

“Gordas, sim, por que não?”: o discurso de mulheres gordas no *blog Mulherão*

Daniela Silva Agendes¹

RESUMO

Este trabalho busca discutir a questão do corpo feminino no *blog Mulherão*, site da internet criado em 2009, produzido por e para mulheres consideradas gordas, com temas como comportamento – incluindo autoaceitação e preconceito – e moda. Temos por objetivo analisar o discurso das blogueiras no que diz respeito ao seu posicionamento ideológico frente ao corpo gordo e ao magro, esse último correspondente ao padrão de beleza atual, legitimado pela mídia. São analisadas duas postagens da seção de comportamento (“O manual de sobrevivência para mulheres acima do peso”, de 2009, e “Gorda sim, por que não?”, de 2012) e uma da seção de moda (“Com que cinto eu vou?”, de 2012). A Análise Crítica do Discurso e as questões de gênero permitem chegar às considerações de que o discurso das blogueiras apresenta certo avanço, pois cria resistência ao padrão estético baseado em um corpo magro e propaga a autoaceitação da mulher gorda. Entretanto, em alguns aspectos, ainda reproduz a ideologia dominante do padrão de magreza. Ainda assim, o *blog* aparece como um meio de comunicação alternativo frente à mídia tradicional; parece haver possibilidade de que sua prática discursiva gere mudança social para mulheres gordas e na sociedade como um todo, especialmente se levado às salas de aula, com o objetivo de desconstruir preconceitos sobre a imagem da mulher ideal.

Palavras-chave: gênero; corpo gordo; blog.

1. Introdução

“Sou uma mulher acima do peso e sou feliz. Gosto de mim, aliás, me amo [...] Não tenho um pingão de vergonha do que sou e de como estou, e por isso eu sempre digo: Sou gorda sim, e por que não?” (DEMÉTRIO, 2012). Discursos como esse, de valorização e autoaceitação da mulher gorda, têm tido eco em alguns espaços da sociedade atualmente. Na internet, *weblogs* feitos por e para mulheres consideradas gordas chamam a atenção, por entrarem em choque com a imposição de um corpo magro, realizada pela mídia. Entre eles, está o *blog Mulherão*², objeto de estudo desta pesquisa.

A revista *Época* reconhece um movimento de uma aparente valorização do corpo gordo, ao noticiar o “[...] triunfo dos gordinhos. [...] De discriminados, passaram a valorizados – pelo mercado e pela cultura pop” (SEGATTO *et al.*, 2012). Esse movimento se faz perceber nos *blogs*, como vimos, e ainda: na criação de coleções de roupas específicas para mulheres gordas, em lojas de departamento (coleção de Preta Gil para C&A é um caso); na

¹ Mestre em Letras, área de concentração Linguística Aplicada (2012), pela Universidade Católica de Pelotas (UCPel), e graduada em Jornalismo (2008), pela UCPel.

² *Blog* disponível em: <http://mulherao.wordpress.com>. Há ainda outras páginas do mesmo assunto: *Gordinhas Maravilhosas*, *Gordinhas Lindas* e *Gordinhas Assumidas*, respectivamente, em: www.gmaravilhosas.com; www.gordinhaslindas.com; <http://www.gordinhasassumidas.com.br>.

comercialização de produtos em versões para pessoas gordas (como cadeiras e joias) – o que evidencia um aspecto comercial do movimento; na criação de um concurso de beleza disputado por mulheres gordas, o “Miss Brasil Plus Size”; na realização do desfile de moda “Fashion Weekend Plus Size”, com modelos gordas; e na presença de alguns, ainda poucos, editoriais de moda com mulheres gordas, em revistas femininas.

Entretanto, esse movimento de visibilidade da mulher gorda ocorre apenas em parte, pois contrasta com o posicionamento adotado por grande parte da mídia: o da legitimação do corpo magro como ideal. Revistas como *Corpo a Corpo*, *Boa Forma* e *Women’s Health* delineiam o corpo desejado, “perfeito”, isto é, magro. Nessa ideologia, o corpo gordo é indesejado e envolvido por preconceitos e estigmas; a mulher gorda fica à margem dos holofotes – longe das capas de revistas, das passarelas, dos anúncios publicitários.

Frente a essa conjuntura, este trabalho tem por objetivo analisar o discurso das blogueiras do *blog Mulherão*, em três postagens³, no que diz respeito ao seu posicionamento ideológico frente ao corpo gordo e ao magro, com amparo teórico-metodológico na Análise Crítica do Discurso e nas questões de gênero. Tal prática discursiva pode representar um movimento de resistência ao padrão de magreza reproduzido pela mídia e indicar uma possibilidade de mudança discursiva e social, como aponta Fairclough (2001), quando afirma que “[...] as mudanças no uso linguístico estão ligadas a processos sociais e culturais mais amplos [...]” (p. 19) e que a prática discursiva “[...] contribui para reproduzir a sociedade [...], mas também contribui para transformá-la” (p. 92). Essa mudança pode alcançar tanto mulheres gordas, leitoras do *blog Mulherão*, como a sociedade como um todo, e especificamente alunos, em sala de aula, onde a página pode ser apresentada e discutida, questionando-se os padrões de beleza atuais.

2. A Análise Crítica do Discurso como forma de desconstruir discursos naturalizados

A Análise Crítica do Discurso (ACD) apresenta uma base teórico-metodológica adequada para este trabalho, por permitir analisar os discursos do *blog Mulherão* com atenção ao posicionamento ideológico em relação ao corpo gordo e ao magro, considerando a relação entre o texto, a prática discursiva e a prática social, por meio da concepção tridimensional do discurso (FAIRCLOUGH, 2001). Com a ACD, é possível realizar uma análise linguística relacionada a reflexões de cunho social.

³ Utilizamos tanto o termo “postagem”, quanto “post” para nos referirmos a cada publicação feita no *blog*, ou seja, a cada bloco de texto, em geral composto por data e hora de atualização.

Na ACD, discurso remete ao uso da linguagem como uma “forma de prática social” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 90), o que leva a considerá-lo inserido em contextos socioculturais e históricos, que envolvem relações de poder e ideologias⁴ (HEBERLE, 2005). O emprego da ACD ajuda a questionar e desconstruir discursos naturalizados, a desvelar formas ideológicas presentes nos discursos e a analisar manifestações de relações veladas de discriminação, entre essas, aquelas referentes às desigualdades produzidas por relações de classe, idade, raça, diferenciação com base no sexo⁵ e, também, no corpo – o que nos leva às questões de gênero.

3. Questões de gênero e construções sociais em torno dos corpos gordo e magro

Adotar a visão dos estudos de gênero implica assumir o gênero como construção social, em uma perspectiva culturalista. O “[...] gênero é a organização social da diferença sexual”⁶ (SCOTT, 1990, p. 2). As diferenças atribuídas ao feminino e masculino não se baseiam em essências abstratas e universais, mas sim, em representações construídas pela sociedade, pela cultura. Sob essa perspectiva, o corpo não é pensado como algo naturalmente dado, mas sim como resultado de construções sociais. O corpo feminino é culturalmente construído e visto sempre por meio de uma interpretação social (NICHOLSON, 2000). Assim, o corpo é um lugar a que são atribuídos significados e conhecimentos.

As percepções e construções sociais acerca do corpo variam conforme o momento histórico e o local. No que diz respeito ao corpo gordo e ao magro, até o século XIX, as mulheres “cheinhas” (PRIORE, 2000, p. 75) eram associadas à saúde e à riqueza, ou seja, a poder comer do bom e do melhor. No começo do século XX, o corpo gordo passou a ser associado à feiura e ao vulgar, e o corpo magro, ao elegante e ao fino. Tinha início a moda da mulher magra, presente até hoje – não só uma moda, uma obsessão pelo emagrecimento.

A identidade do corpo feminino ideal nos dias atuais está ligada à tríade beleza, juventude e saúde (PRIORE, 2000) – o corpo magro representa a saúde; o corpo gordo, a falta dela. Vasconcelos *et al.* (2004) afirmam que o corpo magro tornou-se um símbolo da felicidade, necessário para a mulher ser aceita socialmente e ter sucesso nos relacionamentos sociais e amorosos e na profissão. Em contrapartida, o corpo gordo representa um paradigma

⁴ A concepção de ideologia adotada neste trabalho passa pelo interesse da ACD em “[...] investigar as práticas discursivas como formas materiais de ideologia” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 116), considerando-se a ideologia como “significado a serviço do poder” (THOMPSON, 2002, p. 16) – em referência aos modos como o significado é construído e transmitido por formas simbólicas, em condições sócio-históricas específicas, para estabelecer e sustentar relações de dominação.

⁵ Levantamento realizado por Pedro (1997) sobre o foco de algumas pesquisas já realizadas em ACD.

⁶ Tradução para: “[...] gender is the social organization of sexual difference”.

estético negativo; um corpo envolvido por preconceitos e estigmas; um corpo que torna a pessoa diferente das demais.

A mídia pode ser apontada como uma das principais responsáveis pelas construções culturais em torno do corpo gordo e do corpo magro. As mulheres sofrem imposições dos discursos jornalístico e publicitário, para seguir uma imagem corporal considerada ideal (PRIORE, 2000), com a determinação de dietas e exercícios físicos para não engordar⁷. A construção negativa acerca do corpo gordo por vezes passa por algo naturalmente dado, quando é, na realidade, culturalmente adquirida, conforme atentam Vasconcelos *et al.* (2004). É preciso perceber o corpo enquanto linguagem, inserido num universo simbólico.

Tendo isso em vista, é importante buscar questionar e desconstruir sentidos em torno do corpo gordo. A internet e, particularmente, os *blogs* surgem como um espaço alternativo de discussão de significados naturalizados pela mídia tradicional. Os *blogs* têm um papel importante como espaço democrático de produção de informação, porque qualquer pessoa que possua acesso à internet pode produzir conteúdo (ZAGO, 2008). Os *blogs* femininos, especificamente, constituem um lugar de interação entre blogueiras e leitoras, e entre leitoras, como observado em Agendes (2011), fato que pode criar um ambiente profícuo de debate.

O questionamento do corpo ideal pode chegar, também, à escola, seguindo o caminho indicado por pesquisadores que relatam a possibilidade de a sala de aula se tornar espaço de, por exemplo, discussão de concepções de diversidade cultural (gênero, raça e etnia) (NOGUEIRA *et al.*, 2008), e de desconstrução de preconceitos sobre as diversas “identidades sexuais” (heterossexualidade, homossexualidade e bissexualidade) (JÚNIOR, 2003).

4. Aspectos metodológicos

Este artigo é decorrência de uma pesquisa exploratória, resultado de uma observação participante como leitora do *blog Mulherão*, com a motivação de analisar o discurso de mulheres consideradas gordas, no que concerne ao seu posicionamento ideológico frente ao corpo gordo e ao magro.

Criado em março de 2009, o *blog Mulherão* aborda temas como preconceito contra a mulher gorda, autoaceitação, moda e autoestima. No período desta pesquisa (julho e agosto de

⁷ A influência da mídia na legitimação do padrão estético da magreza fica clara na prática social por meio de, por exemplo, uma pesquisa realizada em 2011, segundo a qual 62% de brasileiras e brasileiros de diferentes faixas etárias se dizem insatisfeitos com o próprio corpo: 43% se consideram um pouco acima do peso, 16% acima do peso e 3% muito acima do peso dito ideal. Pesquisa realizada pelo *Instituto Nielsen*, no Brasil e em outros 55 países, com 25 mil mulheres e homens no total, com dados recolhidos pela internet, em 2011, e publicada na página da internet “Bem Estar” (G1, 2012).

2012), havia três autoras no *blog*: Renata Vaz (criadora da página), Angélica Demétrio⁸ e Litha Bacchi. O *blog Mulherão* foi selecionado entre outros do mesmo assunto, por ter se destacado, com mais de 4000 curtidoras no site de rede social *Facebook*, mais de 5000 seguidoras no *microblog Twitter*⁹, e por suas autoras terem estado em diversos programas de televisão¹⁰. Tal destaque na mídia se deu em parte pelo fato de o *blog* realizar o “Dia de Modelo”, em diversas cidades do país. Trata-se de uma sessão de fotos em estúdio para mulheres gordas, com produção de um book fotográfico, sendo que algumas participantes seguem carreira de modelo “plus size”¹¹ – ou, simplesmente, dizem ter sua autoestima elevada. Ainda no universo da moda, a blogueira Renata Vaz criou, em 2010, o “Fashion Weekend Plus Size”, um desfile que reúne diversas marcas especializadas em roupas em tamanho grande. A visibilidade do *blog Mulherão* se confirma, também, com a existência de espaço publicitário na página, com anunciantes de lojas de roupas específicas para mulheres gordas, entre elas, a loja virtual própria do *blog*.

Esta pesquisa analisa os discursos de três *posts* específicos do *blog Mulherão*: “O Manual de Sobrevivência para mulheres acima do peso” (VAZ, 2009), “Gorda sim, por que não?” (DEMÉTRIO, 2012) e “Com que cinto eu vou?” (VAZ, 2012) – os quais denominamos respectivamente *post 1*, *post 2* e *post 3*, neste trabalho. Os dois primeiros fazem parte da seção de comportamento, e o terceiro, da seção de moda. Tais seções foram privilegiadas na seleção, por abordarem, respectivamente, questões que envolvem ser/estar gorda, como a autoaceitação e o preconceito sobre o corpo gordo, e regras de moda, com dicas de roupas e acessórios específicos para a mulher gorda. Dentro dessas seções, selecionamos as três postagens citadas, que parecem subsidiar o objetivo proposto e, em cada *post*, alguns enunciados, a serem analisados com amparo na ACD e nas questões de gênero.

5. Análise

Nesta análise, buscamos discutir o posicionamento ideológico da mulher gorda, com relação ao corpo gordo e ao magro, presentes nos discursos selecionados do *blog Mulherão*. Começamos pelo título do *blog*: “Mulherão” surge como uma forma de representação da

⁸ No *blog Mulherão*, Angélica utiliza o apelido “Keka” Demétrio. Em 30 de agosto de 2012, Angélica deixou de participar do *blog*; Renata e Litha continuam (set./2012).

⁹ Dados de julho de 2012.

¹⁰ As blogueiras do *Mulherão* estiveram em programas de diversas emissoras de televisão brasileiras: no *Manhã Maior*, da RedeTV, em 2009; no programa *Hebe*, em 2009, e no programa *Eliana*, em 2010, ambos do SBT; no *Mais Você*, da Globo, em 2010, entre outros.

¹¹ Denominação adotada pelo mercado de moda para as modelos que vestem tamanhos de roupas acima do considerado padrão – em geral, acima de 44. A expressão vem do inglês – “tamanho maior”, em tradução livre.

mulher considerada gorda. O termo pode remeter a diferentes significados: à mulher grande e gorda; à mulher muito bonita, atraente; e, ainda, à mulher “poderosa”, como vemos na associação presente em enunciados do *post 1*: “[...] este manual traz depoimentos especiais de mulheres acima do peso, e que são muito ‘poderosas’. Elas revelam seus segredos e te ensinam como se tornar um *mulherão*, *com todas as letras*” (grifos acrescentados). O sentido de mulher “poderosa” lembra outro significado recorrente para “mulherão”: o da mulher com diversas atribuições em seu dia a dia – trabalhadora, mãe, dona de casa –, o que remeteria a uma mulher forte e capaz. A expressão “com todas as letras” passa a ideia de oportunidade de a mulher se tornar um mulherão por completo, ao incorporar todas as possibilidades que ser um mulherão representa.

5.1. “Manual de sobrevivência”: “como se tornar um mulherão”

A postagem “O Manual de Sobrevivência para mulheres acima do peso” (VAZ, 2009) apresenta a definição do *blog Mulherão* e descreve sua proposta, um posicionamento que a princípio será seguido nas postagens do *blog* – contra a necessidade de seguir o padrão de beleza de um corpo magro¹².

O título do *post 1* apresenta a definição da página e seu objetivo: o *blog Mulherão* é “O Manual de Sobrevivência para mulheres acima do peso”. A expressão “manual de sobrevivência” subentende a necessidade de orientações para a mulher gorda resistir a fatores negativos em seu cotidiano, por exemplo, o preconceito e a autocrítica negativa, por estar acima do peso padrão.

O discurso instiga a leitora à desnecessidade de seguir o padrão de magreza: “Que tal um manual que poderá te ajudar a ser feliz, muito feliz, assim, do jeitinho que você é? [...] Você vai aprender a se aceitar, a valorizar o seu corpo e a conhecer as suas qualidades”, que a fazem “uma mulher muito especial”. Os enunciados pressupõem as dificuldades da mulher gorda para aceitar seu não-enquadramento no padrão de beleza e trazem, como possível solução para ser feliz, a valorização do próprio corpo como ele é – “Afinal, para que querer ser igualzinha a todo mundo?”, quando a mulher gorda “pode ser única?”. Além disso, com o emprego do verbo “aprender”, o *blog* assume, claramente, o papel pedagógico perante a leitora, tal qual com a atribuição do poder de ensinar, com “depoimentos de mulheres acima do peso, [...] muito poderosas” – as blogueiras – “[...] que revelam seus segredos e te ensinam como se tornar um mulherão”.

¹² Esta é uma postagem com um número considerável de comentários (mais de 2720, em setembro de 2012), a qual está em destaque no topo da página, em um *link* intitulado “O *blog*”.

O discurso em primeira pessoa, o tratamento da leitora por “você” e “tu”, e o uso de uma linguagem de convencimento e engajamento, ao mesmo tempo amigável, são estratégias para conquistar a leitora e inseri-la na ideologia de que a mulher gorda não precisa seguir os padrões estéticos atuais. Ela pode se tornar um “mulherão”, com garantia de que sua vida “vai mudar para melhor!”. A condição é a autoaceitação da mulher gorda e o seguimento do “manual”, com dicas para “[...] alavancar a sua autoestima, ser uma fera no sexo, valorizar o seu tipo físico e cuidar da sua saúde”. Como consequência de “colocar as dicas em prática”, estariam: “[...] poder conquistar o homem que você quiser, despertar olhares de admiração e inveja em uma festa”, discurso que reproduz a recorrente associação da convivência entre mulheres aos sentimentos de competição e inveja.

Embora o discurso reforce a valorização do corpo gordo, não é descartada a possibilidade de a mulher emagrecer, pois o manual propõe que “o emagrecimento não seja o seu principal objetivo, mas a consequência de uma vida bem vivida”. Isto é, tornar-se magra continua a ser uma possibilidade, mesmo que não a “principal”, apesar do estímulo para a mulher gorda se aceitar e se valorizar¹³.

No *post 1*, a questão do emagrecimento é abordada, também, no seguinte enunciado: “As estantes das livrarias estão repletas de Best Sellers sobre como emagrecer em tempo recorde e ser [...] uma pessoa com padrão físico aceitável. Mas aceitável para quem? Afinal, você deve emagrecer para se sentir melhor ou para fugir dos olhares maldosos alheios?”. A blogueira questiona a quem o padrão físico é considerado aceitável – para os outros ou para a própria mulher – e deixa implícito que é mais importante estar bem consigo mesma, do que levar em conta a opinião alheia. Porém, ao mesmo tempo, subentende que emagrecer é um meio de a mulher se sentir melhor, o que demonstra novamente a possibilidade de a mulher gorda perder peso.

Entretanto, o discurso mostra o aspecto negativo em emagrecer de maneira errada, por meio de “dietas milagrosas”: “Um grande emagrecimento, em um curto espaço de tempo, pode comprometer seriamente a sua saúde”. O corpo resultante de tal emagrecimento é descrito: “[...] você terá uma irremediável pele flácida e um rosto que, certamente, estampará olheiras escuras e profundas. Parabéns! Você terá uma aparência cadavérica [...]”. O discurso estabelece uma relação de sentidos entre o corpo demasiadamente magro e o corpo morto, e se utiliza da ironia, com “Parabéns!”, como se obter tal aparência fosse algo positivo, digno

¹³ É importante constatar que, em outras postagens (ainda que não analisadas neste artigo), as blogueiras ressaltam que não fazem apologia à obesidade, mas sim, incentivam as pessoas gordas a serem felizes e a se aceitarem como são, com atenção permanente à saúde.

do cumprimento. Um “grande emagrecimento” também teria como resultado, ao invés de “ser aceita pelos outros”, o efeito contrário, pois afastaria as pessoas, deixando a mulher “solitária” e “frustrada”, por deixar de conviver socialmente em reuniões que envolvam refeições, e pelo “mau-humor”, resultado de regimes. A blogueira ainda critica o fato de que, para “serem aceitas por uma sociedade preconceituosa”, mulheres gordas “devoram” literatura sobre dietas – em um jogo semântico entre “devorar/ler” e “devorar/comer”.

5.2. “Gosto de mim” e sou “gorda sim, por que não?”

Enquanto no *post* 1, as palavras “gorda”, “gordinha” e “gordura” não aparecem – a expressão “acima do peso” entra em seu lugar, em um caso de eufemismo –, no *post* 2, já no título, temos: “Gorda sim, por que não?” (DEMÉTRIO, 2012). A blogueira relata, em tom autobiográfico, que é possível estar fora do padrão de beleza e ser feliz, mas descreve algumas dificuldades vivenciadas pela mulher gorda e sugere maneiras de superá-las.

O *post* 2 identifica uma “onda de autoaceitação” da mulher gorda, mas reconhece que “[...] mesmo se aceitando, ser ou estar gordo não é fácil para ninguém”¹⁴, pois “Buscar a felicidade” implica “ter que ir contra o que a maioria pensa ou determina”, isto é, contra o paradigma da magreza. A blogueira critica o julgamento superficial, baseado na aparência do corpo, e assume o preconceito para com a pessoa gorda como uma dificuldade para se aceitar e conviver socialmente: “A maioria das pessoas olha para quem está acima do peso com desdém, como se fôssemos menos, como se capacidade fosse medida pela quantidade de quilos que possuímos. E isso arrasa qualquer pessoa”. Se no *post* 1, a opinião da sociedade não é considerada tão importante para a mulher gorda, aqui, a outra blogueira assume que tal aceitação é relevante: “Sabe aquele discurso que vivemos ouvindo sobre não precisar que ninguém nos aceite? Pois é, é mentira [...]”. Porém, ressalta que antes é preciso aceitar a si mesma: “[...] antes de cobrarmos aceitação dos outros devemos nos aceitar primeiro”.

A blogueira expõe de que modo age para se sentir melhor consigo mesma, em uma sociedade que discrimina a condição de gorda: ao invés de magoar-se perante olhares preconceituosos, ela diz “ignorar”. E acrescenta a atitude de trabalhar os “pontos fracos” e fortalecer o que a evidencia: “[...] minha alegria, meu sorriso e a minha sensibilidade”. Nesse discurso, fica subentendido que o ponto fraco da mulher é o corpo gordo, e que a solução seria buscar outros caminhos para além de supervalorizá-lo. Cabe nos perguntarmos: para se aceitar

¹⁴ Com a expressão “ser ou estar gordo”, a gordura é colocada como uma condição que pode ser passageira, ou mesmo é deixada implícita uma crítica ao fato de estar gorda ser visto como a essência da pessoa, aquilo que a define, a representa.

e se valorizar, a mulher gorda precisaria deixar em segundo plano aspectos relacionados ao corpo, e valorizar qualidades relativas ao comportamento e à personalidade? Outro enunciado suscita a mesma questão: “Gosto de mim, aliás, me amo, exalo sensualidade, carisma, alegria de viver [...]”. Seria essa uma forma real de autoaceitação? Parece não o ser completamente, pois aconselha desviar o foco do próprio do corpo para outros pontos e qualidades.

Ainda assim, o discurso é enfático ao colocar como positivo que a mulher gorda se aceite:

Desenvolvi um trabalho mental de autoaceitação e amor próprio que excluiu da minha vida a vergonha de ser quem eu sempre fui: uma mulher gorda que tem todo o direito de ser e estar feliz, de buscar meu caminho, de lutar por meus sonhos e de não aceitar ser discriminada pelo tamanho do meu corpo. [...] Sou uma mulher acima do peso e sou feliz.

Deixar de lado a vergonha de possuir um corpo diverso daquele considerado ideal e buscar a felicidade são pontos de destaque no discurso: “Não tenho um pingão de vergonha do que sou e de como estou, e por isso eu sempre digo: sou gorda sim, e por que não?”. Tal discurso pode servir como sugestão à leitora, pois apresenta um tom pessoal, como em uma conversa entre amigas¹⁵. Além disso, há a construção de um espaço discursivo de reconhecimento, de modo que as leitoras podem se identificar.

5.3. “Com que cinto eu vou” para “disfarçar as gordurinhas”?

O *post* 3, “Com que cinto eu vou?” (VAZ, 2012), apresenta à leitora sugestões de caráter mais prático acerca de como sentir-se bem com o corpo gordo. As dicas são dadas por meio de fotografias e regras de moda para o uso do acessório, classificadas em seis diferentes tipos de formatos de corpos.

O discurso da blogueira estabelece os lugares do corpo adequados e inadequados para colocar o cinto. Por exemplo, para “Quem tem o corpo formato maçã, com muito quadril, muito busto e pouca cintura [...] não é indicado usar cintos abaixo do quadril [...]”, nem “[...] logo abaixo do busto, para não evidenciar a barriga”. As indicações chegam ao nível da obrigação, com o emprego do verbo “dever”: “Quem tem quadril largo não deve usar o cinto na região do quadril, para evitar deixar essa região ainda maior”. São determinados, também, os tipos de acessórios corretos: o “cinto assimétrico” e o “cinto mais largo” são exemplos.

¹⁵ Para esta pesquisa, não realizamos análise específica do espaço de comentários dos *posts* selecionados do *blog Mulherão*, mas, com a leitura e a observação da página, é possível afirmar que há a construção de um espaço discursivo que se assemelha a um “encontro” de “gordas anônimas”, visto que, nos comentários, muitas pessoas contam suas histórias e ajudam-se umas às outras, favorecidas pelo anonimato.

Em cada caso, são identificadas partes do corpo a serem disfarçadas com a utilização do cinto, principalmente a barriga, definida de diferentes maneiras: “gordurinhas na região da cintura”, “barriga saliente”, “quadril largo” e “estômago alto”. Entre os resultados esperados a partir do seguimento das regras, temos “ajustar a roupa sem ressaltar a barriga”, “disfarçar as gordurinhas” e ter o vestido “mais ajustado”, por exemplo. Com isso, os objetivos são ocultar aspectos característicos do corpo gordo e aparentar um corpo mais magro.

Os discursos do *blog Mulherão* analisados apresentam certas quebras de paradigmas, especialmente os *posts* 1 e 2, quando propagam a não-necessidade de seguir o padrão baseado no corpo magro e estimulam a autoaceitação da mulher gorda. No entanto, emagrecer ou aparentar estar mais magra ainda são possibilidades – e até mesmo deveres, no caso do *post* 3.

Considerações finais

Esta pesquisa buscou analisar a questão do corpo feminino no *blog Mulherão*, um *blog* produzido por e para mulheres consideradas gordas. A análise das postagens, com amparo na ACD e nas questões de gênero, possibilitou que chegássemos a algumas considerações a respeito dos posicionamentos ideológicos presentes nos discursos selecionados do *blog Mulherão*. Com a ACD, foi possível relacionar a análise textual a processos discursivos e sociais mais amplos: a prática discursiva do *blog Mulherão*, por estimular a valorização do corpo gordo, pode representar um movimento de resistência ao discurso veiculado pela mídia, a qual legitima o corpo magro como ideal. Especificamente os *posts* 1 e 2, da seção de comportamento, enfatizam a desnecessidade de seguir o padrão de magreza e a possibilidade de a mulher gorda aceitar-se e valorizar-se como “mulherão”, ao invés de buscar “dietas milagrosas” e grandes emagrecimentos em curto espaço de tempo, prejudiciais a sua saúde.

Entretanto, a busca pela autoaceitação da mulher gorda passaria por deixar seu corpo em segundo plano e valorizar qualidades relativas ao comportamento e à personalidade, como alegria e carisma (*post* 2), e por se vestir de modo a parecer mais magra (*post* 3), na tentativa de aproximar-se do paradigma de beleza. Com isso, os discursos ainda reproduzem a ideologia dominante, em alguns aspectos.

Apesar disso, a prática discursiva predominante no *blog Mulherão* apresenta quebras de paradigmas, ao criticar a existência do preconceito contra o corpo gordo e a imposição do padrão de magreza, e ao propagar a autoaceitação da mulher gorda. Por isso, o *blog Mulherão* surge como um espaço alternativo frente à mídia tradicional e pode vir a gerar mudanças discursivas e sociais, tanto para mulheres gordas, como para a sociedade como um todo. Se

levados às escolas, *blogs* como o *Mulherão* podem ser discutidos, com o objetivo de desconstruir preconceitos sobre o corpo gordo e de questionar as concepções sobre o corpo legitimadas pela mídia, para que não haja apenas um superficial “triunfo dos gordinhos”, mas sim, a geração de novos posicionamentos críticos perante a imagem de corpo ideal da mulher.

Bibliografia

AGENDES, Daniela. Mulheres na rede: características da “conversa de salão” do blog Mão Feita. *Verso & Reverso*, São Leopoldo, Unisinos, v.25, n.59, 2011. Disponível em: <<http://www.unisinos.br/revistas/index.php/versoereverso/article/view/ver.2011.25.59.04/459>>. Acesso em: 28 jul. 2012.

Brasileiros são os mais infelizes com peso na América Latina, diz pesquisa. *G1: Bem Estar*. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2012/01/brasileiros-sao-os-mais-infelizes-com-peso-na-america-latina-diz-pesquisa.html>>. Acesso em: 13 jul. 2012.

DEMÉTRIO, Angélica. Gorda sim, por que não? *Blog Mulherão*. 2012. Disponível em: <<http://mulherao.wordpress.com/2012/07/03/gorda-sim-por-que-nao>>. Acesso em: 10 jul. 2012.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: UnB, 2001.

GONÇALVES, Fabiane. Papel da escola na desconstrução do racismo, preconceito e discriminação: a fomentação profissional dos educadores da Escola Estadual de Ensino Fundamental Presidente Castelo Branco. s./d./ In: *SINPRO/DF*. Disponível em: <<http://www.sinprodf.org.br/wp-content/uploads/2012/01/papel-da-escola-na-desconstru%C3%A7%C3%A3o-do-racismo1.pdf>>. Acesso em: 17 set. 2012.

HEBERLE, Viviane. Gêneros e identidades no ciberespaço. In: FUNCK, S.; WIDHOLZER, N. (Orgs.). *Gênero em discursos da mídia*. Santa Cruz do Sul: Mulheres, 2005, p. 303-328.

JÚNIOR, Paulo. Estudo de gênero: por um olhar mais atento às múltiplas e conflitantes sexualidades presentes no interior das salas de aula. *Forum Crítico da Educação - Revista do ISEP*. Rio de Janeiro, v.1, n.2, p. 65-81, 2003. Disponível em: <<http://www.isep.com.br/FORUM2.pdf#page=65>>. Acesso em: 17 set. 2012.

NICHOLSON, Linda. Interpretando o gênero. *Revista Estudos Feministas*. Florianópolis, v.8, n.2, p. 9-41, 2000.

NOGUEIRA, J.; FELIPE, D.; TERUYA, T. Conceitos de gênero, etnia e raça: reflexões sobre a diversidade cultural na educação escolar. *Seminário Internacional Fazendo Gênero 8: Corpo, Violência e Poder*. Florianópolis, 2008. Disponível em: <http://www.fetraece.org.br/images/conteudo/Site_6/genero%20raca%20e%20etnia.pdf>. Acesso em: 17 set. 2012.

PEDRO, Emília R. Análise crítica do discurso: aspectos teóricos, metodológicos e analíticos. In: _____. (Org.). *Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho, 1997. p. 19-46.

PRIORE, Mary Del. *Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: Senac, 2000.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. *Educação & Realidade*. Porto Alegre, v. 16, n. 2, p. 5-22, 1990.

SEGATTO, C.; MENDONÇA, M.; SPINACÉ, N. O triunfo dos gordinhos. *Revista Época online*. 2012. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/vida/noticia/2012/06/o-triunfo-dos-gordinhos.html>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

THOMPSON, John B. *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Tradução de Gilda Fantinati Caviedes. Coyoacán: Universidad Autónoma Metropolitana, 2002.

VASCONCELOS, N.; SUDO, I.; SUDO, N. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. *Revista Mal Estar e Subjetividade*. Fortaleza, v.4, n.1, mar. 2004. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1518-61482004000100004&script=sci_arttext>. Acesso em: 22 jul. 2012.

VAZ, Renata. O manual de sobrevivência para mulheres acima do peso. *Blog Mulherão*. 2009. Disponível em: <<http://mulherao.wordpress.com/about>>. Acesso em: 8 jul. 2012.

_____. Com que cinto eu vou? *Blog Mulherão*. 2012. Disponível em: <<http://mulherao.wordpress.com/2012/07/20/com-que-cinto-eu-vou/>>.

ZAGO, Gabriela. *Dos Blogs aos Microblogs: aspectos históricos, formatos e características*. In: VI Congresso Nacional de História da Mídia, Niterói, RJ, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2012.