

O MOVIMENTO “VAI TER GORDA NA PRAIA” SOB OS OLHARES DA MÍDIA¹

Isabela Karolina Oliveira²Ana Paula Picagevicz³

RESUMO

A partir do aporte teórico-metodológico da Análise do Discurso de orientação francesa, analisou-se uma notícia veiculada pelo Diário Catarinense, no dia 01/02/2017, referente ao movimento “Vai ter gorda”. Este movimento vem ganhando cada vez mais espaço na mídia de forma geral. No *Facebook*, teve destaque na comunidade “Gordas Poderosas”, projeto cujo objetivo é promover o empoderamento e amor-próprio, combatendo à “gordofobia” e a pressão estética. Observa-se que o lema principal desses movimentos é romper com a ideologia que preza por um padrão hegemônico de beleza, isto é, o corpo magro como único estereótipo ‘digno’ de amparo. Nesse sentido, por meio dos conceitos de memória e de interdiscurso, procurou-se demonstrar a tentativa de (des)construção desse corpo socialmente eleito.

PALAVRAS-CHAVE

Mulher, Corpo, Ideologia, Mídia.

¹ Trabalho realizado com a orientação dos professores Dr. João Carlos Cattelan e Dr. Alexandre Sebastião Ferrari Soares, do Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Estadual do Oeste de Paraná – UNIOESTE.

² Mestranda no Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Estadual do Oeste de Paraná – UNIOESTE. Bolsista pela CAPS/CNPq.

³ Mestranda no Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Estadual do Oeste de Paraná – UNIOESTE. Bolsista pela CAPS/CNPq.

1 INTRODUÇÃO

No contexto social atual predomina um discurso soberbo quanto ao corpo feminino e suas formas. O corpo é uma construção social que varia conforme a sociedade de cada época, o discurso da ditadura do corpo belo passa por mutações de sentidos, considerado ideal por certo período ou para uma cultura, evidenciando valores e práticas discursivas, de acordo com os padrões a serem seguidos.

O corpo feminino assume diferentes formas, valores e comportamentos no decorrer da história e nela se entrelaça seus corpos. Conforme Sant'Anna (2014a, p. 3-4), "há mais de um século o corpo feminino transformou-se em figura preferencial para vender cosméticos, além de equipamentos e serviços relacionados aos cuidados com a aparência", e nesse contexto surge à vilã tanto da beleza como da saúde: a obesidade.

A mídia adentra esse cenário discursivo do corpo "perfeito", idealizando a comercialização de diversos produtos e serviços relacionados à beleza. Adquirindo de forma significativa, grande poder e influência sobre a vida dos sujeitos, conforme afirma Payer (2005, p. 18), "o lugar por excelência de circulação dos enunciados do Mercado, e o grande Texto, que não tem lugar único mas que está disperso e onipresente, seria a mídia", um lugar não-material eficaz a interpelar a vida dos sujeitos que passam a buscar/moldar seus corpos de acordo com o que esta dito quanto sinônimo de beleza. Essa vigilância do corpo serve aos interesses do mercado, no qual, torna-se principal aliado da veiculação do corpo como capital, ou seja, o reduz a mera mercadoria.

Contra essa veneração do corpo magro tão valorizado desde o século XX, constata-se o surgimento dos corpos opulentos, o corpo *plus size*. Essa nova representação corporal, o "diferente" vem em oposição ao corpo da moda destaque na mídia, trazendo junto dele mudanças necessárias no mercado, marcadas pela publicidade e pelo *marketing*, uma vez que este seguimento não se atentava ao corpo gordo. É na aparição do "diferente" no mercado que faz aflorar o movimento *plus size*. De acordo com Sant'Anna (2014a), "[...] em 1979, a expressão Big Beautiful Women foi cunhada por Carole Shaw, fundadora de uma revista para as mulheres gordas. A partir daí, surgiram os concursos de misses "plus size", blogs e sites de

valorização dos gordos e gordas de vários tipos e nacionalidades”.

O ressurgimento dessa representação corporal ganhou seu espaço desde então. Mesmo assim, há o preconceito, um “não” pertencer do corpo gordo a determinados espaços sociais. Esse olhar está relacionado às redes de memórias de um corpo que se constitui do ‘sempre já-lá’. Portanto, o movimento “Vai Ter Gordas na Praia” surge contra essa teia de sentidos instituídos no percurso sócio-histórico.

2 FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DA ANÁLISE DE DISCURSO

A Análise do Discurso de linha francesa (doravante, AD) e seus princípios teóricos surgem na França na década de 60, cujo principal representante é o filósofo Michel Pêcheux. Ela emerge a partir de uma proposta de trabalhar o discurso compreendido como sendo o efeito de sentidos entre interlocutores. A AD é uma concepção pós-estruturalista da linguagem, que não visa o discurso somente como estrutura de sentido limitado, mas como estrutura e acontecimento. Pêcheux (2014) assegura, ainda, que a sua compreensão depende também da consideração do extralinguístico, somado às suas condições de produção que resulta do contexto sócio-histórico e ideológico do sujeito.

A proposta de Pêcheux, a partir da qual surge a Análise do Discurso, é a de articulação de três regiões do saber: “o *materialismo histórico*, com a teoria das formações sociais e de suas transformações; a *Linguística*, como teoria dos mecanismos sintáticos e dos processos de enunciação ao mesmo tempo; e a *teoria do discurso*, como teoria da determinação histórica dos processos dos sentidos” (PÊCHEUX e FUNCHS, 1997, p. 163-164). A articulação dessas três regiões não só possibilita apresentar o discurso em suas relações com o mundo exterior, mas também são articuladas e atravessadas por uma teoria da subjetividade, de base psicanalítica, buscando compreender o sujeito nesse processo. A AD busca, no intervalo dessas teorias, trabalhar seus conceitos, ocasionando uma “reterritorialização” desses, para estabelecer seu quadro epistemológico (MARIANI, 1998, p.24).

Dessa forma, Orlandi (2015) afirma que a AD “teoriza a interpretação”, buscando compreender como objetos simbólicos produzem sentidos, e “como ele

está investido de significância para e por sujeitos”. Assimilar esse processo acarreta na visualização de que maneira o texto irá dispor os gestos de interpretação relacionados ao sujeito e sentido. Essa questão de significância está estritamente ligada às condições de produção, ou seja, às condições nas quais o discurso encontra-se inserido. De acordo com Orlandi (2015), as condições de produção envolvem necessariamente sujeito e situação. Em suma, define-se: quem diz, porque diz, para quem diz e de onde diz.

A teoria do discurso toma como noção de sujeito, um sujeito ideológico e ao mesmo tempo descentrado pelo inconsciente. Isso é possível pelo fato de que os indivíduos são atravessados pela linguagem. A AD contesta a concepção do sujeito cartesiano, postulando, um sujeito que não controla seu dizer, mas que é conduzido, sem se dar conta, a ocupar um lugar social e, a partir dele, enunciar.

Para tanto, retoma-se ao conceito de interdiscurso, que surge da “objetividade material” que “reside no fato de que “algo fala” (*ça parle*) sempre “antes, em outro lugar e independentemente”, isto é, sob a dominação do complexo das formações ideológicas” (PÊCHEUX, 2014, p.149). Ou seja, para que as palavras façam sentido, é preciso existir uma sustentação histórica do discurso. E diante disso, Pêcheux ao referir sobre a palavra, considera que esta não possui sentido literal, faz sentido, pois o sentido é produzido dentro de uma FD.

[...] o interdiscurso, longe de ser efeito integrador da discursividade torna-se desde então seu princípio de funcionamento: é porque os elementos da sequência textual funcionando em uma formação discursiva dada, podem ser importados (meta-aforizados) de uma sequência pertencente a uma outra formação discursiva que as **referências discursivas podem se construir e se deslocar historicamente**. (ORLANDI, 2015, p.158, grifos nossos).

A noção de interdiscurso está incorporado ao pré-construído (algo que já foi dito antes) e dessa maneira as FDs se constituem e se mantêm por meio de sua relação com o interdiscurso, utilizando-se da memória discursiva.

Também, o interdiscurso estruturalmente além de seu efeito de encadeamento do pré-construído, determina o efeito de sustentação de enunciados. Nas palavras de Pêcheux, “uma concepção do efeito de sentido como relação de possibilidade de substituição elementos (palavras, expressões, proposições) no interior de uma formação discursiva dada” (PÊCHEUX, 2014, p.151). Para essa

sustentação acontecer depende do que Pêcheux (2014, p.153) nomeia de discurso transversal, "observemos que o funcionamento do 'discurso transversal' remete àquilo que, classicamente, é designado por metonímia, enquanto relação da parte com o todo, da causa com o efeito, do sintoma com o que ele designa, etc."

E dessa maneira, em consonância com Dezerto (2010), "a enunciação atualiza uma rede de sentidos, filiação interdiscursiva, no interior do interdiscurso. Isso implica afirmar que mesmo que o sujeito não julgue dizer significa em suas palavras", tudo isso se dá em cada tomada de palavra, pois está p[or] em funcionamento essa "rede histórico-semântica".

Portanto, a partir do conceito de interdiscurso apresentado, assim como elementos que o constituem, recorre-se para um movimento de análise do recorte escolhido, a fim de demonstrar como esses conceitos se fazem presentes no discurso do movimento "Vai Ter Gordas na Praia".

3 O MOVIMENTO "VAI TER GORDAS NA PRAIA" SOB UMA PERSPECTIVA DISCURSIVA

Perceber o corpo diante de uma perspectiva discursiva é tomar o discurso como lugar de inscrição, é também compreender as condições de produção que determinam essa materialidade discursiva do corpo no percurso histórico.

De acordo com Orlandi (2012, p. 97), "o corpo significa; não se pode pensar o sujeito sem o corpo, e o corpo sem o sujeito e os sentidos. O corpo tem uma forma histórica. Uma forma material. E isto compõe a materialidade do sujeito". Dessa forma, os sentidos dados ao corpo se transformam no decorrer da história, conforme lembra Sant'Anna (2014a), "cintura de pilão foi uma qualidade admirada durante décadas", possuir silhuetas finas é uma exigência antiga até então, que passa ser atualizada atrelada às "necessidades".

O corpo irá se constituir enquanto "objeto" a partir da contemporaneidade e demonstra a influência dessa "ditadura" que implica nas relações sociais, constituição de identidades, caracterização de gênero e mutação de sentidos, notadamente na vida de mulheres "acima" do peso que se encontram à margem da sociedade e fora dos padrões por ela disseminados.

O destaque dado pela sociedade ao discurso de beleza marca, sobretudo, o

corpo feminino. Historicamente a “beleza passou a ser uma preocupação bem-vista e comum” (SANT'ANNA, 2014b, p.9), ressaltando que o último século fora “época áurea” para tais transformações, modificado em seus sentidos, conforme a cultura, hábitos e costumes sociais. A autora ressalta também que “[...] os cuidados com a aparência física são hoje um espelho, revelador, surpreendente, dos sonhos, mas também dos mais secretos temores fomentados pela cultura contemporânea [...]” (SANT'ANNA, 2014b, p. 11).

É uma total submissão do corpo feminino na busca desenfreada por um padrão de beleza ideal, inatingível. O mais chocante é a passividade da mulher submetida aos caprichos, vontades e quimeras, como um corpo destituído de subjetivação, como um corpo ausente de sentidos e de sujeito. Um corpo-objeto à mercê do olhar e do querer do outro. (FERREIRA, 2015, p. 20).

Dessa forma, o corpo não se distancia dos sentidos que a sociedade produz sobre ele, mas sim, como lembra Orlandi (2012), “[...] o corpo do sujeito está atado ao corpo social”, isto é, parte do seu processo de significação, pois o corpo “não escapa à determinação histórica, nem à interpelação ideológica do sujeito. O corpo não é infenso à ideologia. Por isso pode ser tão afetado quanto é, em nossa sociedade do consumo, de mercado, de tecnologias” (ORLANDI, 2012, p.95).

Vivemos em meio a uma sociedade que mostra que o normal é ter o corpo magro, “corpo da moda”. O combustível que move essa definição de estar “em dia” com o corpo é o consumo. A respeito disto, Sant'Anna (2014b) explica que a beleza se torna objeto do comércio a partir do século XX e a mídia surge nesse contexto para ditar normas de beleza a serem seguidas, induzindo a busca/manutenção de um estereótipo nas mulheres.

A mídia pode ser vista como lugar privilegiado para constituição, formulação e veiculação de sentidos, pois, de acordo com Payer (2005),

[...] a mídia se acena no cenário contemporâneo como forma textual *onipresente*, tanto no espaço público quanto no privado. Onde produz com a veemência apontada acima efeitos de evidência de sentidos, e, portanto, efeitos de evidência do real. (PAYER, 2005, p. 16).

Dessa forma, a mídia produz enunciados que funcionam como máximas no corpo social; enunciados que demandam poder e interpelam a vida dos sujeitos. Ela

enquanto instituição, detentora de uma (ou mais) ideologia, determinará dentro do seu espaço o que se pode e deve ser dito.

Hoje, pode-se perceber que os corpos são dominados e moldados desde sempre pelo social, pelos aparelhos ideológicos e pela mídia. Sobre isto, Orlandi (2012) lembra que:

Não há corpo que não esteja investido de sentidos, e que não seja o corpo de um sujeito que se constitui por processos nos quais as instituições e suas práticas são fundamentais para a forma com que ele se individualiza, assim como o modo pelo qual, ideologicamente, somos interpelados em sujeito, enquanto forma sujeito histórica (capitalista). (ORLANDI, 2012, p. 93).

Diante disso, pode-se observar que o corpo passou a ser o centro dos mais variados tipos de investimentos para, assim, 'entrar' em conformidade com o estereótipo veiculado pela sociedade contemporânea/capitalista.

Assim, o recorte em análise, refere-se a uma notícia veiculada no *Facebook*, cujo principal objetivo é de divulgar o movimento chamado "VAI TER GORDA NA PRAIA". Esse movimento acontece em algumas cidades brasileiras e vem ganhando espaço desde 2012.

A notícia foi publicada pelo "Diário Catarinense", no dia 01/02/2017, no setor estilo de vida, ela tinha como subtítulo "o empoderamento feminino" e a contava com a seguinte manchete: "**Movimento "Vai ter gorda na praia" acontece em Florianópolis no próximo domingo"**:"

Figura 1: Modelos plus size que participarão do evento



Fonte: Leandro Lautert / Divulgação.

De acordo com a notícia, o movimento “Vai Ter Gorda na Praia” é um programa nacional, iniciado pela paulista Helena Custódio e reinventado pela santista Erika Cador com a *hashtag* #vaitergordasim. Em Santa Catarina, o então *blog* “Sim, sou Diva” comprou a ideia e começou a promover os encontros desde 2016.

É perceptível que a imagem representa exatamente o oposto do que é comum ver em fotos de praia: mulheres magras. Sobre isso, Sant'Anna (2014a, p. 1) diz que todo ano “a prova da praia” reprovava um “mar de mulheres”. Nesse sentido, o “VAI TER GORDA” vem contra esse discurso de que só pode ir à praia quem possui a silhueta “enxuta”. Na tentativa de uma (des)construção do corpo gordo como “é proibido” na sociedade é feito, principalmente, sobre o viés do empoderamento da mulher gorda, ou seja, libertar-se dos padrões, sobre a ordem de uma ditadura do ser magro provocada e ancorada por discursos médicos, nutricionais e, sem dúvida, midiáticos.

Com essa imagem, pode-se constatar o poder que a mídia exerce sobre a constituição dos corpos. O corpo é passagem, provisório, conforme Sant'Anna (2000), pois são falados e “incorporados” pela ideologia, pelo mercado e pelas diversas

microfísicas do poder que buscam pelo molde deste corpo. Esse poder vinculado com a provisoriedade do corpo caminha para uma desconstrução dos padrões de beleza que elegem o corpo magro como modelo a ser seguido.

Na *Sequência Discursiva* (SD) seguinte, ocorre um enunciado no qual é evidenciado que o movimento recorre a uma memória – histórica – vivenciada e recobre a memória dos sujeitos que não se “rendem” a ditadura da magreza. Ao dizer “era proibido” retornamos a esses dizeres que sustentam o discurso que segue, marcando um *Interdiscurso* entre o gordo/magro. Vejamos:

SD1: **“Era proibido?”**, é o que se lê nos primeiros comentários acerca do evento, assim como foi na ação do ano passado. **Nunca houve lei que proibisse uma gorda de ir à praia, mas é justamente discutir as entrelinhas o objetivo principal do evento “Vai ter Gorda na Praia Sul - ano 2”**[...]. (DC, Movimento “Vai ter gorda na praia” acontece em Florianópolis no próximo domingo, 2017, grifos nossos).

A memória retomada aqui, não diz somente a respeito ao que foi vivido no decorrer do movimento, mas também a uma massiva investida do comércio, da propagando, da mídia no geral “nessa imaginária prova, aguçando a necessidade de vigiar a própria aparência com uma tenacidade de fazer inveja aos policiais” (SANT’ANNA, 2014a, p.1). Segundo a autora (2014a, p.2), isso é reforçado constantemente pela mídia em geral, notadamente quando “o corpo se expõe em trajes de banho”.

Outra passagem que importa destacar é,

SD2: **“As pessoas confundem biótipo com saúde e já existem estudos sérios e profundos que colocam esse argumento por terra.** Não faço dieta porque não quero e não preciso, me acho linda da forma como sou, sou ativa, saudável e rejeito qualquer imposição de quem quer que seja, inclusive de algumas marcas que ainda insistem que devemos, como modelos, entrar num 44/46”, desabafa. (DC, Movimento “Vai ter gorda na praia” acontece em Florianópolis no próximo domingo, 2017, grifos nossos).

Observa-se, por meio do *não-dito*, que a obesidade há muito foi (e ainda é) tida como doença. Em consonância a isto, Rosa (2011) aponta que, essa ‘doença’ se caracteriza moral e socialmente, tendo como marco o período Greco-Romano, que dá início a uma nova marca para a imagem corporal: para mulheres na sua magreza e para o homem em seus corpos esculpidos em músculos. Conforme Barbieri e Mello

(2012), herdada de Hipócrates e Galeno, o controle de peso passa ser associado a autocontrole e disciplina, virtude esta a ser buscada constantemente a partir daí. O que o corpo desde então passa a significar, fica implicitado, mas compõe esse enunciado.

SD3: A praia Mole é território de gente sarada e por isso um excelente local para esse protesto cheio de charme e bom-humor — conta Taíse Assunção, modelo plus size, digital influencer e vendedora da Barra da Lagoa. (DC, Movimento "Vai ter gorda na praia" acontece em Florianópolis no próximo domingo, 2017, grifos nossos).

Outro resquício do interdiscurso evidencia-se na SD3. Todo enunciado é um lugar vazio que precisa ser preenchido, tais espaços são ocupados pela FD que determina/interpela o sujeito. Dessa forma, a SD3 tem cada espaço preenchido por uma FD. Cada espaço é ocupado com um *pré-construído* "a praia do Mole é território de gente sarada" – FD do ter que ser magro, que se relaciona com um discurso transversal "e por isso um excelente local para esse protesto" – FD do ser gordo também é poder ir à praia, tanto um quanto outro, tratam-se de interdiscursos, pois vem de um discurso já-dito, ou seja, o discurso de que gordo não tem lugar na praia e o contra-discurso do movimento que se coloca nesse lugar que lhes é negado.

O corpo significa em si, uma prática discursiva que aponta posições nas relações sociais. Nesse sentido, constitui-se um lugar de enunciação de identidades, ora de discursos habitual, ora manifestação diferente. Pensar o corpo e nas suas transformações é, também, pensar nas mudanças que acontecem nas relações sociais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se perceber, por meio das análises realizadas, que o movimento "Vai ter gorda na praia" visa ir 'contra' o padrão socialmente estabelecido que elege o corpo magro como o único estereótipo a ser conquistado pelas mulheres. Nesse sentido, entende-se que ele é um movimento de resistência que busca (des)construir a ideia de que há lugares que as pessoas "fora" do padrão devam ou não frequentar.

O discurso do movimento permite averiguar o poder exercido pela mídia no

imaginário popular em geral, de que para se pertencer a determinados lugares, o sujeito necessita atender alguns critérios como, por exemplo, ser magro. Desse modo, a mídia não só instiga a disseminação de sentidos prol desse estereótipo, como também, vai acentuar o desprezo pelo diferente, o corpo gordo. Assim sendo, AD vem em auxílio, possibilitando demonstrar como isso é discursivamente perceptível. Um presente incessante e eficaz é nada mais que um passado impulsionado pelas memórias, sempre acionadas para dar sustentação ao discurso que se origina como um “sempre-já-lá”, mostrando que a história incessantemente se reorganiza e se repete.

REFERÊNCIAS

- BARBIERI, A. F. MELLO, R. A. **As Causas da Obesidade:** Uma análise sob a perspectiva materialista histórica. *Revista de Educação Física da UNICAMP*. Campinas, São Paulo. V. 10, p. 133-153, 2012.
- DEZERTO, F. B. Sujeito e sentido: uma reflexão teórica. **Revista Icarahy**, Ed. nº4, 2010.
- FERREIRA, M.C.L. Discurso: conceitos em movimento. In: FERREIRA, Maria Cristina Leandro (Org.). **Oficinas de Análise do Discurso:** conceitos em movimento. Campinas, SP: Pontes Editores, p.11-23, 2015.
- MARIANI, B. **O PCB e a imprensa:** os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989). Rio de Janeiro, Revan; Campinas, SP: Ed. da UNICAMP, 1998.
- ORLANDI, E. P. **Discurso em análise:** sujeito, sentido, ideologia. Campinas, SP: Ed. Pontes, 2012.
- _____. **Análise de Discurso:** Princípios e Procedimentos. São Paulo: Pontes, 2015.
- PAYER, M. O. Linguagem e sociedade contemporânea – Sujeito, mídia, Mercado. *In: RUA*. Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da Unicamp XI. NUDECRI. Campinas: Unicamp, 2005.
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso:** uma crítica à afirmação do óbvio. (Trad. Eni P. Orlandi et al.). Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2014.
- PÊCHEUX, M. FUNCH, C. A propósito da Análise Automática do Discurso: atualizações e Perspectivas (1975). *In: GADET, Françoise e HAK, Tony. Por uma análise automática do discurso:* uma introdução a obra de Michel Pêcheux. (Trad. Bethânia Mariani et al.) Campinas-SP: Editora da INICAMP, p. 163-252, 1997.
- ROSA, R. T. C. F. **Entre Três Corpos:** Histórico- Biológicos- Erógeno- Um estudo psicanalítico sobre a obesidade. Dissertação de Mestrado – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2011.

SANT'ANNA, D. B. As infinitas descobertas do corpo. *In: Cadernos Pagu* (14) Corporificando gênero. São Paulo: USP, 2000.

SANT'ANNA, D. B. Da gordinha à obesa. Paradoxos de uma história das mulheres. **Labrys**, janeiro/junho, 2014a.

_____. **Historia da beleza no Brasil**. São Paulo, Ed. Contexto, 2014b.