recursos subjetivos à medida que fica mais velha, nota-se que seu sofrimento individual foi paulatinamente dando lugar a um irmanar-se com o sofrimento de todos os gordos. Em vez de aprofundar-se cada vez mais nas próprias dores, transforma-as em trampolim, lutando por meio de sua militância como mulher blogueira gorda, contra o movimento que hegemonicamente submete o gordo a sofrimentos.

Conjectura-se que, para formação de sentidos subjetivos individuais sobre o próprio corpo que desafiassem apenas os sentidos de vergonha, erro e insatisfação – e também para a configuração de novos sentidos mais emancipatórios sobre o corpo gordo – foi *sine qua non* o encontro e debate com outras mulheres gordas no espaço social da internet e nos espaços de militância que frequenta. Sinaliza-se desde já que

a construção realizada com outras mulheres gordas a respeito dessas questões é central para a compreensão do processo de subjetivação dessa mulher. Contudo, devido à importância desse aspecto em seu processo configuracional, tratar-se-á dessa questão em tópico futuro exclusivamente dedicado ao tema.

Em seguida, por conjecturar-se ser ainda desdobramento da questão do sentido subjetivo social de necessidade de mensuração dos corpos, e por ter impacto significativo nas hipóteses apresentadas nas Considerações Finais, aprofundar-se-ão as análises de algumas falas da entrevistada ligadas as suas vivências alimentares e familiares.

### 5.3.2 Eu sou o que eu como?

Para localizar-se histórico, social e culturalmente o depoimento da entrevistada, na seção anterior, recuperou-se o programa dos anos 2000, *You are what you eat* (2009), famoso por aferir o corpo gordo. Mas não era apenas o corpo objeto de mensuração nesse programa, também aquilo que o participante colocava no prato era contabilizado, visto que o controle do comportamento alimentar é um dos desdobramentos desenvolvido pela Ciência para domesticar esse corpo gordo considerado patológico, mesmo que em essência não o seja. No programa, a alimentação do participante era meticulosamente mensurada, tanto em termos de conteúdo – se calórica, nutritiva, natural, industrializada etc. –, quanto em termos de quantidade e organização espacial volumétrica do que colocava no prato. Ou seja, mais elementos que se somam a incessante comunicação das mídias de massa: medir, também o prato de comida, significaria fazer o melhor para tratar o corpo.

Após mais uma vez procurar localizar a ordem de circunstâncias que atravessam a questão recorrendo a programas de televisão famosos em determinados momentos históricos, para que se tenha evidenciado o contexto social da fala da entrevistada, traz-se a transcrição de um trecho em que estava em pauta sua relação com as dietas de controle alimentar e quais foram, a seu ver, as consequências do incessante processo de mensuração também daquilo que comia:

Eu não queria colocar balão com 16 anos, então não foi uma decisão que veio de mim, não fui eu que num belo dia... não fui eu que entrei no Google e pesquisei e encontrei o procedimento com 16 anos. Não, foi a minha família. Então, a minha família sempre fiscalizou o meu peso... minha família é minha

mãe na verdade. E eu sempre lidei com isso muito mal (...). Conversando não adianta, porque as pessoas não entendem. Eu já tentei sentar com a minha mãe e falar: eu não vou mais fazer dieta do alface [sic], não vou. Não vou mais fazer a dieta do gelo, não vou. Então agora ela diz alguma coisa do tipo: eu não gostei dessa sua saia, ela te deixa gorda. Eu olho para ela e falo: é só não usar, eu tô [sic] usando e gostei. E saio correndo. Então, hoje o olhar fiscal, eu lido com ele colocando uma barreira de pedra. Se vai tentar me atingir vai tomar umas pedradas na cara. Mas assim, eu não vou dizer que é a melhor forma, porque isso também me magoa né. Toda vez que eu preciso ser grossa com uma pessoa... só que meu, você vai fazer o que, né? (Entrevista concedida pela participante pela plataforma *Google Meet*. Curitiba, 31 jul. 2020).

Sobre essa questão específica da necessidade de controle alimentar, não se contesta que, de fato, o corpo gordo pode ser resultado de uma ingesta calórica desmedida, muitas vezes eliciada por fatores emocionais. Conjetura-se que, conforme tratado desde a Introdução desse trabalho, em vista do número crescente de pesquisas concentradas na fisiologia ou o comportamento do corpo gordo, o médico, o nutricionista, o educador físico, o fisioterapeuta e também psicólogo, têm encontrado em princípios do comportamento alimentar mecanismos de suporte ao indivíduo gordo.

As técnicas de controle alimentar multiplicam-se atualmente, indo desde aquelas que propõem o emagrecimento em vista da organização comportamental do comer – as famigeradas dietas –, até aquelas que dependem menos do autocontrole do indivíduo na ingestão de alimentos, pois impedem que coma, suprimindo por diferentes tecnologias médicas parte da capacidade do aparelho digestivo. Entretanto, repare-se: um procedimento invasivo de introdução de balão intragástrico, necessariamente, deve ser acompanhado por equipe multidisciplinar. Todavia, a fala da entrevistada evidencia que, questões fundamentais, como das motivações dela e da mãe para assentir com essa opção de tratamento, afinal esse procedimento deve ser autorizado por um responsável aos 16 anos, não foram até hoje bem investigadas.

Contrariamente, o que se depreende de seu depoimento é que, dietas incontáveis e até um procedimento cirúrgico, por si sós, não responderam a ela, de maneira simbólica e emocionalmente *satisfatória*, questões fundamentais que trouxeram sofrimento em vista de sua vivência gorda. Fazer dieta não colaborou para a compreensão de porquê para essa mãe é tão importante que a filha seja ou pareça magra, colocar um balão intragástrico não auxiliou a entrevistada a compreender por que, mesmo sentindo-se mais segura em afirmar seu corpo diante da mãe, tem que fazê-lo de maneira agressiva. Note-se que chama as dietas as quais se submeteu de

dieta “do gelo” e “do alface”, o que pode ser interpretado como uma produção de sentidos subjetivos que está considerando essas dietas apenas como *restrição*, não como *abertura* para qualquer outra maneira de subjetivar o próprio comportamento alimentar.

Sem querer adiantar conclusões, mas reputando ser oportuno considerar alternativas de ação profissional do psicólogo que contemplem a vivência alimentar do gordo de forma mais ampla, desde já, traz-se uma referência provocativa:

Ela [dona-de-casa] sabe que alimentos não são apenas alimentos. Sem nunca haver lido Veblen ou Lévi-Strauss, ela sabe do valor simbólico dos alimentos. Uma refeição é uma dádiva da dona-de-casa, um presente. Com a refeição ela diz algo. Oferecer chouriço para um marido de religião adventista, ou feijoada para uma sogra que tem úlceras, é romper claramente com uma política de coexistência pacífica. A escolha de alimentos, assim, não é regulada apenas por fatores econômicos, mas por fatores simbólicos, sociais e políticos. Além disto, a economia e a política devem fazer lugar para o estético: o gostoso, o cheiroso, o bonito. E para o dietético. Assim, ela ajunta o bom para comprar, com o bom para dar, com o bom para ver, cheirar e comer, com o bom para viver. É senso comum? É. A dona-de-casa não trabalha com aqueles instrumentos que a ciência definiu como científicos. É comportamento ingênuo, simplista, pouco inteligente? De forma alguma. Sem o saber, ela se comporta como uma pianista, em oposição ao especialista em trinados. É provável que uma mulher formada em dietética, e em decorrência de sua (de)formação, em breve se veja frente a problemas na casa, em virtude de sua ignorância do caráter simbólico e político da comida. Especialista em trinados. (RUBEM ALVES, 1981, p. 10):

Em vista da análise de Rubem Alves (1981) sobre a habilidade da dona-de-casa ao preparar refeições, na qual evidencia que alimentação é muito mais do que fornecer um determinado aporte calórico ao corpo, foi possível conjecturar que a ação de alimentar-se – e uma de suas decorrências, a composição de um corpo com mais ou menos quilos –, como qualquer outro fenômeno, se efetiva no mundo por aquilo que contém de simbólico e emocional. Ou seja, nenhum indivíduo, inclusive a entrevistada, se alimenta apenas por motivos nutricionais; alimentam-se todos dos simbolismos e das emoções que acompanham esse prato. Por isso pondera-se que, a ação profissional do psicólogo não encontra seu clímax ao ser mais um que afirma o *restringir* para essa mulher. Atinge o apogeu quando *amplia*, quando procura com ela a produção de novos sentidos subjetivos sobre alimentação e corpo gordo.

Para que ela pudesse traçar compreensões sobre o próprio comportamento alimentar e como ele está entrelaçado as suas relações, muito mais significativo do

que incentivar dietas, seria resgatar com ela o que disse durante a entrevista sobre um particular momento de refeições em família:

Para mim quando eu entendi, de verdade [que ser uma pessoa gorda era algo que trazia repercussões no âmbito familiar], foi num almoço com a minha vó, tinha umas 10 pessoas na mesa, no meio da mesa, no almoço, com todo mundo junto, a minha tia e a minha vó olharam para mim e falaram... eu tinha 11 anos... e falaram que se eu não emagrecesse eu nunca ia encontrar alguém, eu nunca iria encontrar um marido. (Entrevista concedida pela participante pela plataforma *Google Meet*. Curitiba, 31 jul. 2020).

A nosso ver, a construção de sentidos subjetivos, que a entrevistada poderia realizar junto a um psicólogo, que colaboraria no reconhecimento do seu próprio corpo e comportamento alimentar, passaria, obrigatoriamente, sobre como esses sentidos foram configurados nas relações que construiu nos diferentes espaços sociais dos quais faz parte. Não é gratuitamente que a entrevistada, para referir-se a pontos nodais da questão, novamente faça referência àquilo que mulheres significativas de sua família pensam e dizer sobre seu corpo. Igualmente, não é sem motivo que, abordar na entrevista a questão do ser gordo no âmbito familiar, a faça rememorar exatamente um momento de refeição compartilhada.

Ora, conforme a entrevistada sinaliza, o *sentido subjetivo de necessidade de mensuração do corpo gordo*, do qual aprendeu-se a configuração em termos teóricos ao longo desse trabalho, na vivência dessas mulheres, não é algo do campo abstrato, configurando dimensão do mais genuíno concreto para elas. Sua avó e tias, *durante uma refeição familiar*, dizem a ela que *se não emagrecer não irá se casar*. Tal ideia ancora-se a sentidos subjetivos sociais que foram construídos dentro de um modo de produção capitalista que alinhavou, beleza, saúde e magreza, no qual, segundo interpretação delas, as possibilidades de sobrevivência física e simbólica da mulher estariam ainda restritas a realização de um bom casamento. E um bom casamento só é possível para uma mulher que complacientemente submete-se ao desígnio da balança, que pesa o preconizado, que cabe em determinada numeração de roupa, não para a menina gorda que afronta, com seu corpo gordo, o que está estabelecido.

De nosso prisma, a atribuição da ação profissional do psicólogo, no atendimento dessa mulher, é investigar e esmiuçar seus caminhos e escolhas diante das opções concretas que teve nesse espaço social familiar e em outros espaços. Desamarrar com ela cada um dos nós, que desatados e reatados, encadeiam e explicam, de acordo com o caminho particular que aponta, como que aquilo que a

Ciência produziu e a mídia de massa reproduziu sobre o corpo gordo configuram os sentidos subjetivos de sua mãe, avó, tias e dela mesma. Visibilizar como está, de maneira profunda e extensa, entrelaçado a sua rede de relações o *sentido subjetivo de necessidade de mensuração do corpo gordo*, apesar de trabalhoso, e por vezes doloroso, é um possível percurso de potencialização dessa mulher enquanto sujeito de sua realidade.

Veja-se, por exemplo, como a entrevistada vê o atravessamento das questões de corporeidade gorda e das relações familiares; e que, apesar dela apresentar a pesquisadora de maneira confusa seu pensamento – porque ela mesma ainda está confusa sobre como estas questões se relacionam – apresenta-as no mesmo raciocínio e está esforçando-se para dar sentido simbólico aquilo que para ela já é emocionalmente significativo:

Essa questão familiar, sim, também. Sim, sim. Tenho certeza absoluta porque ela já falou uma vez. Uma vez a gente... A relação com a minha mãe é bem difícil... Assim... Então uma vez ela chegou para mim e disse que eu não era a filha que ela desejou ter, que ela queria ter. Daí eu falei: sinto muito, mas você vai ter que superar. Não sou uma parte de você, você não tem domínio sobre os meus pensamentos, sobre quem eu sou. Supera! Eu cheguei para ela e falei assim, então... é... Eu acho que nesta questão familiar... Se a gente vê que a gordofobia tá muito ligada a questão familiar... A maioria das meninas dizem que a primeira vez que elas sentiram a gordofobia foi dentro de casa por causa da mãe. E se a gente pensar que mais de 50% da população é gorda, então provavelmente a mãe não está satisfeita com o próprio corpo, então talvez a mãe seja gorda. E no caso como o meu, que a minha mãe é gorda, eu sou gorda, é... ela se espelha em mim, ela queria que eu tivesse a vida que ela não tem, que ela nunca teve. Então, ela queria que eu fosse magra, só que eu não sou, então eu sou gorda... ela queria me ver tentando ser magra... mas eu não tô [sic] tentando ser magra... Mas daí são os problemas psicológicos dela. (Entrevista concedida pela participante pela plataforma *Google Meet*. Curitiba, 31 jul. 2020).

Conforme problematizou-se no capítulo 3, os sentidos subjetivos individuais de uma mulher relativos ao próprio corpo, inclusive os das mulheres da família da entrevistada, foram configurados em meio a padrões, representações e discursos de que o corpo *deve* ser magro para que seja reconhecido. Atrou-se essa forma física específica à possibilidade da mulher ser digna de amor – a esposa atraente, a mãe que recuperou o peso anterior a gravidez, a profissional elegante etc. –, tornando-a essa uma questão de sobrevivência simbólico/emocional em sua literalidade. Conjectura-se que a entrevistada está justamente em um caminho de traçar compreensões sobre como tudo isso que compõe a subjetividade social sobre o gordo, diz de si. Por isso que se assevera: apoiá-la na investigação dessa abertura de

sentidos subjetivos é um caminho de ação profissional ao psicólogo mais congruente com suas capacidades técnicas, do que a mera (re)afirmação do controle alimentar realizado por outros profissionais (médicos e nutricionistas).

Para as mulheres dessa família, e tantas outras, ser gorda é ser feia e ser feia é morrer do ponto de vista simbólico/emocional. É precisamente por isso que dietas altamente restritivas de controle alimentar ou procedimentos cirúrgicos, mesmo que sem compreensão ampla do que isto significa em termos de consequências psicológicas e físicas, são admitidos e incentivados.

Respondendo, de nosso ponto de vista, a questão levantada no início dessa seção: essa mulher não é o que ela come. Ela se configura no *como* se alimenta, *onde* se alimenta, *com quem* se alimenta, *por que* se alimenta, e também *do que* se alimenta; sendo que o “alimentar-se” é apenas uma dimensão do que compõe sua subjetividade. Desse modo, apesar da indústria estabelecida em função da produção de técnicas de controle de peso por meio da alimentação estar em franco crescimento, quando observa-se a questão da produção de sentidos sobre o próprio corpo em seu dinamismo configuracional, emagrecer, no caso da entrevistada, é ação vazia para a qual não se sente motivada, subjetivada como algo que apenas restringe a comida, sem construção simbólico-emocional que comporte novas aberturas de sentido.

Assim, não encontrando aberturas de sentido no espaço social familiar e nem nas aproximações com profissionais de saúde, a entrevistada começa a construir novas possibilidades de sentidos subjetivos sobre o corpo no debate que inicia com outras mulheres no espaço social da internet. Não porque conscientemente fizesse uma comparação das possibilidades que cada um dos diferentes espaços oferece, mas sim porque, o espaço que dá abertura, em que compreender uma questão significa lançar-se em uma nova pergunta na qual vê potência de resposta, leva-a por caminhos de construção de sentido que, com o perdão do trocadilho, fazem sentido para ela. Se até então só encontrou junto a família sentidos de erro e insatisfação e junto aos profissionais de saúde sentidos de restrição, porque não procurar respostas sobre seu corpo gordo junto aquelas que fazem perguntas tão semelhantes?

### 5.3.3 Do sentido subjetivo social de obesidade à configuração de um sentido subjetivo individual de corpo gordo desafiador

Equivalente à apresentação anterior, sobre como se configurou um sentido subjetivo social de necessidade de mensuração do corpo gordo, e buscou-se visibilizar como esse sentido social impactou na configuração de sentidos subjetivos individuais da entrevistada sobre o próprio corpo (que, como se viu até aqui, amalgamou a ele erro, insatisfação e restrição), procurar-se-á apresentar nessa seção como um *sentido social de obesidade*, configuração subjetiva social de um corpo gordo genericamente obeso e a-histórico, está sendo *desafiado* pela entrevistada.

Tal qual o sentido subjetivo social de necessidade de mensuração do corpo gordo, o *sentido social de obesidade* configura-se histórica, social e culturalmente. Conforme análises realizadas nos capítulos anteriores, cientistas que assumiram a tarefa de responder aos indivíduos que têm suas subjetividades individuais configuradas por algum grau de sofrimento relacionado ao seu peso, têm encontrado subsídios para a construção de seus trabalhos no estudo da *materialidade física dos corpos*; ou seja, na investigação e intervenção nos processos orgânicos e comportamentais que levam ao excesso de peso patológico – a obesidade. Todavia, esse caminho de manejo do fenômeno, que por um lado auxilia muitos indivíduos que sofrem dessa síndrome, por outro, reduz as possibilidades de experiência subjetiva do corpo gordo a uma delas, a patologia obesidade.

Nesse caso, a mídia de massa também cumpre seu papel, reproduzindo que um corpo gordo, obrigatoriamente, é um corpo obeso. Eclodem programas televisivos que fazem alusão a isso, como o atualmente exibido na televisão norte americana e brasileira, *My 600-lb Life* (DISCOVERY BRASIL, 2020), traduzido como *Quilos Mortais*, que narra em cada um de seus episódios um ano na vida de uma pessoa morbidamente obesa que é submetida a cirurgia bariátrica. O comunicado é de que a obesidade é consequência para o corpo gordo (o que não é uma verdade absoluta), apresentando as intervenções cirúrgicas como caminho lógico no manejo dessa questão.

Então, essas representações, ideologias e discursos, produzidos pela Ciência e reproduzidos pela mídia de massa, que espelham obesidade e corpo gordo, conforme entram nos diferentes espaços sociais por meio de seus diversos atores, inclusive nos espaços dos quais a entrevistada faz parte, são matéria prima para a

configuração de um *sentido social de obesidade*, deslegitimando a possibilidade da existência de corpos gordos, patológicos ou não.

No caso específico da entrevistada, julga-se que, é em virtude de um *sentido social de obesidade*<sup>29</sup> que se assumiu sem questionamentos um procedimento de introdução de balão intragástrico, sem que a família, mãe e a própria entrevistada considerassem as questões psicológicas de maneira aprofundada.

Contudo, apesar da afirmação, pondera-se: como seria possível para essa família investigar as diferentes dimensões (físicas, psíquicas, simbólicas, emocionais, de saúde, de doença, entre tantas outras) que envolvem a construção de sentidos subjetivos individuais dessa filha sobre o próprio corpo, para apoiá-la em uma decisão cirúrgica (ou não), se a família já tinha sentidos subjetivos sobre o corpo gordo configurados em vista de um sentido subjetivo social que aprioristicamente traça uma relação direta entre a síndrome obesidade e o corpo gordo?

Ora, mesmo os indivíduos mais esclarecidos e fortalecidos intelectual e emocionalmente sabem o quanto é difícil problematizar aquilo que a Medicina estabelece como “o” protocolo de tratamento diante de uma intercorrência concreta de saúde. Quem questionaria a palavra do médico se ele afirma que a introdução de um balão intragástrico é necessária?

Nesse caso apontam-se essas perguntas, não para que essa pesquisa da Psicologia especule sobre decisões para as quais não tem capacidade técnica, mas para tornar manifesto que, em muitos casos, procedimentos dessa natureza têm sido realizados sem que *nenhum* dos envolvidos nessa decisão – *inclusive o psicólogo* – aprenda que questões de produção de sentidos sobre o próprio corpo gordo que causam sofrimento ao indivíduo não serão deslindadas apenas por uma intervenção de natureza físico-orgânica.

Sobre a intervenção sofrida pela entrevistada, em virtude da colocação do balão emagreceu 20 quilos, os quais foram recuperados ao longo de 12 meses após sua retirada. Ou seja, apesar do procedimento emagrecê-la, por não estar sustentado por uma construção de sentidos individuais mais consciente de sua escolha – do que dependeria primeiro perguntar-se: *por que é importante emagrecer? Eu quero emagrecer?* –, o resultado “emagrecer” perdeu-se num vácuo de sentido.

---

<sup>29</sup> Aqui também está inscrito um sentido subjetivo social de necessidade de mensuração do corpo gordo como problematizado na seção anterior.

Todavia, à medida que passa a integrar novos espaços sociais, outras possibilidades de subjetivação menos alienadas aos sentidos subjetivos sociais de necessidade de mensuração do corpo gordo e de obesidade inscreveram-se e puderam ser aprendidas<sup>30</sup>. Se em virtude da vivência no espaço social familiar a entrevistada indicou sentidos individuais de erro, insatisfação e restrição (em conta de pouco ter explorado os sentidos de seu corpo), a partir de sua entrada no ensino superior e do debate que começa a realizar com outras mulheres dentro e fora da internet no fim da adolescência, o que se interpreta toma outro rumo. A entrada que faz nesses novos espaços sociais a potencializa para a formação de um *sentido individual sobre o próprio corpo gordo* que *desafia* os sentidos de erro, insatisfação e restrição. Nota-se que, a partir daí, pela *assunção da vicissitude singular do próprio corpo como sistema histórico de suas relações*, configurou-se nela um sentido individual de corpo gordo menos adstrito aos desígnios familiares e sociais ligados à obesidade.

O que é possível ler em sua história, conforme começa a participar de outros espaços sociais, é que a configuração simbólica e emocional sobre seu corpo, conseqüentemente, sobre si mesma, toma direção diversa daquela de sua infância e adolescência:

Como que eu vou falar o que é *gordofobia* [questiona-se sobre como diria àqueles que assistem seus vídeos na internet o que é gordofobia]? Eu vou falar o que é para mim. E o que é para mim começou quando eu tinha 13/14 anos, quando eu era *humilhada* na escola, quando eu sofria *bullying*, quando eu escrevia textos muito tristes, quando eu tava [sic] muito depressiva, isso é a gordofobia para mim. Começou lá atrás. Então eu **abraçei o tema** e por isso que eu decidi ir para a frente das câmeras falar sobre isso. Com esse jeito tão intimista, falar com uma carta, né? Porque poderia ter sido eu, a minha voz e ter lido a descrição do Aurélio, por exemplo. Mas não, eu quis trazer a carta porque aí entra a questão da *militância*, *eu quero que meu trabalho atinja as pessoas*, e *eu sou uma mulher gorda e eu tô* [sic] *falando dessa vivência*... Eu não consegui me afastar do tema, não consegui. Não consegui tipo cruzar os braços e ver tudo de fora. Eu precisei mergulhar. Foi um ano inteiro que eu mergulhei muito no tema. Então para mim foi um pouco natural colocar essa carta. (...) Então, *dentro da minha vivência*, qual é o tema

---

<sup>30</sup> Novamente, não é propósito desse capítulo apresentar as interpretações-construções realizadas dando a falsa impressão de paralelismo e linearidade entre os acontecimentos rememorados pela entrevistada e a configuração de certos sentidos subjetivos dela. Tem-se o tempo todo em vista que o processo configuracional de sua subjetividade não se dá em etapas. O esforço que se faz é de apresentar diferentes dimensões dos sentidos subjetivos do próprio corpo e da corporeidade gorda para essa mulher, de maneira que fique evidenciado para o leitor, por meio da lógica do conhecimento, como o processo configuracional, dinâmico, complexo, histórico-cultural e imprevisível (GONZÁLEZ REY, 2003, p. 83) de configurações de sentidos subjetivos sociais e individuais estabelece-se nas relações que trava nos diferentes tempos e espaços sociais.

que se encaixaria tudo nisso? E daí veio a gordofobia, veio também porque quando eu entrei na *faculdade* comecei a fazer parte de *grupo feminista*, entrei em contato com *outras meninas militantes na internet*, descobri o que é gordofobia, descobri o que é *padrão estético*, descobri a *militância de body positive*, tudo isso, então convergiram as ideias. (Entrevista concedida pela participante pela plataforma *Google Meet*. Curitiba, 31 jul. 2020, grifo nosso).

Apresenta-se especificamente este trecho para visibilizar que, a entrevistada, à medida que integra novos espaços sociais e combate por meio de sua militância expressões gordofóbicas, cria também possibilidades de se insurgir aos sentidos de erro, insatisfação e humilhação sobre o próprio corpo vividos até então de maneira *difusa*. Ou seja, é na *concretude* do combate a gordofobia que sentimentos e símbolos de sofrimento puderam ser transpostos, potencializando-a em sentidos inéditos sobre o próprio corpo.

Contudo, antes de prosseguir na análise, para evitar equívocos e terem-se claros os marcos teóricos e conceituais que balizam essa interpretação-construção, é necessário explicitar o que é gordofobia e como ela participa da configuração do sentido subjetivo social de necessidade de mensuração do corpo gordo do sentido subjetivo social de obesidade.

Ao passo que se configuram no espaço social familiar e escolar da entrevistada (e em incontáveis outros) sentidos subjetivos sociais de necessidade de mensuração do corpo gordo e de obesidade (ambos com raiz em concepções científicas parciais sobre o corpo gordo reproduzidas pelas mídias de massa), provenientes do mesmo processo, estereótipias sobre o gordo emergem. Tais estereótipias, assinaladas no contexto de produção simbólica social como idealizações que afirmam certos padrões de corpo em detrimento de outros, que em suas formas mais perversas levam a preconceito, discriminação e hostilidade contra o corpo gordo, têm sido atualmente abrigadas na expressão gordofobia.

Entretanto, gordofobia não se confunde com os sentidos subjetivos sociais de necessidade de mensuração do corpo gordo e de obesidade, não explicando por si mesma por que a entrevistada, que sentia e simbolizava o próprio corpo como erro, insatisfação, vergonha, restrição e humilhação, passa a *abraçar* justamente o tema que lhe causa sofrimento. A compreensão fundamental aqui é que: a gordofobia ou qualquer outra estereótipia em relação ao corpo gordo, são configuradas “de maneira diferenciada na subjetividade individual de atores que se relacionam e se organizam nas variadas instâncias sociais de cada cultura” (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS

MARTÍNEZ, 2017, p. 64), configurando os sentidos subjetivos sociais de necessidade de mensuração do corpo gordo e de obesidade; *sendo precisamente este processo* – dialético, configuracional, complexo, contraditório e histórico-cultural de composição recíproca – *e não a gordofobia em si*, que explica por que em um espaço e tempo social a entrevistada *não tem condições de enfrentamento* diante da gordofobia que lhe causa sofrimento, e em outro adquire *potência de insurgir-se*.

Diante desse esclarecimento teórico-conceitual, conjectura-se que a entrevistada, de criança e adolescente gorda que foi, e como mulher gorda que é, em vista do que ativamente construiu diante das possibilidades concretas encontradas nos espaços sociais dos quais fez e faz parte, deixa de ser uma *vítima* de sua subjetividade e da subjetividade social a respeito do corpo gordo, passando a erguer-se contra o que fere a si e aos outros.

Contar e debater sua *história singular de ser gorda* na infância, adolescência e idade adulta (muitas vezes vivenciada por ela como carregada de preconceitos e hostilidade) para outras mulheres no espaço social da internet, da faculdade e de militância, engendra uma *nova ordem de sentido* para o sofrimento experienciado. Sua trajetória ampara outras mulheres e seu sofrimento ganha *novo sentido*, deixando de ser apenas dor, porque passa a ser suporte para outras. A interlocução permite ver-se *para além* do sentido subjetivo social de obesidade genericamente estabelecido pelos antigos espaços sociais, em direção de um sentido subjetivo individual sobre o próprio corpo gordo, que responde menos aos sentidos sociais primitivos em sua história, e responde mais ao que subjetiva como suas necessidades e motivações atuais como mulher que milita contra a gordofobia.

O verbo que escolhe para apresentar como se deu esse processo é significativo: *abraçar*. Quem abraça um sofrimento o faz porque para de fugir, volta-se para ele, e o contém. Mas o enfrentamento inovador que construiu só nasceu em vista da relação com outras mulheres, pois não há sentidos individuais ou sociais sobre o corpo gordo, subjetivados como sofrimento ou satisfação, que eclodem do vazio. É na experiência concretamente construída junto a outras mulheres, é no relato concreto de sua vivência, é na concretude do que objetiva com a sua militância, que novos sentidos sobre o ser gorda emergem para ela.

Assim, do encontro com outras mulheres gordas e no debate sobre as questões relevantes para quem vive o corpo gordo que, de vitimizada – tanto por sentidos subjetivos sociais que alienam o corpo gordo, quanto por sentidos subjetivos

individuais sobre o próprio corpo de erro, insatisfação, vergonha, humilhação e restrição –, torna-se *sujeito* de sua história. Pois, conforme explica González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 53, grifo nosso), o “indivíduo não é uma vítima de sua subjetividade, ele pode tornar-se *sujeito* dela”, e o acesso para isso, precisamente o que se visibiliza na vivência dessa mulher, é “um processo *ativo* na tomada de caminhos e decisões que são fontes geradoras de sentidos subjetivos”.

Resgatando-se a definição de González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017) sobre a categoria sujeito, observa-se que:

*Sujeito* representa aquele que abre uma *via própria* de subjetivação, que transcende o espaço social normativo dentro do qual suas experiências acontecem, exercendo opções criativas no decorrer delas, que podem ou não se expressar na ação (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 73, grifo nosso).

Note-se, por exemplo, que o sentimento de ódio e vergonha relatado ao ter que constantemente calcular para saber se a cadeira vai ou não quebrar ao se sentar, toma uma outra dimensão. Em vez de permanecer encerrada no próprio sofrimento, passa a produzir na internet vídeos que visibilizam que o corpo gordo não é motivo de escárnio por não caber numa cadeira, mas que os equipamentos, produtos e serviços devem servir a todos os tamanhos de corpos. Nesse movimento, configura novos sentidos individuais sobre si mesma: em vez de sentir-se ridicularizada, passa a abrir espaço de visibilidade ao gordo, colocando-se na posição de *desafiadora ativa*, não de sofredora passiva.

Ademais, ao assumir o próprio corpo como *concretude gorda que desafia os padrões*, afirma, tanto para si mesma, que sua existência gorda é legítima, quanto configura novos sentidos subjetivos sociais sobre a corporeidade gorda, à medida que sua trajetória visibiliza nos espaços sociais que é possível uma maneira de subjetivar o próprio corpo gordo mais emancipada de estereótipos e que desafia a produção simbólica e emocional sobre a questão.

Contudo, novamente em vista do movimento de configuração de sentidos subjetivos sobre o próprio corpo ser dialético, configuracional, complexo, contraditório, histórico-cultural e de composição recíproca (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017, p. 64), nota-se que, não há uma resolução final. Não é possível que a entrevistada, após realizar tal ou qual enfrentamento, atingisse um ápice de satisfação simbólica e emocional sobre a questão e lá se fixasse. Pelo contrário, essa

mulher, permanentemente reconfigura o que é *ser gorda*, em um movimento tensionado, que mostra como subjetiva-se em alguns momentos como mais livre e fortalecida, e em outros, retorna a fragilidades e questionamentos sobre a assunção de um padrão de corpo que desafia o hegemonicamente estabelecido.

Observa-se que, o sentido subjetivo individual de corpo gordo que desafia os padrões hegemônicos configurado está em constante tensão frente aos sentidos subjetivos sociais de necessidade de mensuração do corpo gordo e de obesidade. Assumir esse *ser gorda* trouxe para ela perceber-se constantemente tensionada por força e fragilidade diante de assunção de um corpo que questiona também o corpo do outro.

Perguntada sobre como lembrava da primeira vez que disse “eu sou uma mulher gorda”, conta que, pensar-se como gorda foi um “*pouco mais fácil*”, mas dizer de si mesma por meio dessa expressão para os outros foi “*muito difícil*”.

Foi muito difícil. Não foi fácil. Talvez na minha cabeça tenha sido um pouco fácil... mas... falar para os outros: sou uma mulher gorda, foi difícil. A primeira vez que eu fiz isso abertamente foi nas eleições de 2018, que eu postei uma foto, e eu coloquei: petista e gorda! A família vai surtar. E surtou. Mas, para mim, tipo, me apropriar da palavra gorda foi uma forma de parar de sofrer. Porque, enquanto para mim ser gorda era sofrimento, eu não tava [sic] feliz. (...) Então... daí entrou o feminismo na minha vida, entrou a faculdade, percebi que eu podia ressignificar essa palavra gorda... e daí eu falei: meu eu não quero ser triste para sempre, eu não vou ser triste para sempre. E eu passei por tudo isso e faço regime desde os meus 10 anos, coloquei o balão e eu tô [sic] exatamente igual. E eu vou continuar triste por mais dez anos da minha vida? Eu sou tão jovem para isso! Então eu comecei a usar gorda como característica e não como ofensa. (Entrevista concedida pela participante pela plataforma *Google Meet*. Curitiba, 31 jul. 2020).

Nesse sentido, quando está dialogando com a entrevistadora sobre dizer-se gorda, e qual o sentido disso para ela, em diversos momentos visibiliza que está em constante movimento interno, de facilidade e dificuldade, de felicidade e infelicidade. Ora emergem sentidos de satisfação quando encara o desafio de contraditar o hegemonicamente dado ao corpo, ora quer que o outro perceba que esse desafio assumido também foi construído pelo sofrimento.

Mas eu também não quero ser considerada a heroína... quando a gente fala sobre ser bem resolvida sobre o corpo, de mostrar o corpo sem encanação, as pessoas olham como se isso fosse coisa de heroína... quando se fala assim parece que tudo aconteceu muito certinho, que eu já sabia as respostas... só eu sei quanto sofrimento isso me custou. (...) Porque a gorda, quando ela chega, como se fosse num ápice, no alto da montanha, é a gorda que se aceitou! Daí ela é colocada como herói, como a imaculada, conseguiu

o que outras mulheres não conseguiram, me coloca num patamar melhor do que minha mãe, por exemplo. Essa também é uma visão meio difícil, porque a aceitação é diária, eu não cheguei no nível do herói. Nenhuma mulher vai chegar no nível do herói na sociedade que a gente vive hoje. Então, as vezes eu conto a história e me sinto heroína, mas na verdade não. Eu tenho muitos altos e baixos durante a semana, sabe? (Entrevista concedida pela participante pela plataforma *Google Meet*. Curitiba, 31 jul. 2020).

A fala selecionada da entrevistada visibiliza como pretende-se encerrar as conjecturas realizadas nesse capítulo: ao mesmo tempo que é configurada pela realidade concretamente dada sobre o corpo gordo, que está em constante mutação, *configura um sentido subjetivo individual sobre o próprio corpo gordo que desafia os padrões hegemônicos incessantemente*, visto que desafiar, como movimento que é, só existe na ação que exprime. Desafiou e desafia à medida que subjetivou e subjetiva criativa e subversivamente sua história: trouxe seu *corpo gordo concreto* para o debate nos espaços sociais divididos com outras mulheres, transformando sentidos de erro, insatisfação, restrição e humilhação, dela e dos outros gordos, em molas propulsoras que possibilitaram que, também ela e outras mulheres, se construíssem *para além de corpos materialmente obesos, doentes e a-históricos*.

Subverteu também os possíveis usos da internet, produzindo vídeos e debatendo com outras mulheres, transformando-a em verdadeiro espaço social de relações, o que permitiu, conforme González Rey (2002, pp. 44 e 45), que abrisse “brecha na trama social” a ponto de subverter “o *status quo* do social atual” a respeito daquilo que subjetiva em relação a si mesma e do que se subjetiva socialmente em relação ao gordo. Possibilitou, pela assunção do desafio de viver seu corpo gordo, que além dela, outros indivíduos atribuíssem sentidos simbólicos e emocionais mais potencializadores de seus corpos, tenham eles o tamanho que for.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, para realizar uma compreensão dos sentidos e configurações subjetivas a respeito da corporeidade vivenciada por uma mulher blogueira gorda que desafia os padrões hegemônicos de corpo na internet, procurou-se ao longo desse trabalho:

- no Capítulo 2, apresentar González Rey e as categorias de análise concebidas por ele que dão suporte teórico-metodológico a pesquisa;
- no Capítulo 3, examinar aspectos históricos, econômicos, sociais e culturais que visibilizam como e por que os padrões de corpo, construídos pela Ciência e reproduzidos pela mídia de massa dentro do modo de produção capitalista, fundaram-se em torno de idealizações de beleza/feiura e saúde/doença;
- no Capítulo 4, apreender e analisar aspectos significativos da subjetividade social a respeito da corporeidade gorda no espaço social da internet;
- e no Capítulo 5 analisar, por meio da metodologia construtivo-interpretativa de González Rey (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017), como a vivência singular de uma mulher blogueira gorda sobre o próprio corpo configura seus sentidos subjetivos, sentidos subjetivos de outras mulheres e sentidos subjetivos sociais sobre o corpo gordo.

Assim, diante da descrição do caminho percorrido, pretende-se visibilizar nessas Considerações Finais, como essa pesquisa, subsidiada pela Epistemologia Qualitativa (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017), possibilitou a formulação de algumas hipóteses que abrem, mesmo que modestamente, novas zonas de inteligibilidade sobre a compreensão da corporeidade gorda em sua intrínseca relação com a subjetividade.

As hipóteses apresentadas podem, tanto servirem como recurso para o aprofundamento da investigação das questões ligadas ao tema do corpo gordo, quanto subsidiar a construção de novas possibilidades à ação profissional do psicólogo que dá suporte aos indivíduos que têm seus sentidos subjetivos individuais configurados por algum sofrimento em vista de seu corpo gordo.

## 6.1 A OBESIDADE COMO DOENÇA *VERSUS* A CORPOREIDADE GORDA COMO POSSIBILIDADE LEGÍTIMA DE EXISTÊNCIA E A EMERGÊNCIA DE UMA NOVA ZONA DE INTELIGIBILIDADE PARA A COMPREENSÃO DA CORPOREIDADE: A SUBJETIVIDADE DA CONCRETUDE DO CORPO

Recuperar a obra “Personalidade, saúde e modo de vida” de González Rey (2004) foi absolutamente importante para a consecução do objetivo geral pretendido, visto que nela o autor posiciona-se explicitamente sobre a obesidade. Segundo ele:

o processo de obesidade, que sem dúvida prejudica o organismo, pode refletir de maneira psicológica, um baixo nível de autocontrole do indivíduo quanto a alimentação, situação essa que, embora não seja vivenciada negativamente pelo indivíduo, com certeza prejudica tanto a saúde física como a mental. Essa inadequada regulação pode acarretar graves conseqüências [sic] para o estilo de vida, na energia e nas capacidades do indivíduo em outras esferas fundamentais de sua vida. As repercussões de um estado somático inadequado para o psíquico não são necessariamente imediatas. Dessa forma, a própria obesidade pode apresentar também uma série de conseqüências indiretas e imediatas sobre a saúde mental. Em algumas ocasiões, o obeso é objeto de burlas, fato este que o faz desenvolver um sentimento de deficiência física, prejudicando sua autovalorização e limitando-o em seus diferentes sistemas de relacionamentos pessoais, com as conseqüências [sic] que isso ocasiona em termos de saúde psíquica. Em processos mais graves, que afetam o sistema de regulação mais automatizados – o sono, a alimentação e outros –, como pode ser o caso da aparição de uma doença, o reflexo na saúde mental é ainda maior; seus efeitos dependem da própria personalidade do indivíduo e dos recursos culturais e experiências que ele conseguiu sistematizar no decorrer de sua vida. Também são importantes neste processo as representações sociais dominantes no meio social do sujeito. A doença somática age sobre o psíquico, tanto por suas próprias manifestações orgânicas que afetam a base somática do psíquico – como acontece em muitas doenças –, como pelas manifestações associadas, basicamente, ao sistema nervoso e endócrino, quanto pelas imagens que o indivíduo cria da doença, de sua própria autovalorização no processo de doença (GONZÁLEZ REY, 2004, p. 12-13).

Em vista do posicionamento de González Rey (2004) sobre obesidade, da sistematização realizada sobre as atuais pesquisas na área (que demonstra como a Ciência tem estudado o corpo gordo principalmente por sua fisiologia-comportamento ou sob o ângulo de suas representações sociais) e por meio da análise da entrevista de uma mulher blogueira gorda sobre seus de sentidos subjetivos, foi possível formular **hipótese** sobre duas imprecisões conceituais usualmente empregadas que impedem que os psicólogos ultrapassem a atual dicotomização na investigação do corpo gordo, são elas: a *identidade entre **corpo gordo** e **obesidade*** e a redução da ***concretude do corpo** à sua **materialidade***. Tais imprecisões, sobrepostas uma a

outra e tratadas de maneira embaralhada, do ponto de vista dessa pesquisa, têm sido um dos principais obstáculos à superação das investigações parciais sobre o corpo gordo.

O trecho supracitado da obra de González Rey (2004) exemplifica bem o apontado sobre a primeira imprecisão conceitual, a *identidade entre corporeidade gorda e obesidade*. Nesse momento, quando iniciava um processo de reflexão sobre como somático e mental configuram-se mutuamente na organização do fenômeno psicológico, realizou uma análise que identificou de maneira espelhada o corpo gordo a um processo patológico. Afirma-se isso porque, tanto quanto outros pesquisadores da área da saúde e humanidades, do passado e atuais, partiu de um *a priori* de que a expressão que denominaria um corpo gordo é o termo *obesidade*, sem reparar que essa denominação dá contornos de patologia mesmo a corpos que apesar de gordos, não estão doentes.

Não se contesta em momento algum nessa pesquisa que a Medicina demonstra uma série de comprometimentos aos quais o indivíduo está sujeito por seu excesso de peso, no entanto, retomando Vigarello (2012), verifica-se que o corpo gordo não tem um sentido patológico por natureza. Os sentidos de doença amalgamados a ele foram construídos por um léxico métrico que considerando a gordura em sua materialidade físico-orgânica (que classificou o corpo do ponto de vista de seu peso em: normal, com sobrepeso, obeso e obeso mórbido), deixou de lado as possibilidades da corporeidade gorda ser compreendida simbolicamente como algo distinto da doença.

Adstrita à primeira, mas sem se confundir com ela, a segunda imprecisão conceitual sobre a corporeidade gorda que impede que os psicólogos ultrapassem a atual dicotomização na investigação do corpo gordo é que sua *materialidade* tem sido identificada com sua *concretude*. Formula-se hipótese nessa direção em vista das explorações do excerto transcrito acima de “Personalidade, saúde e modo de vida”; das problematizações elaboradas sobre “Sujeito e Subjetividade: uma aproximação histórico-cultural”; das reflexões realizadas a partir das considerações dos membros da Banca Avaliadora de Exame de Qualificação de Mestrado; e em vista da análise construtivo-interpretativa dos sentidos subjetivos de uma mulher blogueira gorda sobre o próprio corpo. Por meio dessas reflexões e análises observou-se que, a questão da investigação dos sentidos subjetivos a respeito do corpo gordo, que a princípio pareceu ser a investigação de como o *peso – matéria físico-orgânica* – do

indivíduo configura sua subjetividade, é na verdade apenas *uma* das dimensões a ser investigada na experiência corpo gordo.

Note-se que, sem o aporte das categorias teórico-metodológicas de sua obra madura, González Rey (2004, p. 12) objetivou trazer a luz com seus trabalhos empíricos de 1970 e 1980 como “a saúde somática afeta a saúde mental” e vice-versa. Entretanto, ao passo que tentava visibilizar como mental e somático estão processualmente implicados na saúde humana, acabou tratando a questão do corpo gordo *apenas* como uma questão *material de excesso de peso patológico* – a obesidade. Ou seja, reduziu todas as possibilidades de experiência subjetiva de corpo gordo a uma delas, a patologia obesidade, afirmando que essa obesidade necessariamente traria implicações psicológicas negativas ao sujeito, mesmo que este não as percebesse de imediato. Ao planificar a experiência subjetiva do corpo gordo como alteração patológica de sua *materialidade*, por meio da categoria obesidade, torna *uma* possível dimensão da vivência de um corpo gordo – é possível que esse corpo fique doente em função do excesso de peso – representante do fenômeno em sua totalidade.

González Rey (2004), ao compreender o corpo gordo exclusivamente como matéria físico-orgânica em “Personalidade, saúde e modo de vida” só conseguiu visibilizar parte da questão. Evidentemente, esforça-se por alinhar elementos sociais à problemática, apontando, por exemplo, como as burlas podem ser matéria prima para sentimentos de inadequação e que as representações sociais dominantes têm, de algum modo, importância nesse processo. Entretanto, as categorias saúde-doença e somático-mental não foram suficientes para que pudesse visibilizar como o fenômeno do qual tratava comporta outras dimensões além da patológica, e ainda, que em muitos casos a dimensão patológica nem está presente na vivência do corpo gordo.

De nosso ponto de vista, isso reforça a necessidade exhaustivamente apontada por González Rey (2002) de redimensionar epistemológica e metodologicamente o objeto da Psicologia. Foram justamente as categorias da fase madura de sua obra – subjetividade, subjetividade social, subjetividade individual, sentido subjetivo social e sentido subjetivo individual – e as construções que empreendeu em “Sujeito e Subjetividade: uma aproximação histórico-cultural” sobre a necessidade de “resgatar a dimensão do corpo na constituição do sujeito” (GONZÁLEZ REY, 2003, p. 26) que

serviram de fundamento para a análise dos sentidos subjetivos de uma mulher blogueira gorda sobre o próprio corpo.

E o exame construtivo-interpretativo realizado sobre os sentidos subjetivos dessa mulher possibilitou a esta pesquisa formular, como desdobramento da primeira, uma **segunda hipótese**: de que a compreensão ampla da corporeidade gorda em sua intrínseca relação com a subjetividade, depende da investigação da *concretude do corpo gordo* e não apenas de sua *materialidade físico-orgânica como excesso de peso*. Nesse sentido, investigar a concretude do corpo de uma mulher blogueira gorda significa ter em vista as dimensões simbólico e emocional que compõe sua vivência, ou conforme compreensão concebida nessa pesquisa, é necessário que se investigue, o que aqui qualificamos, a *subjetividade da concretude do corpo gordo* dessa mulher.

Para investigar a *subjetividade da concretude do corpo gordo de uma mulher blogueira* – que se pressupõe como abertura de uma nova zona de inteligibilidade para a compreensão do fenômeno corpo gordo –, teve-se em vista que estão amalgamados à sua configuração inúmeros processos simbólico-emocionais. Desse modo, foi fundamental perguntar para a entrevistada como foi nascer, crescer e viver em uma sociedade que valoriza o magro em detrimento do gordo. Só ela poderia dizer como estabeleceu com sua família, professores, profissionais de saúde, amigos, vizinhos, colegas de trabalho etc. (e como estes indivíduos estabeleceram com ela), um sistema de relações que está atravessado pela presença do *ser gordo*.

Foi a maneira simbólica e emocionalmente implicada de contar a história de seu corpo concreto nos espaços sociais de relações que revelou como o sentido subjetivo de seu próprio corpo configurou-se, principalmente a partir de sua entrada na idade adulta, como um movimento de desafio em relação aos sentidos primitivos de erro, insatisfação, humilhação, vergonha e restrição vividos na infância e adolescência. Nesse processo construtivo-interpretativo observou-se que essa mulher desafia os sentidos subjetivos sociais de necessidade de mensuração do corpo gordo e de obesidade pela assunção ativa do sentido subjetivo de seu corpo gordo concreto, e neste movimento, configura-se como sujeito de sua subjetividade, lançando-se para ser e representar-se para além de um corpo materialmente obeso, doente, passivo e a-histórico.

Ademais, considerando que a configuração de um sentido subjetivo do próprio corpo sempre se dá individual e socialmente, foi necessário atentar a rede de relações

e os espaços sociais que essa mulher referiu quando falava sobre o próprio corpo, pois os simbolismos e emoções que compõe seus sentidos subjetivos individuais não são uma produção que nascem espontaneamente, mas configurados a partir de suas possibilidades de relação nos espaços sociais que figura. Ou seja, foi por isso que se investigou o espaço social da internet e como se dá a rede de relações e o debate em *blogs* e redes sociais.

A partir dessa investigação uma **terceira hipótese** pode ser elaborada: o espaço social construído por essas mulheres blogueiras nos *blogs* e redes sociais, e o diálogo que ali mantêm, amparou-as na construção de sentidos subjetivos em relação ao próprio corpo que têm desafiado *as construções simbólicas sobre o corpo gordo que o espelham com a obesidade*. Ou seja, por meio do diálogo e relações construídas nesse espaço social, *resgatam* sentidos subjetivos sobre o corpo gordo (mais amplos que o sentido patológico de obesidade) que ficavam subsumidos, *criam* sentidos subjetivos de satisfação sobre o próprio corpo gordo e *potencializam* outras mulheres a também desafiarem os sentidos subjetivos hegemônicos sobre o corpo gordo.

As redes de relações e discussões criadas pelas mulheres blogueiras no espaço social da internet, onde compartilham suas experiências e a imagem de seus próprios corpos sem tratamentos digitais, têm potencializado a elas mesmas e suas leitoras e debatedoras a viverem o próprio corpo sem terem que se desculpar por serem como são. Articulam questões urgentes sobre a corporeidade, utilizando-se de maneira subversiva a plataforma internet, para também subverter o que socialmente convencionou-se à uma mulher gorda.

Se até a década de 1990 era esperado que as mulheres se resignassem ao padrão magro-belo-saudável – mesmo que sofressem de síndromes físicas, psíquicas e morte por irem até as últimas consequências para encaixarem-se nesse padrão –, a partir do diálogo construído no espaço social da internet disseminaram que há possibilidades de vivências corporais menos alienadas aos padrões hegemônicos de corpos. A visibilidade que as blogueiras dão para corpos gordos colabora para a construção de uma subjetividade social a respeito do corpo que transcende o que as mídias tradicionais representam como padrões normativos, legitimando que a mulher

pode viver a concretude do seu corpo exatamente como é, pois seu corpo gordo é sim uma possibilidade legítima de existência.

Assumirem-se como *gordas*, não como obesas, potencializou-as na construção de sentidos subjetivos individuais sobre a própria corporeidade *desafiadores* do padrão de corpo hegemônico, ao mesmo tempo em que propõem a construção de outros padrões a partir da visibilidade que dão a experiência *ser gorda* – o que foi impossível para as mulheres das gerações anteriores que não tinham a possibilidade de diálogo mais amplificado que o fenômeno da internet proporcionou. A concretude do corpo gordo assumida, mais ampla que sua restrita materialidade obesa, deu a elas a potência de não apenas superar as burlas as quais González Rey (2004, p.12) se refere, que poderiam limitá-las “em seus diferentes sistemas de relacionamentos pessoais”, mas, contraditória, imprevisível e subversivamente, foi ponto nodal de estabelecimento de relações interpessoais significativas; encontraram cada uma, na designação *gorda*, mais do que a si, encontraram *a outra como eu*.

González Rey, como todo pesquisador, não pôde ver tudo ao mesmo tempo e o tempo todo. A ele escaparam alguns elementos que são fundamentais para a compreensão mais ampla da vivência do corpo gordo, muito em função desse objeto de pesquisa ser periférico em sua obra. Entretanto, as excepcionais categorias teóricas que deixou como legado – subjetividade, subjetividade social e individual, sentidos subjetivos social e individual (GONZÁLEZ REY e MITJÁNS MARTÍNEZ, 2017) – permitem que outros pesquisadores, a partir do terreno epistemológico consistentemente assentado por ele, construam, mesmo que modestamente, novas zonas de inteligibilidade que podem subverter a compreensão e a pesquisa parcial sobre o corpo gordo.

## 6.2 AS PESQUISAS PARCIAIS SOBRE O CORPO GORDO E SEU IMPACTO NA AÇÃO PROFISSIONAL DO PSICÓLOGO

Antes de abordar essas últimas considerações, é preciso esclarecer o conceito de ação profissional do psicólogo na obra de González Rey. Para ele, o fazer do psicólogo que atua profissionalmente – instrumentalizado pelo conhecimento de práticas, técnicas e intervenções – compõe um “sistema de ações profissionais”. Segundo esse autor, a ação profissional do psicólogo é mais ampla do que a aplicação de técnicas e o atendimento de demandas e solicitações apenas porque elas existem,

constituindo-se em um complexo de ações organizadas por ele, objetivando asseverar que a ação profissional deve “favorecer o desenvolvimento humano, para além da resolução pontual de problemas específicos” (GONZÁLEZ REY; GOULART; BEZERRA; 2016, p. 54).

Desse modo, segundo nossa interpretação, a ação profissional do psicólogo não é aplicação de uma ou outra técnica assimilada durante sua formação de nível superior, mas, a partir dos conhecimentos técnico-científicos apropriados durante sua formação e exercício profissional, a maneira singular que organiza seu fazer em um sistema de ações com objetivo de favorecer o desenvolvimento humano integral. É a partir desse pressuposto que se problematiza como os psicólogos têm organizado seus sistemas de ação profissional frente a indivíduos que têm suas subjetividades individuais configuradas por algum grau de sofrimento relacionado a concretude de seu corpo.

Em vista do pressuposto descrito acima, realizou-se no dia 20 de março de 2020 um levantamento na rede social *Facebook*, com o objetivo de identificar em que sentido os psicólogos paranaenses que oferecem tratamento a indivíduos gordos têm construído sua ação profissional. Como no Capítulo 4 (onde estão descritos referenciais sobre a subjetividade social da corporeidade gorda coletados por meio da análise de *blogs*, redes sociais e do manejo dado pelos usuários da ferramenta de busca Google), considera-se que esse recurso é útil para identificar qualitativamente em que sentido os psicólogos paranaenses têm construído sua ação profissional quando engajados em questões da corporeidade gorda.

É de conhecimento amplo que os psicólogos divulgam seus serviços profissionais nessa rede social, sobretudo em grupos organizados em torno de assuntos da Psicologia em geral. Por isso, realizou-se uma busca nos grupos *Psicólogos de Curitiba e Região*, *Psicólogos Paranaenses*, *Jovens Psicólogos de Curitiba* e *Psicologia Paraná (divulgação)*, pois neles se concentram a maioria dos anúncios on-line de serviços profissionais psicológicos do estado do Paraná, inclusive os ligados a corporeidade gorda.

Foram identificados nessa data específica **oito diferentes anúncios**, os quais se repetem nos quatro diferentes grupos do *Facebook* selecionados para o levantamento; e tendo em vista o *público alvo* aos quais se dirigem, os oito podem ser separados em duas modalidades principais:

- (1) Cinco anúncios em que o psicólogo oferece tratamento especializado ao indivíduo obeso.
- (2) Três anúncios em que um psicólogo divulga para outros psicólogos cursos de formação de capacitação para a emissão de laudo psicológico para a realização de cirurgia bariátrica.

Em vista dos serviços psicológicos oferecidos, tanto no primeiro caso quanto no segundo (que se diferenciam apenas com relação ao público alvo aos quais se dirigem, um tem como público o gordo, no outro o público é o psicólogo que irá tratar o gordo), *a ação profissional divulgada centra-se no comportamento alimentar dos indivíduos* – reflexo das pesquisas que definem que o tratamento dirigido ao gordo sempre é o controle alimentar objetivando o emagrecimento.

Afirma-se nesse sentido porque sete dos oito anúncios identificados trazem, em uma análise qualitativa de seus conteúdos, elementos que visibilizam que o objetivo central do psicólogo deveria ser *auxiliar o sujeito a perder peso por meio de técnicas de autocontrole alimentar*. Os anúncios em questão são compostos pelos seguintes elementos pictóricos e linguísticos:

- (a) Fotografias com imagens de alimentos (pratos de comida; comidas calóricas desenhadas como partes anatômicas de um cérebro).
- (b) Chamadas textuais, tanto as dirigidas aos psicólogos (“Problemas alimentares são uma demanda crescente nos consultórios”; “Você aprenderá como ajudar seu paciente a mudar o comportamento alimentar e se relacionar com a comida de forma mais leve e autônoma.”), quanto as dirigidas aos indivíduos (“Você sabe o que é o comer compulsivo?”; “Você tem fome de que?”), têm como fio condutor a perda de peso por meio do controle alimentar.

Assim, no levantamento realizado, identificou-se que a principal ação profissional divulgada pelos psicólogos paranaenses na rede social *Facebook* é a reeducação/controlar alimentar, figurando como principal ação profissional para auxiliar o indivíduo na lida com seus sentidos subjetivos individuais de satisfação/insatisfação na vivência de seu próprio corpo.

Sobre essa questão específica, não se contesta que, de fato, o corpo gordo pode ser resultado de um descontrole alimentar, muitas vezes eliciado por fatores emocionais. Um processo de (re)educação pode ser manejado pelo psicólogo e auxiliar na reconfiguração dos sentidos subjetivos individuais do sujeito diante do ato

de comer. Contudo, principalmente em vista da interpretação-construção dos sentidos subjetivos de uma mulher blogueira gorda empreendida no Capítulo 5, tratar a questão do corpo gordo apenas a partir do controle alimentar é, no mínimo, reduzir a questão. Como se viu no caso específico da entrevistada, dietas de controle alimentar e a introdução de um balão intragástrico não responderam a ela de maneira *simbólica e emocionalmente satisfatória* àquilo que trazia sofrimento na vivência de seu corpo gordo. Contrariamente, a ação psicológica empreendida ao em vez de erigir-se como *abertura* para novos sentidos subjetivos sobre o corpo resumiu-se em reforçar sentido de *restrição* alimentar recomendado por outros profissionais.

Em vista disso, a ação profissional do psicólogo que participa de equipe multidisciplinar que decide pela realização de intervenções cirúrgicas, têm assentando-se majoritariamente na concepção de que o corpo é matéria físico-orgânica que deve ser explorada em seus desígnios fisiológicos e comportamentais, visão que traz consigo alguns impactos específicos: a investigação científica sobre o corpo gordo que se concentra em sua materialidade, estudando etiologia e consequências da obesidade, examinando parcialmente o que configura um corpo, deixando de fora do espectro de análise sua concretude, impacta em técnicas e mecanismos de manejo psicológico também parciais.

Nota-se que, os psicólogos que dão suporte aos indivíduos que têm suas subjetividades individuais configuradas por algum grau de sofrimento relacionado ao corpo gordo, operacionalizam seus serviços fundamentados por práticas, técnicas e instrumentos psicológicos que têm como fio condutor o princípio de que o excesso de peso traz, de uma maneira ou de outra, sofrimento psicológico embutido; por isso, o trabalho que desenvolvem junto ao cliente é auxiliá-lo na perda de peso.

Conforme pormenorizado na Introdução, as pesquisas que se concentram na fisiologia e no comportamento do corpo, objetivam equilibrar o peso do indivíduo para que ele não sofra consequências fisiológicas graves em vista de seu peso muito reduzido ou muito elevado. É evidente que a obesidade e o sobrepeso aumentam o risco de morte prematura por doenças cardiovasculares, diabetes, hipertensão e derrame (OMS, 2019b); e não se contesta isso.

O que se levanta como **quarta hipótese** neste trabalho – após a investigação dos sentidos subjetivos sobre o corpo de uma mulher blogueira gorda e em vista da análise qualitativa dos anúncios profissionais dos psicólogos paranaenses no *Facebook* – é que o suporte que o psicólogo dá ao indivíduo em um processo de

emagrecimento é apenas *uma das dimensões possíveis* de desenvolvimento de sua ação profissional frente a questões relativas à subjetividade da concretude do corpo gordo. Os psicólogos têm investido seus esforços, quase que exclusivamente, nessa única possibilidade porque, muitas vezes, sua ação profissional mimetiza, por mera externalidade, a ação de outros profissionais. Dito de outro modo, se o médico, o nutricionista, o educador físico, o fisioterapeuta, entre outros, encontram em princípios do comportamento alimentar mecanismos de suporte ao sujeito gordo, o psicólogo acaba também investindo sua ação profissional aí.

Observa-se que, para os profissionais citados, excetuando-se o psicólogo, a materialidade do corpo é objeto principal para o qual dirigem suas ações profissionais. Inclusive devem instruir o sujeito a perder peso quando este compromete sua saúde física. O psicólogo pode servir como adjuvante nesse cenário, contudo, de acordo com o posicionamento dessa pesquisa, a ação profissional do psicólogo é, sobretudo, *compreender junto ao sujeito a subjetividade da concretude de seu corpo* – formulada aqui como a quarta hipótese.

De acordo com o problematizado ao longo desse trabalho, existem mulheres que comportam em seus corpos excesso de peso e encontraram nele sentidos de satisfação – o que é dimensão da realidade concreta não prevista pelas técnicas psicológicas de reeducação alimentar. Ao mesmo tempo outras, apesar de encontrarem-se com peso dentro de faixa normal de IMC, declaram-se atormentadas pela sensação de inadequação de seus corpos, referindo-se a ele como gordo. Essa segunda situação até é prevista pela pesquisa com base fisiológica-comportamental, mas as práticas profissionais derivadas dela, orientadas a redução de peso, têm desempenho insatisfatório, visto que aqui o ponto não é emagrecer ainda mais, mas sim compreender porque um corpo magro é subjetivado por essa mulher como gordo.

Ou seja, apesar dos inúmeros estudos identificados que apontam a necessidade que o indivíduo esteja com seu peso dentro da faixa normal do IMC, duas questões concretas que se apresentam cotidianamente aos psicólogos não podem ser respondidas por meio de instrumentos, técnicas ou intervenções, que por mais diferentes que pareçam entre elas, estão ancoradas no princípio de que o sujeito deve reduzir o peso corporal. Não respondem o problema simplesmente porque, no primeiro caso, a mulher está satisfeita com seu corpo gordo, e no segundo, não há peso para ser reduzido e a ação profissional possível ao psicólogo é de outra ordem.

Sobre as técnicas de controle alimentar, conclui-se que a alimentação é muito

mais do que estabelecer aporte calórico ao corpo. É ação que comporta simbólico intrinsecamente articulado ao emocional do que significa para um indivíduo alimentar-se. Assim, pondera-se que, a ação profissional do psicólogo não encontra sua potência máxima ao ser mais uma afirmação de sentidos subjetivos de *restrição*, atingindo-a, conforme hipótese dessa pesquisa, quando *amplia* a busca por novas formas de subjetivar a concretude do corpo desse indivíduo junto a ele.

Frente a problemáticas que não podem ser respondidas pelo controle alimentar, as pesquisas na área da corporeidade têm procurado respostas sob outras perspectivas teórico-metodológicas. Conforme identificado desde a Introdução, outro eixo de pesquisa sobre a corporeidade, calcada no estudo das Representações Sociais, têm imprimido esforços para identificar como as marcas dos processos históricos e culturais dos padrões de corpos cumprem algum papel na configuração do sofrimento do sujeito gordo.

E, para ilustrar como a pesquisa das representações sociais dos corpos também traz impactos específicos a ação profissional do psicólogo, mais uma vez recorre-se ao levantamento realizado no *Facebook* em 20 de março de 2020. Um anúncio, dos oito identificados, também merece ser examinado, porque elementos dele visibilizam como as pesquisas parciais sobre o corpo gordo – só que agora sob a ótica das Representações Sociais – desdobram-se em concepções parciais do que é ter a subjetividade individual configurada pela vivência concreta de um corpo gordo.

Trata-se de uma divulgação de curso de formação em avaliação psicológica para a cirurgia bariátrica. Nele observa-se a ilustração de duas figuras masculinas, ambas na faixa etária adulto-jovem. Uma delas é a representação de um homem com corpo longilíneo e sorridente, enquanto a outra trata-se da representação de um homem gordo com semblante triste.

A análise desse anúncio mostra que, de acordo com a representação social dominante sobre a corporeidade gorda (conforme discutido no Capítulo 3), os sentidos sobre o próprio corpo gordo, segundo esse psicólogo, só podem ser de insatisfação. Mostra na propaganda do curso de formação que disponibiliza a outros psicólogos sua visão parcial e cooptada pelas representações idealizadas dos corpos magro/gordo, deixando evidente que para ele as possibilidades de vivência do corpo gordo concreto são a tristeza, resignação e sofrimento. Partir do pressuposto que emagrecer *sempre* é motivo de satisfação traz implicações graves na avaliação psicológica para a cirurgia bariátrica.

Conforme visibilizou-se nessa pesquisa, a mulher gorda que se declara satisfeita com sua corporeidade, em vista do estabelecido ao longo de décadas pelas Ciências da Saúde e reproduzido pelas mídias de massa, é cotidianamente interpretada como alguém em estado em negação, pois um corpo gordo necessariamente só pode trazer sentidos de insatisfação. Como pode uma mulher gorda não ser infeliz? Se nega é porque esconde dela mesma sua insatisfação. Os psicólogos – sem o aporte necessário para compreender que os sentidos de satisfação/insatisfação sobre o próprio corpo gordo comportam muito mais dimensões do que apenas da materialidade do corpo, seu peso – procuram insistentemente nos recônditos da psique dessa mulher os motivos dela se recusar em admitir que sua gordura a faz sofrer, sem perceber que são eles que pretendem encaixar as infinitas possibilidades de sentidos subjetivos individuais da concretude do corpo de uma mulher, nessa única possibilidade que é o sofrimento.

Evidencia-se que o psicólogo que constrói sua ação profissional calcado em pesquisas que estudam o corpo de maneira parcial, desenvolve-a estabelecendo relações equivocadas. O corpo gordo é sinônimo de insatisfação, enquanto que o corpo magro é sempre interpretado como satisfatório. Isto ocorre, principalmente, porque o objeto, tanto das pesquisas de cunho fisiológico-comportamental, quanto daquelas acerca das Representações Sociais, é o corpo *abstrato*, e não o *sujeito concreto*. Dessa maneira, produz-se uma ação profissional do psicólogo sem recursos teórico-metodológicos para a compreensão de que não é nem o peso (material-fisiológico) nem a determinação social de um padrão de corpo (simbólico-discursivo) que estabelece o sofrimento do sujeito, mas sim, como ele *subjetiva individualmente* esse peso, esse corpo, esse padrão.

Por isso que se afirma mais uma vez: a ação profissional do psicólogo é *compreender junto ao sujeito a subjetividade da concretude de seu corpo*. Ou seja, a ação profissional do psicólogo, no atendimento a indivíduos que tem sua subjetividade individual configurada por algum grau de sofrimento em relação ao próprio corpo gordo, passa, precipuamente, pela investigação dos caminhos e escolhas diante das opções concretas que esse indivíduo teve e tem nos espaços sociais dos quais faz parte. É investigando suas relações que se torna visível e legível a subjetividade da concretude do corpo desse indivíduo, processo que apesar de trabalhos, e por vezes doloroso, é potente em abertura de novos sentidos subjetivos individuais sobre o corpo gordo.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS (ABIHPEC). **Indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos registra crescimento real de 1,5% entre janeiro e julho de 2019**. Disponível em: <<https://abihpec.org.br/comunicado/industria-de-higiene-pessoal-perfumaria-e-cosmeticos-registra-crescimento-real-de-15-entre-janeiro-e-julho-de-2019/>> Acesso em: 26 dez. 2019.

ALMEIDA, J. S. Mulheres na educação: missão, vocação e destino? A feminização do magistério ao longo do século XX. In: SAVIANI, D. (Org.). **O legado educacional do século XX no Brasil**. 2. ed. Campinas: Autores Associados, 2006. p. 59-108.

ALPTRAUM, L. **A short history of 'Body Positivity'**. 11 jul. 2017. Disponível em: <<https://fusion.tv/story/582813/a-short-history-of-body-positivity/>> Acesso em: 15 jan. 2020.

ALVES, R. **Filosofia da ciência**: introdução ao jogo e suas regras. São Paulo: Brasiliense, 1981.

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO academia científica de beleza. **Cinearte**, Rio de Janeiro, n. 49, fev. 1927, 48 p. Disponível em: <<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/Cinearte/Cinearte.htm>> Acesso em: 17 dez. 2019.

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO emaginar comprimidos. **Cinearte**, Rio de Janeiro, n. 93, dez. 1927, 48 p. Disponível em: <<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/Cinearte/Cinearte.htm>> Acesso em: 17 dez. 2019.

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO cinta de borracha. **Cinearte**, Rio de Janeiro, n. 93, dez. 1927, 48 p. Disponível em: <<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/Cinearte/Cinearte.htm>> Acesso em: 17 dez. 2019.

BAIROS, F. et al. Prevalência de sobrepeso e obesidade e fatores associados em mulheres de São Leopoldo, Rio Grande do Sul: um estudo de base populacional. **Cadernos Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 27., n. 4., p. 380-389. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cadsc/v27n4/1414-462X-cadsc-27-4-380.pdf>> Acesso em: 16 dez. 2019.

BLACK, D. W.; GRANT, J. E. **Guia para o DSM-5**: complemento essencial para o manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais. Tradução de: ANTONIAZZI, J.; TESCHE, E., et al. Porto Alegre: Artmed, 2015. Título original: DSM-5 guidebook

BLOG ENTRE TOPETES E VINIS DE JU ROMANO (BLOG ETVJR). 2013. **Sobre o blog**. Não paginado. Disponível em: <<http://juromano.com/sobre/>> Acesso em: 14 jan. 2020.

BLOG ENTRE TOPETES E VINIS DE JU ROMANO (BLOG ETVJR). 30 abri. 2015. **Plus size na Elle Brasil de maio com gorduras e sem Photoshop | sim, sou eu!**. Não paginado. Disponível em: <<http://juromano.com/moda/plus-size-na-elle-brasil-de-maio-com-gorduras-e-sem-photoshop-sim-sou-eu>> Acesso em: 14 jan. 2020.  
BLOG ENTRE TOPETES E VINIS DE JU ROMANO (BLOG ETVJR). 2020a. **Página de abertura do blog**. Não paginado. Disponível em: <<http://juromano.com/>> Acesso em: 14 jan. 2020.

BLOG ENTRE TOPETES E VINIS DE JU ROMANO (BLOG ETVJR). 2020b. **O padrão de beleza tóxico também está no plus size**. Não paginado. Disponível em: <<http://juromano.com/?s=padr%C3%A3o>> Acesso em: 14 jan. 2020.

BOCK, A. M. B. et al. Silvia Lane e o projeto do “compromisso social na Psicologia”. **Psicologia & Sociedade**. Porto Alegre, v. 19., n. especial 2., p. 45-56. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v19nspe2/a1819ns2.pdf>> Acesso em: 20 set. 2019.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Vigitel Brasil 2017**: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância de Doenças e Agravos não Transmissíveis e Promoção da Saúde. Brasília, 2019.

BRIDGET Jones: no limite da razão. Direção: Beeban Kidron. EUA/Inglaterra: Universal Pictures, 2004. 1 filme (108 min.), sonoro, legenda e dublagem, colorido, DVD.

BROOKS, L. Renée Zellweger: No, I'm not Bridget Jones. Not yet. **The Guardian**, York Way, 13 abr. 2001. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/film/2001/apr/13/awardsandprizes.culture>> Acesso em: 29 dez. 2019.

CANCLINI, N. G. **A socialização da arte**: teoria e prática na América Latina. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1984.

CHILD, B. Renée Zellweger weighs up lean Bridget Jones. **The Guardian**, York Way, 01 mar 2011. Disponível em <<https://www.theguardian.com/film/2011/mar/01/renee-zellweger-weighs-up-bridget-jones>> Acesso em: 29 dez. 2019.

CISION PR NEWSWIRE. **New Dove Research Finds Beauty Pressures Up, and Women and Girls Calling for Change**. 2016. Disponível em: <<https://www.prnewswire.com/news-releases/new-dove-research-finds-beauty-pressures-up-and-women-and-girls-calling-for-change-583743391.html>> Acesso em: 02 jan. 2020.

CONDE, D. L. G. A produção dos sujeitos: a tensão entre cidadania e alienação. In: BOCK, A. M. B. et al. (Orgs.). **Mídia e Psicologia: produção de subjetividade e coletividade**. 2. ed. Conselho Federal de Psicologia, 2009. p. 73-80.

CORBIN, A. **Bastidores**. In: PERROT, M. História da vida privada: da Revolução Francesa à Primeira Guerra. São Paulo: Companhia da Letras, 2009.

DEL PRIORE, M. **Conversas e histórias de mulher**. São Paulo: Planeta, 2013.

DISCOVERY BRASIL. **Quilos Mortais**. 2020. Disponível em: <https://www.discoverybrasil.com/discovery/quilos-mortais> Acesso em: 09 out 2020.

DOVE. **Our research**. 2020. Disponível em: <<https://www.dove.com/us/en/stories/about-dove/our-research.html>> Acesso em: 02 jan. 2020.

DOVE. **Dove Real Beauty Pledge**. 2019. Disponível em: <[dove.com/fr/stories/about-dove/dove-real-beauty-pledge.html](https://www.dove.com/fr/stories/about-dove/dove-real-beauty-pledge.html)> Acesso em 07 out. 2019.

DYNIWICZ, L. 5 anos após a recessão, nenhum setor voltou ao nível pré-crise. **Estadão**, São Paulo, 20 mai. 2019. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2019/05/20/cinco-anos-apos-o-inicio-da-recessao-nenhum-setor-voltou-ao-nivel-pre-crise.htm>> Acesso em: 26 dez 2019.

E! ONLINE. **Beleza GG, reality que mostra a vida de modelos plus size estreia no canal E!**. 26 set. 2018. Disponível em: <<https://www.eonline.com/br/news/971649/beleza-gg-reality-que-mostra-vida-de-modelos-plus-size-estreia-no-canal-e>> Acesso em: 19 jan. 2020.

FIELDING, H. **O diário de Bridget Jones**. 8. ed. Rio de Janeiro: BestBolso, 2010.

FIGUEIREDO, I. **A gorda**. Lisboa: Caminho, 2016.

FORSEY, C. The top 7 search engines ranked by popularity. **Hubspot**. 25 set. 2018. Disponível em: <<https://blog.hubspot.com/marketing/top-search-engines>> Acesso em: 13 jan. 2020.

GILLESPIE, T. A relevância dos algoritmos. Tradução de: Amanda Jurno. **Revista Parágrafa**. São Paulo, v. 6, n. 1, p. 95-121. jan./abr. 2018. Título original: The relevance of algorithms. Disponível em: <<http://www.revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722/563>> Acesso em: 20 jan. 2020.

GONZÁLEZ REY, F. L. **Pesquisa qualitativa em psicologia**: caminhos e desafios. Tradução de: SILVA, M. A. F. São Paulo: Thomson Pioneira Learning, 2002. Título original: Investigación cualitativa em psicologia.

GONZÁLEZ REY, F. L. **Sujeito e subjetividade**: uma aproximação histórico cultural. Tradução de: GUZZO, R. S. L. São Paulo: Thomson Pioneira Learning, 2003. Título original: Sujeito y subjetividad.

GONZÁLEZ REY, F. L. **Personalidade, saúde e modo de vida**. São Paulo: Thomson Pioneira Learning, 2004. Título original: Personalidad, salud y modo de vida.

GONZÁLEZ REY, F. L. O valor heurístico da subjetividade na investigação psicológica. In: GONZÁLEZ REY, F. L. (Org.) **Subjetividade, complexidade e pesquisa em psicologia**. São Paulo: Thomson Pioneira Learning, 2005.

GONZÁLEZ REY, F. L. **O pensamento de Vigotsky**: contradições, desdobramentos e desenvolvimento. São Paulo: Hucitec, 2012a.

GONZÁLEZ REY, F. L. **O social na psicologia e a psicologia social**: a emergência do sujeito. Petrópolis: Vozes, 2012b.

GONZÁLEZ REY, F.L.; GOULART, D.M.; BEZERRA, M. dos S. Ação profissional e subjetividade: para além do conceito de intervenção profissional na psicologia. **Educação**, Porto Alegre, v.39, n. esp. (supl.), p.54-65, dez. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1981-2582.2016.s.24379>. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/faced/article/view/24379>> Acesso em: 21 mai. 2020.

GONZÁLEZ REY, F. L.; MITJÁNS MARTÍNEZ, A. **Subjetividade**: teoria, epistemologia e método. Campinas: Alínea, 2017.

GOOGLE. **Página inicial da ferramenta de pesquisa Google**. 2020a. Disponível em: <<https://google.com>> Acesso em: 10 jan. 2020.

GOOGLE. **Página inicial da ferramenta de pesquisa com termo de pesquisa que não retorna sugestões de pesquisa**. 2020b. Disponível em: <[https://google.com/?gws\\_rd=ssl](https://google.com/?gws_rd=ssl)> Acesso em: 08 jan. 2020.

GOOGLE. **Google Meet**. 2020c. Disponível em: <<https://apps.google.com/intl/pt-BR/meet/>> Acesso em: 09 jul. 2020.

GOOGLE TRENDS. 2020. **Perguntas frequentes acerca dos dados do Google Trends**. Disponível em: <<https://support.google.com/trends/answer/4365533>> Acesso em: 20 jan. 2020.

GORDA!. Direção: Vanessa Rocha Del Negri. Rio de Janeiro: Gengibre produções, 2017. 1 filme (14 min.), sonoro, colorido, digital. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=lwvVH-eiLFg>> Acesso em: 03 jan. 2020.

GOYA Y LUCIENTES, F. de (1746-1828). A família de Carlos IV, 1800-01. Óleo sobre tela, 280x336 cm. Museu do Prado, Madri. In: CHALES, V.; MANCA, J; WIGAL, D. **1000 obras-primas da pintura**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

HOBBSAWM, E. J. **A revolução francesa**. 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

HOBBSAWM, E. J. **A era das revoluções: 1789-1848**. 25. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOBBSAWM, E. J. **A era dos extremos: o breve século XX (1914-1991)**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

IRVINE, L. The last word on the 20th century's most defining novels. **The Guardian**, York Way, 24 mai 2007. Books blog. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/booksblog/2007/may/24/thelastwordonthe20thcent>> Acesso em: 29 dez. 2019.

JAPIASSU, Hilton. **Introdução à epistemologia da Psicologia**. 3. ed. Rio de Janeiro: Imago, 1982.

KOSIK, K. **Dialética do concreto**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1976.

LUCAS, T. C. **Cinearte**: o cinema brasileiro em revista (1926-1942). 2005. 174f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2005.

MARX, K. **O capital**. Livro I. v. 1. São Paulo: Civilização Brasileira, 1968.

MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. 9.ed. São Paulo, 1993.

MEMÓRIA GLOBO. **Saramandaia – 1ª versão**. Disponível em: <<https://memoria.globo.globo.com/entretenimento/novelas/saramandaia-1a-versao/>> Acesso em: 29 dez. 2019.

MITJÁNS MARTÍNEZ, A. **Epistemologia Qualitativa e Teoria da Subjetividade**: dificuldades, equívocos e contribuições para outras formas de pesquisa qualitativa. In: MITJÁNS MARTÍNEZ, A; GONZÁLEZ REY, F; PUENTES, R. V. **Epistemologia Qualitativa e Teoria da Subjetividade**: discussões sobre educação e saúde. Uberlândia: Edefu, 2019.

MONET. **Capa da revista com plus size Tess Holliday gera polêmica na web**. 30 ago. 2018. Disponível em: <<https://revistamonet.globo.com/Celebridades/noticia/2018/08/capa-de-revista-com-plus-size-tess-holliday-gera-polemica-na-web.html>> Acesso em: 15 jan. 2020.

MONTEIRO, C. A. Shifting obesity trends in Brazil. **European Journal of Clinical Nutrition**. n. 54. p. 342-346. mar. 2000. Disponível em: <<https://www.nature.com/articles/1600960.pdf>> Acesso em: 30 dez. 2019.

NECHAR, P. A. **Culturas e comunicações do universo plus size**: uma cartografia das imagens de corpo nos discursos nas redes sociais. 2015. 177f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

NETTO, J. P; BRAZ, M. **Economia política**: uma introdução crítica. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

O BEBÊ de Bridget Jones. Direção: Sharon Maguire. EUA/Inglaterra: Universal Pictures, 2016. 1 filme (123 min.), sonoro, legenda e dublagem, colorido, DVD.

O DIÁRIO de Bridget Jones. Direção: Sharon Maguire. EUA/Inglaterra: Universal Pictures, 2001. 1 filme (94 min.), sonoro, legenda e dublagem, colorido, DVD.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. **Obesity**, 2019a. Disponível em: <<https://www.who.int/topics/obesity/en/>>. Acesso em: 22 abr. 2019.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. **Controlling the global obesity epidemic**, 2019b. Disponível em: <<https://www.who.int/nutrition/topics/obesity/en/>> Acesso em: 03 out. 2019.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. **Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public**, 2020. Disponível em: <<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>> Acesso em: 09 jul. 2020.

OZELLA, S. Adolescência: uma perspectiva crítica. In: KOLLER, S. H. (Org.) **Adolescência e psicologia**: concepções, práticas e reflexões críticas. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 2002. p. 16-24. Disponível em: <<https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2008/01/adolescencia1.pdf>> Acesso em: 21 dez. 2019.

PATEL, N. **Redes sociais: o que são, para que servem e tudo sobre elas**. 2019. Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/tudo-sobre-redes-sociais/>> Acesso em: 14 jan. 2020.

PATEL, N. **Blog: o que é, como funciona, para que serve e muito mais**. 2020. Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/blog-o-que-e/>> Acesso em: 14 jan. 2020.

PFUETZENREITER, N. P. B. **Obesidade sob o olhar antropológico**: etnografia online do movimento plus size. 2018. 111f. Dissertação (Mestrado em Saúde Coletiva) – Universidade Católica de Santos, Santos, 2018.

SANT'ANNA, D. B. D. **Gordos, magros e obesos**: uma história de peso no Brasil. São Paulo: Estação Liberdade, 2016.

SCHLICHTA, S. **Por uma crítica histórico-cultural à naturalização do corpo belo enquanto magro e saudável**: impactos para a personalidade. 74 f. Monografia (Graduação em Psicologia) – Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

SILVA, A. M. B. et al. Jovens insatisfeitos com a imagem corporal: estresse, autoestima e problemas alimentares. **Psico-USF**. Bragança Paulista, v. 23., n. 3., p. 483-495. jul-set 2018. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pusf/v23n3/2175-3563-pusf-23-03-483.pdf>> Acesso em: 16 dez. 2019.

SIMS, M. **Plus-size rapper unfazed by fatphobic tweet about Calvin Klein**

**Billboard**. 2019. Disponível em: <<https://www.yahoo.com/lifestyle/plus-size-rapper-chika-fat-shamed-calvin-klein-billboard-164756514.html>> Acesso em: 03 jan. 2020.  
SINOPSE DO FILME Rosa Turbulenta. **Cinearte**, Rio de Janeiro, n. 93., dez. 1927, 48 p. Disponível em: <<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/Cinearte/Cinearte.htm>> Acesso em: 17 dez. 2019.

SINOPSE DO FILME Abutre Nocturno. **Cinearte**, Rio de Janeiro, n. 107., mar. 1928, 48 p. Disponível em: <<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/Cinearte/Cinearte.htm>> Acesso em: 17 dez. 2019.

STENZEL, L. M. **Obesidade: o peso da exclusão**. 2. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

STRICKLAND, C. **Arte comentada: da pré-história ao pós-moderno**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999.

TRAVEL AND LIVING CHANNEL (TLC). **My big fat fabulous life**. 2020. Disponível em: <<https://www.tlc.com/tv-shows/my-big-fat-fabulous-life/>> Acesso em: 19 jan. 2020.

UNILEVER. **Anúncio da campanha Dove pela real beleza-2004**. 2014. Disponível em: <[https://web.archive.org/web/20140428042043/http://www.unilever.com.br/aboutus/historia\\_das\\_marcas/dove/dove\\_anuncioimpresso\\_2004.aspx](https://web.archive.org/web/20140428042043/http://www.unilever.com.br/aboutus/historia_das_marcas/dove/dove_anuncioimpresso_2004.aspx)> Acesso em: 02 jan. 2020.

VAN WYK, Cindy. **I'm fat – and my existence does not need a euphemism**. Disponível em: <<https://medium.com/@SugaryOblivion/im-fat-and-my-existence-does-not-need-a-euphemism-c8aef3c2e0db>> Acesso em: 19 ago. 2019.

VIGARELLO, G. **As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente. Da Idade Média ao século XX**. Petrópolis: Vozes, 2012.

VIGOTSKY, I. S. **A formação social da mente: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

WOLF, N. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro, Rocco: 1992.

WOLTON, D. **Internet, e depois?** Tradução de: CROSSETTI, I. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2003.

YOU ARE WHAT YOU EAT. **Lisa Apson Episode**. 2009. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=giUZoZSoLwY>> Acesso em: 24 set. 2020.





