

## A CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA DO SUJEITO *PLUS SIZE* NA MÍDIA

Patricia Gomes de MELLO

Francisco de Freitas LEITE

*Universidade Regional do Cariri-URCA*

**Resumo:** Este artigo, embasado teórica e metodologicamente na Análise do Discurso francesa, analisa a construção identitária do sujeito *Plus Size* na mídia, problematizando a existência de discursos que são interditados e silenciados em decorrência do verdadeiro da época estabelecido pela mídia e aceito na sociedade, esta que é entendida aqui como espetacularizada. Na análise, é dado destaque aos modos de subjetivação – enfatizando o cuidado de si – concernentes ao corpo, que, nesse trabalho, é entendido como fenômeno histórico-discursivo e que, por ser abordado em um ponto de vista da contemporaneidade, torna-se amplo e complexo, já que envolve práticas discursivas cotidianas em constantes mudanças. Todavia, as conclusões apontam na direção de que a recente fama das modelos *Plus Size* na mídia pode ser compreendida como um triunfo da construção de sua identidade e também de todas as mulheres que com elas se identificam.

**Palavras-chave:** Análise do Discurso. Identidade. Mídia. Corpo.

## THE IDENTITARY CONSTRUCTION OF THE SUBJECT PLUS SIZE IN THE MEDIA

**Abstract:** This article, based on theoretical and methodological analysis of French Discourse, examines the identity construction of the subject in Plus Size Media, questioning the existence of discourses that are banned and silenced as a result of the real time set by the media and accepted in society, that this is understood here as spectacularized. In the analysis, emphasis is given to modes of subjectivity – emphasizing self care – pertaining to the body, which in this work is understood as historical and discursive phenomenon and that, by being approached on a contemporary point of view, it becomes broad and complex, as it involves everyday discursive practices in constant change. However, the findings point towards the recent fame of Plus Size models in the media can be understood as a triumph of the construction of their identity and also of all women who identify with them.

**Keywords:** Discourse Analysis. Identity. Media. Body.

## LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD DEL SUJETO *PLUS SIZE* EN LOS MEDIOS

**Resumen:** Este artículo, basado en el análisis teórico y metodológico del Discurso francesa, analiza la construcción de la identidad del sujeto *Plus Size* en los medios de comunicación, cuestionando la existencia de discursos que están prohibidos y silenciados como resultado del tiempo real establecido por los medios de comunicación y aceptados en la sociedad, que esta se entiende aquí como espectacularizada. En el análisis, se hace hincapié en los modos de subjetividad - haciendo hincapié en el cuidado personal - perteneciente al cuerpo, lo que en este trabajo se entiende como fenómeno histórico y discursivo y que, al ser abordado en el punto de vista de la contemporaneidad, es amplio y complejo, ya que implica prácticas discursivas cotidiana en constante cambio. Sin embargo, los resultados apuntan hacia la fama reciente de los modelos *Plus Size* en los medios de comunicación puede ser visto como un triunfo de la construcción de su identidad y también de todas las mujeres con las que se identifican.

**Palabras clave:** Análisis del Discurso. Identidad. Medios. Cuerpo.

### COMEÇANDO O DIÁLOGO

*Meu corpo não é meu corpo. É ilusão de outro ser.  
Carlos Drummond de Andrade.*

Muito tem se discutido sobre a mídia e o seu papel na sociedade contemporânea. Se fizermos uma busca rápida na *internet*, em *sites* tais como o *Google*, e inserirmos apenas a palavra *mídia*, aparecem centenas de trabalhos e diversas matérias relacionadas. Além disso, se associarmos a ela as palavras *corpo* e *imagem*, notaremos o quanto essa tríade é constante e instigante.

Entrando nessa “ordem arriscada do discurso” (FOUCAULT, 2010a, p. 7), buscaremos fazer algumas reflexões, em especial, sobre o cuidado de si – através do corpo – e a construção identitária na mídia do sujeito *Plus Size*. Para tanto, usaremos o aporte teórico da Análise do Discurso francesa, doravante (AD), mas nos orientaremos pelos estudos sobre o corpo via Corbin, Courtine e Vigarello (2008) e pesquisadores relacionados, tais os que desenvolvem trabalhos no LABEDISCO – Laboratório de Estudos do Discurso e do Corpo – coordenado pelo Prof. Dr. Nilton Milanez, na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, e pelo CIDADI – Círculo de Discussões em Análise do Discurso – coordenado pela profa. Dra. Regina Baracuh, na Universidade Federal da Paraíba, entre outros. Faremos também uma interface entre AD e Estudos Culturais, por meio de Bauman (2001) e Hall (2006).

Embasados nas categorias teóricas da Análise do Discurso francesa, mobilizaremos, para descrição e análise do *corpus* – constituído de materialidades verbais (entrevistas e depoimentos) e não verbais (fotografias) de coletadas em revistas disponibilizadas na *internet* com matérias destinadas ao público feminino –, os conceitos de Formação Discursiva, Sujeito, Sentido, Identidade, Biopolítica, Biopoder, Governamentalidade e Memória Discursiva.

Atualmente o corpo é objeto de estudo de vários pesquisadores, tendo em vista que aquele é ideologicamente marcado por uma imperatividade de discursos que *realçam*, *retratam* e *refratam* um corpo perfeito, cheio de músculos, torneado, bronzeado e aparentemente saudável, todavia, muitas vezes, irreal, imperando uma espécie de *ditadura da beleza* que rechaça, exclui e silencia outros discursos e conseqüentemente outros sujeitos que não seguem o padrão estabelecido e aceito pela sociedade.

Neste nosso trabalho, analisaremos como os denominados *gordinhos* estão transformando, refazendo, ou melhor, resignificando sua imagem, sua identidade através da mídia e como esta reage a essa nova forma de resistência.

Na organização deste artigo, as três seções que se seguem a esta Introdução correspondem: (I) a uma contextualização da temática do corpo a partir de fundamentos teóricos da Análise do Discurso francesa, sobretudo, em termos foucaultianos; (II) à análise do *corpus*, com ênfase na construção identitária do sujeito *Plus Size* na mídia; e (III) às considerações finais.

## **1 NAS TRILHAS DA AD: O SUJEITO *PLUS SIZE***

Todo e qualquer discurso é construído por meio de dizeres outros que circunscrevem, circulam e, de certa forma, povoam uma sociedade. Para entendermos determinados acontecimentos cotidianos, muitas vezes espetacularizados pela mídia, é preciso fazer um retorno ao passado (algumas vezes semelhante a uma espécie de escavação arqueológica) para reconstruirmos, não a origem, mas as ramificações de outros discursos que, muitas vezes, retornam resignificados, posto que “inseridos na história e na memória, cada texto nasce de um permanente diálogo com outros textos; por isso, não havendo como encontrar a palavra

fundadora, a origem, a fonte, os sujeitos só podem enxergar os sentidos no seu pleno voo” (GREGOLIN, 2001, p. 10).

O corpo aqui é considerado um acontecimento histórico-discursivo, tendo em vista que é um tema amplo e bastante complexo que se encontra na fronteira da ordem do discurso e está em constante transformação. Estudar essa materialidade através da AD significa também procurar entender como a mídia manipula determinadas verdades, estabelecendo um exímio controle capaz de excluir, menosprezar e estigmatizar aqueles que fogem da ordem do discurso em termo da *ditadura do corpo perfeito*. Dessa forma, entendemos, conforme Foucault (2010a, p. 8-9), que:

em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade.

E não podemos negligenciar que vivemos em uma sociedade em que cada dia as coisas estão mais efêmeras e as relações de poder são estabelecidas por um saber muitas vezes excludente. Também não podemos nos esquecer de que, na sociedade pós-moderna, os sujeitos estão o tempo todo conectados, por exemplo, a aparelhos celulares e *tablets* “ligados” à moda do momento e sofrendo coerções da mídia.

Hoje a mídia exerce um dos papéis centrais na produção, reprodução e circulação das discursividades. Ela é uma das principais responsáveis na formação de opiniões públicas e atua como uma séria elaboradora de novas formas de relações sociais, atuando como formadora de discursos e controladora do *verdadeiro da época*, principalmente quando o assunto é o corpo.

Em termos desse *verdadeiro da época*, o corpo tornou-se uma valiosíssima imagem para ser exibida na sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997); mas não se trata aqui de qualquer imagem corporal, pois o que é valorizado é o corpo magro, bronzeado e saudável, sendo excluídas e/ou silenciadas as outras formas corporais existentes na sociedade. Entretanto, como diz Foucault (2006, p. 91), “onde há poder, há resistência”. Assim, quem tem acompanhado os mais recentes e badalados acontecimentos expostos pela mídia, tem

percebido que esta vem, aos poucos, abrindo espaço para as mulheres que fogem do padrão de beleza vigente; e, ainda mais, essas mulheres são mostradas como pessoas que expressam seu amor próprio e sua beleza peculiar (apesar de não terem o padrão 38): são as modelos *Plus Size*.

No que se refere a este padrão estabelecido, não esquecemos que o corpo e a imagem estão inseridos em construções discursivas constitutivas de uma cultura que atua junto com a memória nas produções de sentidos que resgatam um imaginário social e recriam novas identidades. Assim, para entendermos as vozes dessas mulheres que procuram um lugar na sociedade do espetáculo – elas que buscam seu espaço por ser aceitas como realmente são –, é preciso compreender que elas representam uma parcela daquelas que não se deixam levar pela obsessão – fruto de imposições da sociedade e da mídia – de ter um corpo perfeito, ideal e ilusório. Por meio do discurso das modelos *Plus Size*, entenderemos como a identidade dessas mulheres, ditas *gordinhas*, vem sendo construída na mídia, sem esquecer que:

para Foucault, nada há por trás das cortinas, nem sob o chão que pisamos. Há enunciados e relações, que o próprio discurso põe em funcionamento. Analisar o discurso seria dar conta exatamente disso: de relações históricas, de práticas muito concretas, que estão ‘vivas’ nos discursos. (FISCHER, 2001, p. 198).

Assim, a nosso ver, a compreensão da construção identitária do sujeito *Plus Size* na mídia não pode deixar de ser considerada em termos do *cuidado de si*, materializado no corpo como produção simbólica, porque “o corpo é entendido com uma construção histórico-social por meio da qual delinea-se o autogoverno do corpo” (COURTINE, 1993 apud GREGOLIN, 2008, p. 30). E o que vemos é que há uma constante ressignificação no que se diz sobre o corpo perfeito: a depender do momento histórico, das relações estabelecidas, ou melhor, do *verdadeiro da época*.

Hoje o que é tido como corpo perfeito é o corpo magro, bronzeado, sem marcas de velhice, sem manchas de sol, torneado por músculos, enfim, é um corpo idealizado a partir do explosivo e exaustivo número de produtos estéticos e das várias possibilidades de intervenções cirúrgicas. Mas tudo isso só é possível porque existe uma larga relação entre o poder, o saber e a resistência; poder este camuflado em relações cotidianas através de micropoderes. Foucault

nos lembra de que o poder e o saber estão diretamente implicados e que “não há relação de poder sem constituição correlata de um campo de saber, nem saber que não suponha e não constitua ao mesmo tempo relações de poder” (FOUCAULT, 2009, p. 27) e acrescenta que:

se o poder só tivesse a função de reprimir, se agisse apenas por meio da censura, da exclusão, do impedimento, do recalçamento, à maneira de um grande super-ego, se apenas se exercesse de um modo negativo, ele seria muito frágil. Se ele é forte, é porque produz efeitos positivos a nível do desejo [...] e também a nível do saber. (FOUCAULT, 2008a, p. 148).

Com relação ao saber e à relevância da população para o governo dos outros e de si, ele ressalta:

a população vai ser o objeto que o governo deverá levar em conta nas suas observações, no seu saber, para chegar efetivamente a governar de maneira racional e refletida. A constituição de um saber de governo é indissociável da constituição de um saber sobre todos os processos que giram em torno da população no sentido lato. (FOUCAULT, 2008b, p. 140).

A triplicidade saber/poder/resistência, nesse trabalho, direciona o nosso olhar no sentido de refletirmos sobre a liberdade de se reinventar. Para Foucault, o exercício diário do *cuidado ético-moral de si mesmo* é orientado constantemente para um melhor estilo de vida. Tal cuidado dá ao sujeito condições de fazer suas próprias escolhas, ser sujeito mestre de si mesmo, responsável por suas preferências éticas e suas vivências. Logo, para Foucault (2004, p. 198-199):

estas devem ser entendidas como as práticas racionais e voluntárias pelas quais os homens não apenas dominam para si mesmos regras de conduta, como também buscam transformar-se. Modificar-se em seu ser singular, e fazer de sua vida uma obra que portadora de certos valores estéticos e que corresponda a certos critérios de estilo.

Aqui, interessa-nos a liberdade como uma experiência ética e moral do sujeito consigo mesmo e sua própria verdade, refletindo o universo do seu próprio governo. Essa natureza é intransferível de um para outro, singular na sua existência enquanto sujeito ativo, responsável e responsivo.

Santos (2010) apresenta uma discussão interessante acerca da inserção dos indivíduos nos saberes relacionando-os com a cultura vinculada ao saberes no tempo, pois cada prática social ganha sentidos distintos e, dependendo do *verdadeiro da época*, esses saberes são ressignificados socialmente. O autor considera ainda o discurso “como testemunho de sentidos, produzidos numa conjuntura de saberes traduzidos poderes e construindo uma memória” (SANTOS, 2010, p. 133).

Resgatando a memória de como o corpo ideal era entendido há algum tempo, entendemos que o poder, segundo Foucault (2010b, p. 278):

aplica-se à vida cotidiana imediata que categoriza o indivíduo, marca-o com sua própria individualidade, liga-o à sua própria identidade, impõe-lhe uma lei de verdade, que devemos reconhecer e que os outros têm que reconhecer nele. É uma forma de poder que faz dos indivíduos sujeitos.

A resistência é o que garante a manutenção do poder, pois constantemente ele é invertido; este poder, que é entendido a partir do conceito de *governamentalidade* circunscrito no governo de si e dos outros, exige técnicas.

Sobre *governamentalidade*, Foucault (2010b, p. 288) esclarece:

devemos deixar para esse termo a significação bastante ampla que tinha no século XVI. Ele não se referia apenas às estruturas políticas e à gestão dos Estados, mas designava a maneira de dirigir a conduta dos indivíduos ou dos grupos; governo das crianças, das almas, das comunidades, das famílias, dos doentes. Ele não recobria apenas formas instituídas e legítimas de sujeição política ou econômica, mas modos de ação mais ou menos refletidos e calculados, porém todos destinados a agir sobre as possibilidades de ação dos outros indivíduos. Governar, nesse sentido, é estruturar o eventual campo de ação dos outros.

Foucault se ocupava com algumas das técnicas do trabalho sobre si mesmo, de governar a si e ao outro, lugar de busca na experiência do existir. Ele fazia leituras dos *manuals de vida* da Antiguidade, tais como, cuidados com o corpo, alimentação, reflexão, sono, relações sexuais etc. Todas essas técnicas entendidas como constituição de si para melhoramento do existir.

Ao entender o exercício do poder como *um modo de ação sobre as ações dos outros*, compreendemos que a mídia tem voltado sua lente, mesmo que ainda de forma sutil, para as modelos *Plus Size* como uma forma de construção alternativa de um padrão para uma parte da população que insiste em não ser excluída. Esta parte representa quase a metade dos brasileiros, pois, de acordo com o IBGE, 48,5 % da população está acima do peso, isso quer dizer que são mais de 92 milhões de pessoas que não fazem parte do *status magro* que a mídia normalmente louva e impõe (LUNA, 2013, não paginado).

A mulher, há muito tempo, luta por igualdade perante a sociedade, esta que governa e manipula seus indivíduos. A mídia, muitas vezes, atua como vilã, impondo estruturas corporais que fogem da realidade de muitos sujeitos, atuando como uma forma de biopoder (poder sobre a vida) que age sobre o indivíduo, manipulando-o através de dispositivos, visando-o ou alienando-o para mantê-lo saudável para melhor produzir.

Atualmente, vivemos sob a mira das lentes fotográficas e a aparência é mais importante que o conteúdo. Existe uma ditadura da beleza que por muito tempo tentou excluir aqueles ditos gordinhos, mas hoje eles aos poucos se apresentam de forma resistente e lutam por seu lugar na sociedade. Devemos lembrar que o biopoder, segundo Gregolin (2007, p. 19-20 grifos nossos), “materializa-se no *governo de si*: o sujeito deve autocontrolar-se, modelar-se a partir das representações que lhe indicam *como deve (e como não deve) ser o seu corpo*”, remetendo-se assim, ao que Foucault denomina de governamentalidade, o *governo de si* e do outro por meio de técnicas que produzem identidades.

## **2 PLUS SIZE: FORMA DE RESISTÊNCIA OU MAIS UMA MODA PASSAGEIRA?**

Ao adentrarmos o estudo sobre o corpo, consideramos relevante destacar que este para Foucault (2008a, p. 22) é entendido como:

superfície de inscrição dos acontecimentos (enquanto que a linguagem os marca e as ideias os dissolvem), lugar de dissociação do Eu (que supõe a quimera de uma unidade substancial), volume em perpétua pulverização. A genealogia, como análise da proveniência, está, portanto, no ponto de articulação do corpo com a história. Ela deve mostrar o corpo inteiramente marcado de história e a história arruinando o corpo.



Compreendendo, portanto, o corpo situado historicamente, objetivamos perceber alguns dos principais movimentos de aproximação e afastamento, criações e reconstrução das identidades que envolvem tal materialidade discursiva. Se hoje o culto ao corpo magro, bonito e saudável é dominante, não significa dizer que antes isso já não havia existido. Na verdade, hoje esse culto volta ressignificado, buscando construir novas identidades e causando novos tipos de resistências.

Para Sant'Anna (2005), o corpo é memória mutante das leis e dos códigos de cada cultura, registro das soluções e dos limites científicos e tecnológicos de cada época, por isso não cessa de ser (re)fabricado ao longo do tempo.

Sabemos que desde a Antiguidade Clássica, o corpo é cultuado, sendo, inclusive, usado como arma sedutora e de combate, como vemos em *Lisístrata*, a comédia de Aristófanes escrita no ano 411 a.C., que trata de uma mulher da Grécia antiga que liderou uma revolução e acabou com uma guerra utilizando sua inteligência em reunir as mulheres e estimulando-as a usarem seus corpos para fazerem greve de sexo e forçarem seus maridos a encerrar a guerra do Peloponeso, que se arrastava por longos anos.

Os historiadores Corbin, Courtine e Vigarello, em *História do Corpo*, relatam que:

a história do corpo feminino é também a história de uma dominação na qual os simples critérios da estética já são reveladores: a exigência tradicional por uma beleza sempre 'pudica', virginal e vigiada, impôs-se por muito tempo, antes que se afirmassem libertações decisivas repercutidas nas formas e nos perfis, movimentos mais aceitos, sorrisos mais expansivos, corpos mais desnudos. A história do corpo, em outras palavras, não poderia escapar à história dos modelos de gênero e das identidades. (CORBIN; COURTINE; VIGARELLO, 2008, p. 13).

A memória discursiva é constantemente atualizada através dos sentidos estabelecidos por meio de repetições e deslocamentos dos discursos, por isso retomamos como esse corpo era retratado em alguns períodos históricos, como, por exemplo, na pré-história, em que encontramos o corpo feminino reproduzido através da imagem da *Vênus de Willendorf*, com grandes seios, barriga com muito volume e quadris bastante largos, simbolizando a fertilidade da mulher. Na Antiguidade e durante muitos séculos ainda, mulheres se espelhavam no padrão

de beleza tal como o representado pela *Vênus de Milo*. Nas pinturas do Renascimento, observamos a mulher retratada com muitos volumes, pele clara e pescoço longo. Essas características fartas predominaram por todo o século XIX.

Ao longo do século XX, o corpo também sofreu várias ressignificações. Dos anos 20 aos 50, valorizavam-se os cabelos curtos e o corpo esguio com a influência da estilista Chanel. Na década de 60, era moda usar o corpo à mostra em trabalhos artísticos, tais como fotografia e artes plásticas.

Nas décadas seguintes, o corpo esportista estava em alta. O corpo feminino começou a ser trabalhado e passou a exibir os signos da cultura física e da atividade esportiva; os músculos se tornaram visíveis, elásticos e deixaram de ser propriedade exclusiva do universo masculino (VIGARELLO, 2006).

De acordo com Castro (2007, p. 70), “a preocupação com a beleza ganha força no decorrer do século XX. Na contemporaneidade, presenciamos a tendência à supervalorização da aparência corporal, que leva os indivíduos a uma busca frenética pela forma e volume corporal ideais”.

No século XXI, o corpo é valorizado em um exagero que provoca sofrimento, no sentido destacado por Augras (1996, p. 44-45):

A distância entre o modelo da revista e o reflexo no espelho também contribui para a dificuldade de integração. Não se trata apenas de conciliar senso de realidade e aspirações narcisistas. O que propõe nas fotografias são corpos imaginários, abstratos e inatingíveis e, por assim dizer, eternos. Não são submetidos a dor, nem ao envelhecimento, ainda menos à morte.

Em nossos dias, predominam os conceitos de beleza relacionados à magreza e aos cuidados estéticos exagerados, esquecendo-se de que o real nem sempre é perfeito. Dessa forma, trazemos a voz de Milanez que nos lembra:

o corpo é o meio pelo qual o ser humano pode problematizar o que ele é e o que o movimenta no mundo em que vive. Essas práticas, acima de

tudo, corporais é o que poderia se chamar de ‘artes de existência’, ou seja, práticas reflexivas e voluntárias por meio das quais os homens tanto se fixam regras de condutas quanto buscam transformar-se a si mesmos, modificando-se no que eles têm demais singular ao seguir uma obra no qual se inserem determinados valores estéticos. (MILANEZ, 2006, p. 188-89).

Fizemos essa breve retrospectiva para evidenciarmos que os discursos voltam sempre ressignificados e por meio de uma formação discursiva (FD), aqui entendida à maneira de Foucault, como um lugar perpassado por diferentes discursos em diferentes momentos históricos. Noutras palavras, de acordo com Grangeiro (2007, p. 39), “a FD é uma unidade dividida, a qual, embora seja passível de descrição por suas regras de formação, por suas regularidades, ela não é una, mas heterogênea, não de forma acidental, mas constitutiva”. Logo, encadeados pelo que entendemos por memória, citamos:

a memória tem suas características quando pensada em relação ao discurso. E, nessa perspectiva, ela é tratada como interdiscurso. Este é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Ou seja, é o que chamamos memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra. O interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada. (ORLANDI, 2009, p. 31)

Com isso, entendemos que o sujeito *Plus Size* já existiu, em outros tempos, com outros nomes e agora retorna ressignificado, como uma forma de resistência à ditadura do corpo magro.

*Plus Size* é um termo utilizado pela mídia para designar modelos que fogem a regra do 38, e, mais ainda, que representam o indivíduo real, que não está dentro dos padrões de beleza atuais, como as milhares de mulheres que sofrem preconceitos e exclusões por não estarem conforme (ou não conseguirem refletir através do corpo) o que a sociedade impõe.

Esse acontecimento teve início nos EUA e um de seus maiores representantes foi e ainda hoje é Gary Dakin, dirigente da agência *Plus Size* da Ford Models. Esse tipo de resposta surgiu a partir do desejo de mulheres que estavam cansadas de tentar se encaixar em padrões

em que não cabiam, como é o caso, no Brasil, das cantoras Gaby Amarantos e Preta Gil que em entrevistas às revistas TPM e Época relataram que:

“Perdi muito tempo da minha vida sendo infeliz e me aceitei completamente. Uso a roupa que quero, mesmo que tenha que mandar fazer. Rebolo no palco, me sinto sensual. As pessoas acham que se você não é magra você tem que ser infeliz”. **Gaby Amarantos**, 33 anos, cantora, veste 46.

“Achava que, para ser cantora, ter namorado e uma vida legal, tinha que ser magra”. **Gaby Amarantos**.

“Para mim este é um momento histórico. As pessoas acham que se você é maior não pode usar roupa justa, ser sensual. Quero mostrar que podemos”. **Preta Gil**, cantora. (LEMOS, 2013).

Podemos perceber o efeito de sentido revelado por meio do discurso quando identificamos os elementos que “constituem a instância verbal de produção do discurso: o contexto histórico-social, os interlocutores, o lugar de onde falam e a imagem que fazem de si, do outro e do referente” (BRANDÃO, 2004, p. 105).

Percebemos, nos discursos das cantoras, vestígios de uma memória (que perpassa todo um conjunto de relações históricas) da ilusão do corpo perfeito, o qual hoje está espetacularizado na mídia. Observamos, nos entrelaçamentos dos discursos das cantoras, sentidos que resgatam a memória discursiva de que as pessoas fora do peso ideal, que fogem da regra 38, não podem ser felizes ou ter uma vida “normal”. Essas duas mulheres representam mais 90 milhões de pessoas que se sentem oprimidas, rechaçadas, excluídas por não conseguirem entrar num padrão imposto pela mídia.

Entendemos que, por trás dos discursos de um corpo saudável, existem outros silenciados, pois é sabido que corpo magro não é, necessariamente, sinônimo de saúde. A nosso ver, “as ‘identidades’ flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas” (BAUMAN, 2001, p. 19).

A identidade das modelos *Plus Size* está sendo construída há mais de uma década, mas só agora que a mídia, ressaltamos, ainda de forma tímida e receosa, abre espaço para tais modelos. Dakin, agenciador desse tipo de trabalho, vem lutando para que o mercado cresça

cada dia mais e as *Plus Size* a cada dia, mesmo que aos poucos, ganhem mais espaço. Segundo ele diz, quando era mais jovem foi modelo e “sentiu na pele a sensação de ser rejeitado pelo mundo da moda” (SORG, 2013, não paginado).

Consideremos, a seguir, a entrevista à revista *Veja* concedida pela modelo brasileira Fluvia Lacerda, de 29 anos, que usa manequim 48, tem 109 centímetros de busto, 89 de cintura e 121 de quadril. Renomadíssima no mundo da moda dos Estados Unidos, ela chegou a ser considerada a “Gisele Bündchen *Plus Size*”. Atualmente, pede que as mulheres acima do peso sejam reconhecidas no Brasil. Ela diz que:

Quantas mulheres da América Latina entram em uma calça de tamanho 30? É irreal. Aqui (nos Estados Unidos) e na Europa, a mulher reivindicou o direito de se sentir incluída. Elas querem se ver em campanhas de moda, abrir uma revista e encontrar uma mulher parecida com ela. Além disso, elas botaram a boca no trombone e o próprio mercado da moda se sentiu forçado a modificar certas coisas. Se isso não acontecesse, no fim das contas, esse mercado perderia consumidores. (CUMINALE, 2013, não paginado).

E acrescenta que, no Brasil, o preconceito ainda é muito grande.

As pessoas não se sentem intimidadas de olhar para você e falar: “Nossa, conheço uma dieta ótima”, ou “Nossa, você ficaria tão melhor se perdesse alguns quilinhos”. Como se fosse aquilo que validasse você como ser humano. Se você não se encaixa nesse padrão de beleza, você não existe. Quando vou para o Brasil, eu sou parada o tempo todo na rua. As pessoas me perguntam onde eu comprei minhas roupas. A mulher brasileira que está acima do peso não está acostumada a se ver de uma forma positiva. A gordinha é sempre engraçada ou a mais simpática e nunca é ligada à ideia de sensualidade ou beleza. Isso acaba com a autoestima das mulheres. (CUMINALE, 2013, não paginado).

Notamos, no discurso da modelo, que o corpo traz as marcas de uma sociedade que usurpa dele impressões, delimitando seu lugar e suas significações sociais que estão presentes no cotidiano de cada um. Aqui chamamos a atenção para o seguinte enunciado: *a mulher reivindicou o direito de se sentir incluída*. Entendemos que os sujeitos se inserem ou se reinserem na lógica da “sociedade do espetáculo” de acordo com Debord (1997), na qual *parecer* é o bem mais supremo da civilização, acima do *ser* ou do *ter*.

No discurso dessas mulheres entrevistadas, a memória social, por meio do jogo discursivo, recupera e evidencia a construção de sentidos que atravessam a memória discursiva, direcionando para, no mínimo, duas interpretações. A primeira é feita a partir do discurso que resgata, pela memória discursiva, a ideia de que toda mulher deve seguir o padrão imposto nas capas de revistas. As ditas gordinhas, porém, querem ver mulheres reais em capas, entrevistas e matérias presentes naquela materialidade discursiva, ou pelo menos, modelos próximas da sua realidade cotidiana.

Pensando que “a mulher brasileira que está acima do peso não está acostumada a se ver de uma forma positiva” (CUMINALE, 2013, não paginado), somos levados a entender que esse discurso remete, na contemporaneidade, ao fato de que uma mulher gorda é, muitas vezes, insatisfeita, feia e infeliz. Não podemos, todavia, esquecer que, em outros momentos históricos, o verdadeiro da época era que o corpo voluptuoso era o valorizado, diferente de hoje, quando mulheres, ditas gordinhas, sentem-se excluídas ao entrarem numa loja e não encontrarem sua numeração de roupa.

Outra direção que nos leva à segunda leitura é com relação à ativação da memória discursiva que remete aos discursos de que todo mundo precisa perder alguns quilinhos e que assim ficará “melhor”. Perguntamo-nos, entretanto: Melhor para quem? Esse discurso midiático inquietante – que, a toda hora, está presente reforçando que os sujeitos não sejam donos do seu próprio querer – resgata a memória de que “a gordinha é sempre engraçada ou a mais simpática e nunca é ligada à ideia de sensualidade ou beleza. Isso acaba com a autoestima das mulheres” (CUMINALE, 2013, não paginado).

O problema não é o corpo, são as lojas que não se adequam ao público. O fato de não existir um padrão para numeração de roupas no Brasil só aumenta a insatisfação do público feminino com seu corpo. Por isso, novas grifes com tamanhos *Plus Size* estão sendo criadas, movimentando o mercado e alegrando uma grande maioria real que foge de padrões irreais.

“Outro dia a minha stylist foi pegar uma roupa para mim em uma grife e eles falaram que, se era para mim, não queriam ceder. Sabe o que é isso? A marca não queria se associar a alguém gordo.” O desabafo é da cantora Preta Gil, que lançou mês passado uma coleção de roupas plus size em parceria com a C&A. “Para mim, este é um momento histórico.

As pessoas acham que se você é maior não pode usar roupa justa, ser sensual. Quero mostrar que podemos, sim.” (LEMOS, 2013, não paginado).

Da mesma forma que Bauman (2001, p. 82), acreditamos que “a ‘identidade’ é uma ideia inescapavelmente ambígua, uma faca de dois gumes. Pode ser um grito de guerra de indivíduos ou das comunidades que desejam ser por estes imaginadas”. Ora, se a mídia exclui os indivíduos fora dos padrões estabelecidos, usando, muitas vezes, discursos autorizados (como os de alguns médicos e nutricionistas) voltados apenas a uma minoria; se a ordem do momento é o corpo magro e muitas lojas não têm tamanhos disponíveis para todos e/ou não querem associar seu nome ou sua marca às pessoas gordas, tendo em vista que estas representam – para esse mundo preconceituoso da moda, que exalta à magreza – uma imagem que é associada à feiura e até mesmo a doenças; o que devem fazer então os que se sentem excluídos?

Para as consideradas gordinhas uma alternativa pode ser, como disse a modelo Fluvia Lacerda, arregaçar as mangas e, *botando a boca no trombone*, procurar mercados que invistam nesses consumidores que existem e estão aí disposto a afirmar sua identidade.

Nesse sentido, entendemos também que, conforme Bauman (2001, p. 83), muitas vezes, “a ‘identidade’ parece um grito de guerra usado numa luta *defensiva*: um indivíduo contra o ataque de um grupo, um grupo menor e mais fraco (e por isso ameaçado) contra uma totalidade maior e dotada de mais recursos (e por isso ameaçadora)”.

As modelos *Plus Size* são ainda minoria em relação àquelas de padrão 38, mas estão a cada dia construindo sua identidade e mostrando que são felizes como são e não precisam sofrer por não terem um corpo tido como ideal pela mídia. Elas mesmas se encarregam de divulgar seus valores e aos poucos o mercado está entendendo que é uma boa oportunidade investir nessa *nova verdade*.

Elas entenderam e estão tomando consciência de que “existe uma espécie de complô que faz com que as mulheres não se sintam felizes com os seus corpos. Marle Alvarenga,

nutricionista” (BRITO et al., 2013, não paginado). E cada dia que passa, pouco a pouco, a mídia tem divulgado o *triunfo das gordinhas*.

Para efeito de sentido, vejamos que existem vários *blogs* que divulgam o trabalho das modelos *Plus Size*, tais como o BSB *Plus Size*. Nele encontramos fotos de mulheres lindas, decididas e que não fazem parte dos padrões estabelecidos pela ditadura da magreza. Outro exemplo é a revista BSB *Plus Size Magazine*, que tem edição impressa e digital, lançada em 2013. Nela são abordados temas como saúde, nutrição, moda além de entrevistas com modelos *Plus Size* internacionais e brasileiras.

De acordo com o *site* da revista:

O grande destaque da primeira edição da BSB *PLUS SIZE MAGAZINE* é um ensaio fotográfico pra lá de sensual, tendo como cenário: suítes de um motel luxuoso da Capital Federal. Tudo realizado com muito requinte e dignidade para mostrar que curvas a mais podem ser sinônimo de beleza, quando a mulher se ama e se respeita. (BRITO et al., 2013, não paginado).



Figura 1 – BSB *PLUS SIZE*  
Fonte: Brito et al. (2013, não paginado)



Figura 2 – EU NÃO VISTO 38. E DAÍ?  
Fonte: Lemos (2013, não paginado)



Destacamos que essa é a única revista dedicada exclusivamente a mulheres ditas *gordinhas*. Revista esta cujo “foco central é elevar a autoestima das mulheres que estão acima do peso e são estigmatizadas por fugirem dos padrões de beleza impostos pela sociedade, muitas vezes reforçados pela mídia” (BRITO et al., 2013, não paginado). Por meio do cuidado de si, esse sujeito, que representa o ser real e parte de uma população, está fazendo escolhas éticas e responsáveis para modificar e reestruturar o seu próprio destino com mais liberdade e felicidade. Essas mulheres, todos os dias, travam lutas hermenêuticas consigo mesmas, reelaborando seus modos de vida, suas maneiras de enxergar o mundo e a si. Isso mostra que a cada dia essas mulheres constroem sua identidade e ressignificam sua imagem.

Queremos chamar a atenção para o detalhe de que não deixamos de perceber que o espaço que a mídia está abrindo para as modelos *Plus Size* (aliás, todas bonitas e/ou famosas) está diretamente relacionado ao interesse de atender à parcela de consumidores que tais modelos representam, ou seja, nada há de ingênuo nessa abertura.

Em ambas as revistas, o destaque recai sobre manchetes que travam diálogos ora com modelos ora com cantoras famosas. Podemos observar também que as capas dessas revistas apresentam enunciados polissêmicos, como por exemplo: *Qual o tamanho do seu preconceito?* Chamamos a atenção para a palavra *tamanho*, que remete tanto à quantidade e/ou percentual de preconceito em relação a essa nova ordem, quanto ao direcionamento para as voluptuosas curvas (ou outros tamanhos) que os leitores irão encontrar na revista *fugindo* do padrão imposto, mas ressignificando a nova ordem do discurso no momento. O outro enunciado traz: *A beleza PLUS SIZE de mulheres poderosas*. O adjetivo *poderosa* remete-nos às mulheres que estão no poder, ou seja, aquelas que, saindo do discurso autoritário da mídia, reivindicam a liberdade existencial, mostrando, com isso, que a resistência está na sociedade e nas relações de subjetividade experienciadas no cuidado de si. Ou seja, buscando o governo de si e sua liberdade, essas mulheres reconfiguram, assim, sua identidade e, conseqüentemente, sua autoestima, sua imagem, logo, refazem o seu modo de vida.

A revista TPM diariamente tem oferecido matérias sobre as modelos *Plus Size*. Recentemente trouxe a cantora Gaby Amarantos na capa e junto com ela entrevistas com várias anônimas que desabafam sua angústia de estarem fora dos padrões estabelecidos pela

mídia e consequentemente pela sociedade. A revista, que também disponibiliza um *site* na internet, trouxe a seguinte manchete “Como reagir a um mundo que insiste em fazer com que você se sinta infeliz com seu corpo, não importa que corpo você tenha” (LEMOS, 2013, não paginado).

A revista *Época*, em 2012, divulgou a miss Brasil *Plus Size* com a seguinte manchete: “Eles já são maioria em várias capitais. De discriminados, passaram a valorizados – pelo mercado e pela cultura pop” (SEGATTO; MENDONÇA; SPINACÉ, 2014, não paginado). Esta revista apresenta uma entrevista e imagens com a miss Brasil *Plus Size* que afirma não ficar mais sem trabalho.



Figura 3 – Miss Brasil *Plus Size*  
Fonte: Segatto; Mendonça; Spinacé (2014, não paginado).

Dessa forma, entendemos que as identidades – que, muitas vezes, são produzidas por meio de processos de diferenciação, ativados no movimento de identificar-se e desidentificar-se frente aos outros – são os modos pelos quais cada um dá sentido a si próprio. As identidades são efêmeras e são fabricadas por meio de discursos que atravessam os indivíduos, assim estas novas identidades que constantemente são reconstruídas convidam o indivíduo a ocupar sempre outras posições de sujeito (HALL, 2006).

Assim, entendemos que hoje, por meio da resistência dos *ditos gordinhos*, presenciamos o seu *trunfo* frente a uma sociedade severa que impõe, de todas as formas, um padrão a ser seguido. Deste modo, compreendemos que, contra um poder cruel de um padrão de beleza magra, hoje eles – os gordinhos, ou melhor, as gordinhas – resistem triunfantemente.

### **ENCERRANDO O DIÁLOGO (POR ENQUANTO!)**

A partir das contribuições advindas da Análise do Discurso francesa, lançamos o nosso olhar sobre a construção identitária do sujeito *Plus Size* na mídia. Enfatizamos que os sentidos jamais são obtidos sem que consideremos sua exterioridade constitutiva, que advém da sua íntima relação com enunciados concretos que estão presentes em nosso dia a dia, com a memória que circunscreve os sujeitos e sua historicidade.

Destacamos que as relações de subjetividades nortearam nossa análise. O corpo, nesse texto, é entendido como fenômeno histórico-discursivo, mas, por ser um tema contemporâneo, torna-se amplo e complexo, já que essas práticas discursivas estão situadas em nosso cotidiano e sofrem constantes mudanças.

Esse fato de ser um tema contemporâneo justifica nossas análises enfatizando o que a mídia tem dito ou mostrado sobre o corpo, pois esta atua, muitas vezes, como senhora dona da verdade e impõe uma ditadura da magreza que na verdade foge dos padrões de beleza da maioria dos brasileiros.

Por meio dos discursos e das imagens das modelos *Plus Size*, podemos perceber o que foi e é interdito constantemente pela sociedade e o que se torna o *verdadeiro da época*; no caso do corpo, reina o império do simulacro do corpo magro, sarado e bronzeado. Dessa forma, silenciando, interditando e excluindo outras formas que estão fora desses padrões.

Diante desse panorama, buscamos analisar o discurso daqueles que não fazem parte, ou não faziam, da ordem do discurso que traz o corpo magro como padrão. Logo, procuramos identificar a resistência desse fenômeno sócio-histórico presente na sociedade atual que vem

construindo uma identidade própria, sintonizando seu posicionamento e buscando espaço na sociedade do espetáculo na qual estamos inseridos.

Sabemos que há um interesse extremo e, muitas vezes, exagerado pelo corpo. A imagem de si a cada dia tem sido mais exposta, seja pela mídia seja pelo próprio indivíduo, característica da sociedade do espetáculo que interdita aqueles que estão fora do padrão. Contra tal padrão, todavia, há a resistência das modelos *Plus Size*.

Hoje as ditas *gordinhas* não estão mais caladas, sofrendo por não pertencerem aos padrões estéticos estabelecidos pela mídia e conseqüentemente pela sociedade. Nos Estados Unidos e em muitos países da Europa, essas modelos estão em alta, pois representam o padrão de mulheres reais que querem abrir uma revista e se verem nela.

Se atualmente, no Brasil, existe um padrão que só corresponde à minoria, é porque ainda existe muito preconceito por parte dos indivíduos com seu próprio corpo e porque a mídia ainda é tímida ao tratar desse novo padrão de beleza (que de novo não tem nada), o qual (como vimos e como ocorre com todo discurso) apenas voltou ressignificado. Certamente compreendendo que tudo é permeado por poderes e saberes, as modelos *Plus Size* entenderam que agora chegou a hora dos holofotes estarem voltados também para elas, construindo e reconstruindo, assim, sua identidade.

Como este nosso trabalho é circunscrito por um estudo do corpo via linguagem, é relevante salientar que, ao analisarmos os discursos produzidos, observamos a atualização de redes de memória que perpassam o corpo e o estereótipo da mulher. Logo, notamos que os discursos produzidos, por meio das revistas, dos *sites* e da própria imagem, estão voltados também no sentido de produzir identificações naqueles que antes eram excluídos e rechaçados por estarem fora dos padrões estabelecidos pela mídia.

Vimos, por fim, que a mídia, embora de forma ainda tímida, está a cada dia mais abrindo espaço para modelos com um corpo mais próximo do da maioria das mulheres reais existentes em nosso dia a dia, porque não é só uma imagem que estas querem ver divulgada

na mídia; elas querem ver uma história de resistência que é permeada de dores, mas também de sabores e conquistas.

Assim, na contínua construção identitária, lutando por seu espaço na sociedade e dizendo que hoje a ordem do discurso midiático tem sim espaço para a beleza das *Plus Size*, triunfam não só tais modelos, mas também todas as mulheres que, pela similitude do corpo e da identidade, estão próximas delas.

## REFERÊNCIAS

AUGRAS, M. **O ser da compreensão**: fenomenologia da situação de psicodiagnóstico. Petrópolis: Vozes, 1996.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed. rev. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.

BRITO, Rita et al. **BSB PLUS SIZE MAGAZINE**. Disponível em: <http://www.bsbplussize.com.br/p/bsb-plus-size-magazine.html> . Acesso em: 20 dez. 2013.

CASTRO, Ana L. **Culto ao corpo e sociedade**: mídia, estilos de vida e cultura de consumo. 2. ed. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.

CORBIN, A.; COURTINE, J-J.; VIGARELLO, G. (Org.). **História do corpo**: 3. As mutações do olhar. O século XX – 3. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

CUMINALE, Natalia. Fluvia Lacerda: Gisele Bündchen 'plus size'. Disponível em: <http://www.veja.abril.com.br/noticia/saude/fluvia-lacerda-gisele-bundchem-fat-pride-obesidade> . Acesso em: 20 dez. 2013.

DEBORD, Guy. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. In: \_\_\_\_\_. **A sociedade do espetáculo**. Tradução de Estela Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p. 165-237.

FISCHER, Rosa M. B. Foucault e a Análise do Discurso em Educação. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, n. 114, p. 197-223, novembro/2001.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 20. ed. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 2010a.

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, H.; RABINOW, P. **Michel Foucault**. Uma trajetória filosófica. 2. ed. Tradução de Vera Portocarrero e Gilda Gomes Carneiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010b. p. 273-295.

\_\_\_\_\_. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. 36. ed. Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

\_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. 25. ed. Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 2008a.

\_\_\_\_\_. **Segurança, território, população**. São Paulo: Martins Fontes, 2008b.

\_\_\_\_\_. **História da Sexualidade I**: a vontade de saber. 9. ed. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque; revisão técnica de José Augusto Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 2006.

\_\_\_\_\_. O uso dos prazeres e as éticas de si. In: FOUCAULT, M. **Ética, política, sexualidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2004. p. 198-199. (Ditos e escritos V).

GRANGEIRO, Cláudia Rejanne Pinheiro. Foucault, Pêcheux e a formação discursiva. In: BARONAS, Roberto Leiser (Org.). **Análise do discurso**: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007. p. 33-45.

GREGOLIN, Maria do R. V. J.J. Courtine e as metamorfoses da Análise do Discurso: novos objetos, novos olhares. In: SARGENTINI, Vanice; GREGOLIN, Maria do R. (Org.). **Análise do discurso**: heranças, métodos e objetos. São Carlos: Editora Claraluz, 2008. p. 21-36.

\_\_\_\_\_. Discurso, História e a produção de identidades na mídia. In: FONSECA-SILVA, M. da C.; POSSENTI, S. (Org.). **Mídia e rede de memórias**. Vitória da Conquista, BA: Edições UESB, 2007. p. 39-60.

\_\_\_\_\_. Análise do Discurso: o sentido e suas movências. In: GREGOLIN, M. R. V.; CRUVINEL, M.F.; KHALIL, M. G. (Org.) **Análise do Discurso**: entornos do sentido. Araraquara, SP: Laboratório Editorial/Acadêmica, 2001. p. 9-34.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LEMOS, Nina. **Eu não visto 38. E daí?** Disponível em: <http://www.revistatpm.uol.com.br/revista/123/reportagens/eu-nao-visto-38-e-dai.html>. Acesso em: 20 dez. 2013.

LUNA, Fernandes. **Tamanho único**: velhos clichês que insistem em te padronizar em um tamanho de manequim. Disponível em: <http://www.revistatpm.uol.com.br/revista/123/editorial/tamanho-unico.html> . Acesso em: 20 dez. 2013.

MILANEZ, Nilton. **As aventuras do corpo** – dos modos de subjetivação às memórias de si em revista impressa. 2006. Tese (Doutorado)–Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Araraquara, 2006.

NASCIMENTO, Maria Eliza Freitas do. **Sentido, memória e identidade no discurso poético e Patativa do Assaré**. Recife: Bagaço, 2010.

ORLANDI, Eni. **Análise do Discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2009.

SANT’ANNA, Denise B. de. (Org.). **Políticas do corpo**. 2. ed. Tradução dos textos em francês de Mariluce Moura. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

SANTOS, João B. C. dos. A Análise do Discurso do Brasil: entre Pêcheux, Foucault e Bakhtin. In: PAULA, L. de; STAFUZZA, G. (Org.). **Da Análise do Discurso no Brasil à Análise do Discurso do Brasil**: três épocas histórico-analíticas. Uberlândia, MG: EDUFU, 2010. p. 119-159

SEGATTO, Cristiane; MENDONÇA, Martha; SPINACÉ, Natalia. **O triunfo dos gordinhos**. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/vida/noticia/2012/06/o-triunfo-dos-gordinhos.html>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

SORG, Letícia. **Ele lutou pelas gordinhas. Será que elas vão dominar a moda?** Disponível em: <http://www.colunas.revistaepoca.globo.com/mulher7por7/2010/05/11/ele-lutou-pelas-gordinhas-sera-que-elas-vaio-dominar-a-moda/> . Acesso em: 20 dez. 2013.

VIGARELLO, Georges. **A história da beleza**: o corpo e arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje. Tradução de Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

#### **Patricia Gomes de MELLO**

Mestre em Linguística pelo PROLING (UFPB), desenvolve pesquisa embasada na filosofia da linguagem bakhtiniana. É graduada em Letras pela Universidade Regional do Cariri (URCA). Participa do Núcleo de Estudos de Teoria Linguística e Literária-NETLLI, na linha de pesquisa: Linguística e Dialogismo e pesquisadora - estudante do Grupo de Pesquisas em Linguagem Enunciativa e Interação- GPLEI, na linha: Discurso e Sociedade - a diversidade discursiva e enunciativa, sob orientação do prof. Dr. Pedro Farias Francelino. Atua na área de Letras com ênfase em Linguística.

**Francisco de Freitas LEITE**

Doutor em Linguística (PROLING/UFPB - 2014), mestre em Linguística (PROLING/UFPB - 2009), especialista em Ensino de Língua Portuguesa (URCA - 1999) e graduado em Letras (URCA - 1998). Atualmente é professor adjunto I da Universidade Regional do Cariri-URCA, coordenador na URCA do DINTER (UFC/URCA) em Linguística, pesquisador do Núcleo de Estudos de Teoria Linguística e Literária NETLLI, pesquisador do Grupo de Pesquisas em Estudos Clássicos e Linguísticos GREC, editor-geral da Miguilim - Revista Eletrônica do Netlli e editor-adjunto da Macabéa - Revista Eletrônica do Netlli. Tem experiência na área de Letras, com ênfase em Linguística, Língua Portuguesa e Língua Latina, atuando principalmente nos seguintes temas: linguística histórica, história da língua portuguesa, poesia brasileira e teoria/análise dialógica do discurso.