

## Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia

### **Naumi A. de Vasconcelos**

*Psicóloga Doutora em sexologia pela Universidade de Louvain/Bélgica, professora-adjunta do Programa de Pós-graduação do Programa Interdisciplinar de Comunidades e Ecologia Social (EICOS) do Instituto de Psicologia (IP) da UFRJ*

*End.: R. Helena Miranda, 35 - Recreio - Rio de Janeiro  
- CEP: 22795 - 180*

*e-mail: naumi@terra.com.br*

### **Iana Sudo**

*Psicóloga, Aluna do Programa de Pós-Graduação do Mestrado da EICOS/ IP/ UFRJ*

*End.: R. Coronel Fernando Machado, 420 / 304.  
Centro - Porto Alegre - RS*

*CEP: 90010-320*

*e-mail: iana.sudo@bol.com.br*

### **Nara Sudo**

*Nutricionista, Aluna do Programa de Pós-Graduação do Mestrado de Política, Planejamento e Administração em Saúde, do Instituto de Medicina Social (IMS) da UERJ*

*End.: R: Coronel Fernando Machado, 420 / 304.  
Centro - Porto Alegre - RS  
CEP: 90010-320  
e-mail: narasudo@bol.com.br*

## RESUMO

*Atualmente, encontra-se no sujeito que apresenta um corpo denominado de gordo a questão do mal-estar subjetivo. Esse corpo está associado a um imaginário social próprio que ao ser divulgado pela mídia impressa, faz entrever um corpo impregnado de preconceitos, discriminações e estigmas, por representar, na sociedade contemporânea, tanto um caráter pejorativo de uma falência moral quanto um corpo com falta de saúde. O gordo ao violar a norma social vigente, torna-se um paradigma estético negativo. Em contrapartida, o corpo magro é tido como saudável, é valorizado e desejado, acabando por se transformar em um símbolo da própria felicidade; fundamental para o sujeito ser aceito socialmente. A esse respeito foram analisados a construção das representações sociais e sentidos acerca do corpo gordo através de matérias veiculadas por jornais e revistas semanais brasileiras, entre o período de 1995 a 2003. Optamos por trabalhar com a mídia impressa, pois esta enquanto um canal de informação e reprodução de uma prática discursiva, logo ideológica, socializa os fatos e normas e atua como um agente organizador do espaço social, ocupando, portanto, um papel central para a consolidação dessas representações que passam, então a assumirem um caráter coletivo normalizador na constituição de uma identidade e subjetividade específicas.*

*Palavras-chave: corpo gordo, mídia, representações sociais, cultura, subjetividade*

## ABSTRACT

*For the time being, there is on the person who is overweight the question of uneasiness. That body is related to an own social imaginary that when it appears on the media reflects a body full of*

*prejudices, discriminations and stigmatizations, because it is much the same as a pejorative and a moral failure who breaks the social norms established and becomes a negative esthetic paradigm, what is more, an excessive body, unhealthy and not desirable, in this day and age. On the other hand, the slim body, which means healthy and beauty, is valuable and desirable and it is comparable to happiness and is essential for the subject to be social accepted. About this issue, we have analyzed the construction of social representations and senses about being overweight through news on daily newspapers and weekly magazines, from 1995 to 2003. We have worked with media because it is such a vehicle of information as reproductor of a discursive practical, thus ideological, socializing facts and norms, acting as an organized agent of the social space, becoming the essential part to consolidate those social representations, taking the role of an adjuster collective of the constitutions of a specific identity and subjectivity.*

*Key-words: being overweight, media, social representations, culture, subjectivity*

## Introdução

*“(...) É PERFEITAMENTE POSSÍVEL SER GORDO E SAUDÁVEL. ASSIM COMO É POSSÍVEL SER BAIXO E SAUDÁVEL. CRIOU-SE UMA ESPÉCIE DE SUPERSTIÇÃO EM TORNO DA GORDURA. SE VOCÊ É GORDO NUNCA SE CASARÁ, NUNCA TERÁ UM EMPREGO, NUNCA TERÁ UMA VIDA SEXUAL SATISFATÓRIA. FREQUENTEMENTE OS GORDOS ADOECEM NÃO POR CAUSA DA GORDURA, MAS SIM PELO STRESS, PELA OPRESSÃO A QUE SÃO SUBMETIDOS. NINGUÉM ASSUME QUE ESTÁ INCOMODADO COM A GORDURA, DIZEM QUE ESTÃO PREOCUPADOS COM NOSSA SAÚDE” (MARYLIN WANN, ESCRITORA).<sup>1</sup>*

A experiência do corpo parece pertencer ao rol das evidências banais. Nada há, entretanto, de mais inquietante. Em sua fragilidade e transitoriedade, em seu destino de morte, essa experiência é fonte ininterrupta de insegurança e medo, na medida em que “materializa em nossa carne a natureza – uma natureza inacessível e

incontrolável” (Duvignaud, 1981, p.134). Lugar, por excelência, da junção da natureza e cultura, o corpo nos escapa a duplo título: um corpo que nos é dado, sem que sejamos consultados e um corpo que nos é exigido pela instância social das épocas e das culturas. Em suas metamorfoses, ao sabor de seus fantasmas e dos modelos culturais impostos, o corpo fala de seus medos ou de seu abandono e de sua entrega a poderes reguladores. Ao falarmos aqui de uma dessas metamorfoses, o corpo gordo<sup>2</sup>, opondo-se na atualidade ao modelo vigente de corpo magro, deixamos implícito o papel deste modelo, enquanto regulador de uma angústia arcaica, aquela que habita **O Corpo do Terror**, título do livro de Duvinaud. Se não nos entendemos sobre essa abordagem é porque parece-nos ser necessário precedê-la com o artigo que evidencia o caráter maníaco da magreza em nossos dias.

Em nenhuma outra época, o corpo magro adquiriu um sentido de corpo ideal e esteve tão em evidência como nos dias atuais: esse corpo, nu ou vestido, exposto em diversas revistas femininas e masculinas, está definitivamente na moda: é capa de revistas, matérias de jornais, manchetes publicitárias, e se transformou em um sonho de consumo para milhares de pessoas, nem que, para isso, elas tenham que passar por intervenções cirúrgicas (plásticas), dietas de todos os tipos (do sangue, da melancia etc) ou exercícios físicos dos mais variados.

Atualmente, parece existir apenas um tipo de corpo possível - o corpo magro. Vivemos em uma época de “lipofobia” como denominou Fischler (1995) e que está diretamente associada a uma “obsessão pela magreza, sua rejeição quase maníaca à obesidade” (Fischler, 1995, p.15). A sociedade contemporânea, ao valorizar a magreza, transforma a gordura em um símbolo de falência moral, e o gordo, mais do que apresentar um peso socialmente inadequado, passa a carregar um caráter pejorativo, como salientaram os médicos Dr. Peter Brown e Dr.<sup>a</sup> Vicki Bentley-Condit<sup>3</sup>: “Nossa cultura de valorização da magreza transformou a obesidade em um símbolo de falência moral. Denota descuido, preguiça, desleixo, falta de disciplina. Também denota pobreza (...)”. E, mais do que isso, passa a ser o que Sant’Anna (1995) denominou de um “corpo desumanizado”. Pretendemos, portanto, neste trabalho, analisar a

construção social acerca do gordo, na cultura moderna, identificando, através de matérias de jornais e revistas semanais<sup>4</sup> do Brasil, escolhidas de acordo com a coerência ao tema, como é construída a imagem desta parcela da população e, entender como são elaboradas suas percepções, ou seja, entender os sentidos e representações acerca dele, pelo senso comum. Deste modo, analisar as relações existentes entre o gordo e a construção de sentidos pela sociedade, sobre o seu corpo, é entender a construção simbólica dessa realidade onde:

(...) o real apenas se constitui como realidade pela mediação da ordem simbólica, que lhe oferece consistência significativa, para que possa ser compartilhada por uma comunidade social determinada, dotada da mesma tradição histórica e lingüística. Isso implica em dizer que a realidade é uma constituição eminentemente intersubjetiva e simbólica, não existindo pois fora dos sujeitos coletivos e históricos, que são, ao mesmo tempo, os seus artífices, os seus suportes e os mediadores para sua transmissão (Birman, 1991, p.8).

Conforme demonstrou Rocha-Coutinho (1995), a construção do sujeito e de sua identidade é uma construção discursiva e, portanto, ideológica, onde várias agências, entre elas a mídia, e atores sociais trabalham para perpetuar esta ordem, “os discursos sociais constroem, refletem e, ao mesmo tempo, servem de suporte para os valores culturais dominantes em um tempo e grupo social determinados” (Rocha-Coutinho, 1995, p.51). Essa construção da subjetividade tornou-se, deste modo, na sociedade contemporânea, individualizada com o predomínio de uma ideologia individualista, fundamentada pela cultura do narcisismo, onde o indivíduo passa a ser o seu valor supremo, com um projeto do “eu” moderno voltado, cada vez mais, para dentro e para cuidar de si, passando a ser um indivíduo avesso a diferenças. O imaginário social da sociedade está permeado pela “cultura do narcisismo” “onde o desejo de onipotência é investido na busca do sucesso individual. Esse sistema de valores esbarra na realidade e cria uma situação de conflito para o Eu, cuja

preocupação maior passa a ser a sobrevivência psíquica” (Nasciutti & Nobrega, 1995, p.42).

## O corpo na história: um breve olhar

*“O CORPO SE TORNOU O LUGAR DA IDENTIDADE PESSOAL. SENTIR VERGONHA DO PRÓPRIO CORPO SERIA SENTIR VERGONHA DE SI MESMO (...) MAIS DO QUE AS IDENTIDADES SOCIAIS, MAIS CARAS OU PERSONAGENS ADOTADAS, MAIS ATÉ DO QUE AS IDÉIAS E CONVICÇÕES, FRÁGEIS E MANIPULADAS, O CORPO É A PRÓPRIA REALIDADE DA PESSOA. PORTANTO, JÁ NÃO EXISTE MAIS VIDA PRIVADA QUE NÃO SUPONHA O CORPO” (PROST, 1987, p.105).*

A construção dos sentidos e significados atribuídos ao corpo, na sociedade contemporânea, não se assemelha aos mesmos sentidos que apresentavam em épocas passadas. Assim, para se compreender como as atitudes e simbolismos em relação ao corpo foram construídos se faz necessária uma breve volta histórica. Pensar em corpo na atualidade nos remete à estética corporal, estética aqui utilizada como um termo repleto de percepções específicas, oriundas de informações que possuem, no corpo e no rosto humanos, objetos privilegiados deste tipo de percepção. (Nahoum-Grappe, 1991).

Os cânones da beleza feminina e o ideal de mulher sofreram transformações, desde o final da idade média até o termo da idade moderna. “De esbelta a roliça e de natural a pintada, a silhueta e o rosto femininos foram correspondendo às diferentes condições de dieta, de estatuto e de riqueza, dando origem a novos padrões de aparência e gosto, a novos ideais de beleza e de erotismo” (Grieco, 1991, p.81).

No período do renascimento, ao contrário da Idade Média, a beleza feminina ganha um novo valor. Agora esta é reconhecida como um reflexo, “um sinal exterior e visível de uma bondade interior e invisível”. A beleza física deve agora ser exteriorizada, não simbolizando mais um trunfo perigoso, mas antes um atributo necessário como preditor de um caráter moral e social. Passou a ser fundamental ter como atributo a beleza, que passa a ser uma obrigação, pois a fealdade era agora um indicador claro de uma

inferioridade social.

O corpo representava um espelho do íntimo de cada pessoa e que deveria ficar à mostra para todos. “A beleza seguia um determinado modelo, e as mulheres entregavam-se a grandes cuidados e despesas, para que a sua aparência se adequasse aos padrões, que se mantiveram praticamente inalterados nos primeiros tempos da idade moderna” (Grieco, 1991, p.85).

Segundo Grieco (1991), as mudanças começam a surgir principalmente na questão da higiene física e aparência pessoal, já no século XVI, quando então passam a dar maiores atenções às partes do corpo que se apresentavam descobertas, como o rosto e as mãos. A literatura da época já apontava para uma preocupação com a aparência e a forma física.

Livros sobre cosméticos e beleza feminina indicavam que as receitas por eles divulgadas eram, principalmente, para exercerem duas funções: a de corrigir defeitos e a de melhorar a natureza, principalmente do cabelo, rosto, pescoço, seios e mãos – as partes que não eram cobertas pelo vestuário.

Na Europa do século XVI, a relação do indivíduo com o corpo era caracterizada por um certo puritanismo e vergonha, em relação a sua aparência e sexualidade, ao mesmo tempo em que há um “culto da beleza” e uma redescoberta do nu, influenciado pelo renascimento italiano, há uma preferência pela perfeição física e espiritual. Neste período, o ideal de beleza física feminina é de um corpo mais roliço, de ancas largas e seios grandes, opondo-se ao ideal feminino da época medieval, caracterizado por um corpo estrito de ancas e de seios pequenos. No século XVI, a beleza feminina deveria, portanto, condizer com um modelo que era imposto, na maioria das vezes, pelos homens, que impunham assim de maneira implícita os seus critérios de beleza, e que continuou a impor nos séculos seguintes (Grieco, 1991).

A beleza, segundo Nahoum-Grappe (1991), passa a assumir um sentido social, representando uma possibilidade de intervenção social. “É uma máscara táctica, afivelada pelas mulheres em si próprias, de uma forma quase deliberada e trabalhada: quantas horas de maquiagem, quanto tempo de trabalho consagrados à produção

dessa máscara frágil, sempre provisória, que o tempo destrói irremediavelmente” (Nahoum-Grappe, 1991, p.133). Deste modo, é que a beleza passa a ser dentro do contexto simbólico, um meio, ainda que precário, de “ação social”, quando os meios formais sejam os jurídicos, culturais, econômicos e políticos se tornam difíceis para as mulheres. É então construída, culturalmente, tecnológica e socialmente, a beleza feminina, pois quando a mulher é olhada, ela pode, finalmente, falar.

Tal padrão de corpo irá prevalecer até finais do século XVIII, quando ocorre, então, uma mudança do padrão de estética física, concomitante a uma mudança nos hábitos alimentares (Grieco, 1991). Nos séculos XVI e XVII, a culinária européia é marcada por uso nas preparações de manteiga, da nata e dos doces. A gordura, enquanto alimento e enquanto constituinte do corpo, era até então percebida como algo saudável, uma característica atribuída aos ricos, enquanto a magreza, ao contrário, era um sinal de falta de saúde, de pouca beleza e principalmente sinal de pobreza.

Não admira que as mulheres das classes superiores procurassem distinguir-se das suas irmãs menos afortunadas, cultivando grandes superfícies de carne leitosa, em contaste com as figuras morenas, pálidas e magras daquelas mulheres cujas vidas difíceis não só as tornavam feias, aos olhos dos seus contemporâneos, mas também prematuramente envelhecidas (Grieco, 1991, p.82).

Porém, no século XVIII, o que ocorre é uma mudança na percepção da gordura, seja nos ingredientes e preparações ou como componente do corpo. O que se registra é uma mudança na estética feminina, um gosto pré-romântico pela graça e pela simplicidade, traduzida principalmente por uma figura esguia e lânguida, que simbolizava uma delicadeza de sentimentos e uma sensibilidade expressos pela sua fisionomia que, deste modo, ditaram o tom para o padrão de beleza feminina no início do século XIX e ao conceito romântico de feminilidade (Grieco, 1991).

No século XIX, há uma redefinição do campo político, a



sociedade civil se apresenta com uma consistência particular, há agora uma distinção entre público e privado, há uma tentativa em estabelecer uma equivalência entre as esferas e os sexos.

No início do século XX, o estatuto do corpo continuava a depender do meio social. Os trabalhadores valorizavam a força física, o vigor e a resistência, em contraposição, a burguesia mantinha uma atitude mais estética, portanto, a aparência física tinha uma representação social importante, porém, não se mostrava o corpo. No entreguerra (1918 – 1938), dá-se início à exposição do corpo. Este período representa para a burguesia uma época de liberação do corpo onde é travada uma outra relação entre o físico e as roupas. Não há mais lugar para roupas que escondam os corpos, a mudança é ainda mais visível em relação ao vestuário feminino. Saem as cintas e corpetes, entram em cena as calcinhas e sutiãs. As roupas se encurtam, as pernas são valorizadas pelas meias.

O uso de tecido mais macio possibilitava entrever de maneira discreta as linhas do corpo. Agora a aparência física passa a depender mais do corpo, sendo, portanto, necessário cuidar dele. As revistas femininas na década de trinta, como a **Marie Claire**, passam a alertar as mulheres para tais cuidados, elas agora devem se preocupar claramente em serem sedutoras, uma nova seção é então criada: a da ginástica diária.

A dietética começa então a despontar como um elemento chave para se obter ou manter a forma desejada. Muitos alimentos são então abolidos dos cardápios, pois são apontados como causadores de males à saúde e à forma física. Ao açúcar ficam atribuídos a obesidade, o diabetes, a hipertensão, doenças cardiovasculares, cáries. Em contraposição, as carnes grelhadas, saladas, legumes, frutas frescas e laticínios são recomendados. Os meios de comunicação desempenham aqui importante papel como “intimidador à magreza”. Os produtos dietéticos passam a desempenhar papel principal nesse esforço para a manutenção de um corpo esguio, sem barriga. Era necessário estar atendo aos sinais do corpo. Para o homem ter barriga, há muito já não era mais sinal de respeitabilidade, e sim uma mostra visível de desleixo, era uma ameaça, e ser obeso era um pavor (Vincent, 1987).

“Ter barriga já não é sinal de respeitabilidade, para o homem, e sim mostra de desleixo (...)” (Prost, 1987, p.97). Portanto, será o fator comercial, mais do que o higienista, o maior responsável pela divulgação de novos hábitos do corpo. E será na metade da década de 60 que hábitos como dietética, asseio e a cultura física irão se generalizar, agora é necessário manter a beleza e juventude, outro marco do século XX, sendo deste modo que a cosmética terá também lugar de destaque, principalmente por ter ao seu lado aparentemente o rigor científico e o feitiço da propaganda. A velhice deixa de ser uma virtude, a norma social dita a aparência jovem, há uma comunhão entre personalidade e corpo, ser o que é se confunde com o permanecer jovem (Prost, 1987).

Assim, a magreza se torna em um ideal feminino moderno. Passa a ser representada e glorificada como um sinal externo de sucesso. As mulheres em todo o mundo ocidental passam a ter uma obsessão por uma imagem corporal esbelta (Higonnet, 1991). O corpo, enfatiza a autora, é agora estereotipado e estampado diariamente nas revistas, a beleza é um valor inerente ao feminino; magro, branco e de classe média: “como podem os corpos gordos, de cor, pobres, ser representados sem se cair em estereótipos negativos e sem jogar com os preconceitos do leitor” (Higonnet, 1991, p.419).

## **Os sentidos do corpo na contemporaneidade**

O corpo é um objeto privilegiado de se entenderem as conexões presentes entre a ordem social e biológica, expressando as relações existentes entre o indivíduo e a sociedade. O corpo pode, deste modo, desempenhar diferentes funções, variando de acordo com a cultura. O corpo, como salientou Sarti (2001), é então “feito”, “produzido” em cultura e em sociedade, definindo-se de acordo com as regras do mundo social em que está inserido. Conforme destacou Boltanski, o corpo é:

como um objeto cuja posse marca o lugar do indivíduo na hierarquia das classes, pela sua cor (descorada ou bronzeada), textura (flácida e mole ou firme e musculosa), pelo volume (gordo ou magro, rechonchudo ou esbelto),

pela amplitude, forma ou velocidade de seus deslocamentos no espaço (desajeitado ou gracioso) é um sinal de status – talvez o mais íntimo e daí o mais importante – cujo resultado simbólico é tão maior, pois, como tal, nunca é dissociado da pessoa que o habita (Boltanski, 1979/1984, p.183).

A maneira como o indivíduo lida, sente e percebe o seu corpo reflete uma realidade coletiva, conseqüentemente, o corpo, antes de tudo, passa a existir e ter um sentido dentro de um contexto social, que o constrói, sendo-lhe atribuídas representações, constituídas de sentidos, imagens e significados dentro de um universo simbólico, tornando-se um fato cultural.

Entender o corpo gordo é primeiramente entender a sua construção social, construção esta que, muitas vezes, nos escapa, surgindo então como algo naturalmente dado. A noção de corpo enquanto linguagem, culturalmente adquirida, inserido num universo simbólico, pode muitas vezes nos esquivar. Marcel Mauss, em seu clássico estudo sobre **As técnicas corporais** (1921/1974), demonstrou a presença do social nas menores e mais básicas das ações corporais como, por exemplo, o andar; as forças sociais estariam, deste modo, presentes no corpo físico.

Pensar a questão do corpo gordo na contemporaneidade é principalmente pensar como este é apreendido pela cultura ocidental. Cultura entendida como um sistema de comunicação, onde a simbolização seria por onde a vida social se processaria. “Toda a vida em sociedade baseia-se na possibilidade de simbolização e na existência de códigos culturais” (Velho, 1987, p.105). Situar, deste modo, a noção de cultura, nos permite apreender, a “produção simbólica” e os “sistemas de símbolos” presentes nas representações e no papel destinado ao gordo na sociedade ocidental, relativizando o papel do biológico.

Na cultura da Idade Média, por exemplo, corpo e alma não eram dissociados. O corpo não tinha sentido, se pensado de maneira individual, ele existia dentro de um corpo social; era um corpo expansivo, um corpo aberto aos seus sentidos e os alheios.

(Rodrigues, 2001). Na cultura da atualidade marcada por valores dominantes como competição, consumismo, o corpo é um corpo pautado no individualismo, “contido pela musculatura”, é um “corpo mercadoria”, um “corpo-aparência”, um “corpo-ferramenta”, um “corpo-consumidor”, um corpo com função de promoção social, que pode trazer um retorno, um corpo que deve expressar saúde<sup>5</sup>, saúde que se torna século XXI, como escreveu Sfez (1996), uma utopia, um projeto de caráter universal denominado de a “Grande Saúde”.

Partindo dessa concepção, o gordo passa a ter um corpo visivelmente sem comedimento, sem saúde, um corpo estigmatizado pelo desvio, o desvio pelo excesso. É um corpo que viola a norma, a lei vigente na vida social, que passa a existir, sempre em um estado desviante, frente a uma norma social, corporal e psíquica (Chauvenett, 1991). O indivíduo que passa a ter “uns quilinhos a mais”, apresenta um atributo que o torna diferente de outros, sendo considerado uma pessoa com uma característica que o marca negativamente, passa a ser uma pessoa que carrega um “estigma”, conceito desenvolvido por Goffman (1963/1988) que o define como:

(...) um atributo que o torna (o estranho) diferente dos outros que se encontram numa categoria em que pudesse ser incluído, sendo, até, de uma espécie menos desejável – num caso extremo, uma pessoa completamente má, perigosa ou fraca. Assim, deixamos de considerá-lo criatura comum e total, reduzindo-o a uma pessoa estragada e diminuída. Tal característica é um estigma, especialmente quando o seu efeito de descrédito é muito grande – algumas vezes ele também é considerado um defeito, uma fraqueza, uma desvantagem (...) (Goffman, 1963/1988, p.12).

A obsessão em se alcançar um corpo magro, como se através dele fosse possível encontrar o equilíbrio, a felicidade, ou ao menos, externamente teríamos a imagem de uma pessoa feliz, traz à tona também a questão de uma imposição de um tipo ideal de corpo que, na maioria das vezes, é inatingível e que relega à periferia da sociedade as pessoas que não partem nesta busca e acabam sendo tidas como desviantes. A noção de “desvio” elaborada por Becker

(1966) reside no fato de que as regras sobre o comportamento desviante são ditadas pela sociedade, por grupos sociais que estabelecem regras, julgamentos e sanções a partir de suas posições e cuja infração constitui um desvio, e as pessoas que transgridem tais regras são marcadas como *outsiders*.

Portanto, ao se trabalhar com a questão do gordo, é necessário, primeiramente, entender o lugar do sujeito, marcado pela condição pós-moderna, para então entender como foi criada essa conotação pejorativa do ser gordo pela sociedade. A sociedade contemporânea, impõe aos indivíduos, o que Morgan e Azevedo (1998) chamaram de uma “pressão cultural para emagrecer”, gerando um pavor doentio de engordar. O controle do corpo se transformou em uma questão de boas maneiras, visto que este é agora entendido como o símbolo da própria felicidade, sendo principalmente um resultado, um cartaz de como o sujeito é internamente (Buckner, 2002). A idéia de que ao se alcançar a magreza e estar em boa forma física a pessoa obterá sucesso na profissão, nos relacionamentos sociais e amorosos surge nas matérias publicadas pela mídia, reiterado pelos discursos legitimadores de especialistas das mais diversas áreas:

Jornal do Brasil - Em que muda a sexualidade de uma pessoa depois que ela emagrece?”.

Dr. Alberto Serfaty - É fantástico. As pessoas se descobrem, se expõem mais, transam mais. A gordura funciona como uma armadura em que a pessoa se esconde. Se dentro da armadura não acontece nada de ruim, também não acontece nada de bom. A vida existe para se viver, e a pior coisa é não acontecer nada“. (Dr. Alberto Serfaty, médico e nutrólogo).<sup>6</sup>

Esta insatisfação com a imagem corporal é influenciada pelo “ideal cultural de magreza” e que tem, como conseqüência, uma adesão por parte, principalmente das mulheres, em dietas, cada vez mais cedo. Instaurou-se uma verdadeira insatisfação com o corpo.

Sentimentos de baixa auto-estima correm paralelos à constante insatisfação com a forma corporal, ou seja, a auto-estima depende da eficiência de seus métodos para

alcançar o corpo desejado. Tudo funciona como se os outros valores pessoais não existissem ou fossem secundários, pois só conseguem se sentir socialmente aceitos se estiverem fisicamente dentro dos padrões desejados pela sociedade (Azevedo & Abuchaim, 1998, p.35).

Deste modo, a negação e insatisfação com o próprio corpo traduz um mal-estar interiorizado de “uma ruptura entre si e o que se exige de si”, revelando insatisfações permanentes, uma tradução da opressão social que surge mesmo quando apenas o indivíduo e o espelho estão em cena (Goffman, 1963/1988). Tal sentimento é posto em relevo nesta passagem da matéria, publicada pela Folha de São Paulo: “Os amigos e familiares dizem que ela ‘está ótima’, mas isso não a convence. - Sempre acho que preciso perder um pouquinho aqui, um pouquinho ali (...)” (Maria Helena que mede 1m65 e pesa 55 kg).<sup>7</sup>

A busca tão presente nas sociedades ocidentais por uma imagem exterior ideal fez surgir a noção de que o corpo agora é “maleável”, negando “a particularidade do corpo de cada um”. (Morgan e Azevedo, 1998, p. 88). “O médico tira pequenas quantidades (de gordura) em determinadas partes e acrescenta em outras, fazendo a lipoescultura e conseguindo um melhor aspecto estético, ao modelar o corpo” (Antonietta Ramos, jornalista)<sup>8</sup> ou “Com tanto recursos (...) é obrigatório ser lindo, magro, saudável” (jornalista)<sup>9</sup>.

O corpo é uma “medida de desempenho do indivíduo” e, mais do que isso, passa a revelar a busca pela perfeição, em uma sociedade pautada pelo narcisismo. A “imagem do corpo ideal é acompanhada de conotações simbólicas de sucesso, autocontrole, autodisciplina, liberação sexual, classe e competência. O fracasso em atingir este ideal passa a ser equacionado com falta de força de vontade, preguiça e fraqueza” (Morgan & Azevedo, 1998, p.89). O ideal de beleza surge como uma receita de bolo:

A altura tem de ficar entre 1, 75 e 1,80 metro: os quadris, de 88 a 90 centímetros (os melhores são os de Naomi Campbell). A personalidade deve ser forte como a de

Cindy Crawford (...). Para o busto, o ideal é ter as medidas entre 85 e 90 centímetros, com um formato parecido com o de Stephanie Seymour; Karen Mulder é paradigma de cintura – entre 60 e 65 centímetros. As pernas têm de ser longilíneas, de 1,10 metro, como as de Nadja Auermann (...). Ah, o traseiro! Precisa ser rígido e firme como os de Naomi Campbell (Liliana Gomes, *Caça-talento* da agência Elite).<sup>10</sup>

## **Sujeito, mídia e elaboração de sentidos**

A sociedade contemporânea está amplamente marcada pela globalização e a sua lógica de mercado. De acordo com Giddens (1991), a globalização é um movimento que acaba por transformar os espaços locais, e que, ao alterar a vida cotidiana dos indivíduos, acaba por gerar uma alteração na existência do sujeito.

Segundo Hall (1992/2002), com o final do século XX, testemunhamos uma “crise de identidade” do indivíduo, devido à existência de uma mudança estrutural nas sociedades modernas, que acabou por fragmentar as paisagens culturais de classe, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que nos forneciam “sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a idéia que temos de nós próprios como sujeitos integrados” (Hall, 1992/2002, p.9), acarretando em um deslocamento ou “descentração” do sujeito de seu lugar no mundo social e cultural, significando em uma perda de um “sentido de si”.

De acordo com Andrade e Bosi (2003), estamos vivenciando uma “fragmentação simbólica” oriunda de processos impostos pela globalização, somada a uma perda de valores culturais essenciais para a construção de subjetividades.

A importação de modelos globais, em todas as dimensões da vida humana, pulveriza a dimensão simbólica, de forma violenta, transformando os modos de produção, de hábitos, de valores, e outros, promovendo um desenraizamento cultural, gerando um mundo de incertezas e de riscos produzidos, o qual se desdobra na

perda da liberdade e da identidade humana (Andrade & Bossi, 2003, p.1).

Conforme apontou Guattari (1990), houve um esfacelamento de subjetividades ancoradas pelas formas de produção da vida moderna, pelas rápidas transformações técnico-científicas e pelos avanços dos meios de comunicação, os quais engendram, no cotidiano, formas cada vez mais expropriadas de si, através do ritmo frenético imposto pelo modo imperialista do capitalismo mundializado. Observa-se o abandono progressivo de uma economia voltada para a produção de bens de consumo e serviços, em favor da produção de imagens, símbolos e sintaxes, por intermédio, especialmente, do controle que exerce sobre a publicidade e as sondagens, alienando, massificando e normalizando o modelo global.

Ao se trabalhar com a imprensa escrita, temos, portanto, a oportunidade de trabalhar com uma prática discursiva de grande importância

não apenas pela circulação de idéias, argumentos, interpretações e posicionamentos, mas principalmente pela ampliação dos conteúdos disponíveis às pessoas em seus cotidianos, contribuindo tanto para a familiarização de alguns sentidos quanto para a construção de outros (Nascimento, 2002, p.42).

Sendo assim, através da análise de notícias publicadas na mídia é possível perceber as “categorias de pensamento” que expressam uma dada realidade, pois uma simples narrativa, conforme demonstrou Bourdieu (1997) “*implica sempre uma construção social da realidade capaz de exercer efeitos sociais de mobilização (ou de desmobilização)*” (Bourdieu, 1997, p.28), e como salientaram Guareschi e Jovchelovitch (1994), nas sociedades complexas a comunicação é cada vez mais mediada pelos “canais de comunicação de massa”, onde as representações e símbolos são a substância “sobre as quais ações são definidas e o poder é – ou não – exercido” (Guareschi & Jovchelovitch 1994, p.20).

Bourdieu (1997), em sua análise sobre a televisão, salientou a



existência de uma “censura invisível” que é imposta pelos meios de comunicação e que expressam, primeiramente, uma censura econômica permeada pela lógica da concorrência, do furo, da procura pelo extraordinário, o que acaba por fazer com que os jornalistas estejam sempre lendo-se e vendo-se constantemente, onde se faz necessário saber primeiro o que outros disseram, para então saber o que dizer, seria o chamado “jogo do espelho”. A busca pelo inédito, acaba por gerar uma “homogeneidade dos produtos propostos”. A mídia tem, portanto, um papel fundamental na construção e divulgação de uma realidade homogênea, visto que tem um poder de evocação, de fazer existir representações e idéias sobre um determinado grupo (Bourdieu, 1997).

Fazendo um paralelo com a conclusão de Moraes e Carrara (1985) sobre a inclusão, através da imprensa, da discussão da AIDS em vários domínios, como o moral, o religioso, o mesmo ocorre em relação ao tema em questão, visto que, através dos discursos, se observa a mistura de declarações de especialistas, médicos, psicólogos, nutricionistas, e do próprio sujeito, o que acaba por fazer com que a discussão abranja vários domínios como o social, médico, moral etc.

Assim, o gordo, ao ganhar visibilidade nas páginas de jornais e revistas, ao virar notícia, ao ser trabalhado pelos canais de comunicação, deixa de ser um evento médico, para se transformar em um acontecimento, em um fato socializado (Luz, 1986).

## O gordo nas páginas de jornais e revistas

*“FIZERAM UMA PESQUISA NA UNIVERSIDADE DA CALIFÓRNIA E COLOCARAM 50 TIPOS DE PESSOAS: ASSASSINO, LADRÃO, TRAFICANTE, GORDO, BAIXINHO ETC. PERGUNTARAM A MIL MULHERES COM QUAL SE CASARIAM. O GORDO FOI O ÚLTIMO A SER ESCOLHIDO” (DR. ALBERTO SERFATY).<sup>11</sup>*

Ao lermos as notícias, uma primeira questão se faz presente: de quem se fala quando nos referimos a pessoa gorda? Que pessoas são classificadas como gordas pelas matérias dos jornais? Que critérios seriam utilizados para definir quem é gordo? Através de reportagens e das falas dos sujeitos, é possível apreender vários

critérios para definir quem é gordo.

É possível observar que as definições permeiam uma amplitude de significados que vai desde o manequim vestido pelas pessoas: “As gordinhas – no caso quem veste manequim 44 em diante”<sup>12</sup>, “Aos 10 anos, ela pesava 56 quilos e vestia manequim 44, de adulto”<sup>13</sup>, até as imagens suscitadas através da divulgação dos peso e altura do indivíduo, deixando que o leitor visualize o gordo, por exemplo: “o gordo de 160 quilos”<sup>14</sup>; “o adolescente que pesa 91 quilos, mede 1, 80”<sup>15</sup>; “a ex-gorda que perdeu 55 de seus 110 quilos”.<sup>16</sup> Em outros casos, estampam nas reportagens as fotografias dos gordos em questão com legendas nas fotos: “Cleusa, que come compulsivamente quando tem crise”<sup>17</sup> ou então foto dos agora ex-gordos com o antes e o depois e os dizeres sempre evocando a recompensa pela perda de peso: “Avelino Júnior perdeu 23 quilos e pode agora realizar o seu grande sonho de se tornar zagueiro (...); antes, quando era gordo, não conseguia jogar por excesso de contusões nos joelhos e nos tornozelos”<sup>18</sup> ou “Ana Maria: menos 20 quilos e vida nova”.<sup>19</sup>

A idéia da existência de um “peso extra” em contraposição a um peso denominado de “normal” surge como unânime, e pode ser definida nesta frase: “Sempre houve uma gorda dentro de mim. Uma mulher espaçosa prestes a explodir em quilos a mais” (O.E.A., escritora com 95 quilos).<sup>20</sup>

A imagem de que o gordo seria uma pessoa desajustada socialmente, com um vazio que procura preencher com a comida, se torna evidente ao longo das notícias: “Todo gordo é ansioso. Tem um vazio na alma que tenta preencher com a comida” (Fernanda Fernandes, gerente-geral dos Vigilantes do Peso)<sup>21</sup> ou “Eu já vou para a geladeira aos prantos. Sei que não vou conseguir parar. Sinto um enorme vazio e, quanto mais eu como, mais me sinto vazia – desabafa” (Bianca Barbosa, 22, estudante).<sup>22</sup> “Hebranko confessa que seu erro foi não tratar os problemas psicológicos que tinha e, que segundo ele, foram o que deflagrou seu aumento de peso. - Quando começo a comer, não consigo parar, disse”<sup>23</sup>, ou “Antes (sua irmã), era linda, mas, depois de uma decepção amorosa, engordou desenfreadamente e quem engorda começa a deixar de ser amado”. (Sônia Guerreiro, ex-modelo).<sup>24</sup> Tais imagens acabam por reforçar

uma representação e construção de uma imagem socialmente negativa desta parcela da população.

Em um anúncio do composto alimentar Sanavita, usado como auxiliar na dieta para emagrecer, foram utilizados fotos com versões da boneca *Barbie* gorda; velas de bolo em forma de noivos roliços e bonecos luminosos dos sinais de trânsito rechonchudos, acompanhadas do *slogan* “O mundo nunca vai ser assim. Emagreça com Sanavita”.<sup>25</sup> A propaganda tinha a intenção de atingir um público de gordinhos ávido por emagrecer, segundo o presidente da agência publicitária F/Nazca, Fábio Fernandes, responsável pela campanha, acredita que o mundo nunca vai ser assim e ponto, final? Não para o grupo de gordos intitulado *Fat Power*, que se uniram através da internet para protestar contra a propaganda, que, segundo eles, é digno de indignação, alegando que: “O slogan é chocante. O mundo não é uma categoria só. É também dos gordos, dos negros, dos anos. Merecemos respeito” (Hilda de Assis, guia de turismo).<sup>26</sup>

Em uma outra reportagem, a Revista *Veja*<sup>27</sup> abordou a questão da presença em grande quantidade no cardápio norte-americano, de gorduras e que esta foi considerada a grande vilã para o aumento de peso dos americanos, desde o final da década de 50. “Nos Estados Unidos, nós não tememos mais a Deus nem os comunistas, Nós só tememos a gordura” (Dr. David Kritchevsky). Prosseguindo, a mesma reportagem estampava a foto de uma mulher, negra e gorda segurando um cartaz com os dizeres “We love NY, Doesn’t NY love us?” (Nós amamos Nova York, e Nova York nos ama?). Expondo de maneira contundente os sentimentos acerca dos gordos nas sociedades contemporâneas, como se a mesma gordura presente na dieta alimentar ao se tornar visível nos corpos das pessoas, acaba por gerar o mesmo tipo de sentimento e repulsa.

As reportagens, tanto nos jornais como nas revistas, parecem seguir um padrão que é o de tentar ser um veículo de informações, trazendo as descobertas e palavras de especialistas sobre o assunto em questão: “De qualquer forma, estar fora do peso ideal, independente de vaidades, requer, em muitos casos, cuidados médicos. Às vezes, por trás de alguns inocentes quilinhos a mais, pode estar escondida alguma grave patologia”<sup>28</sup>.

Como demonstrou Rocha-Coutinho (1995), a mídia, enquanto produtora de um discurso social, está longe de ser neutra e acaba por (re) produzir, refletir e reforçar imagens existentes na sociedade em um momento histórico particular. Sendo assim, ao final das reportagens, é possível perceber que estas acabam por reforçar, sempre baseado em falas ou resultados de pesquisas, um tipo de estilo de vida tido como saudável, através de um “poder normalizador” denominado por Foucault (1985) que expressa a disciplinarização, a naturalização do sujeito, do seu corpo, cuja função é adestrar e criar formas de comportamento e de indivíduo, regulando os aspectos morais. É esse “bio-poder” que intervém e controla o corpo de modo a torná-lo produtivo, se propondo a gerir a vida da população, a partir da construção de um discurso legítimo sobre a identidade do sujeito baseado em suas características biológicas.

É bom lembrar que a autocrítica, quando sem exageros, não faz mal a ninguém, e a dedicação aos esportes pode resumir-se apenas à vontade de superar-se e aos adversários. A vaidade e os cuidados pessoais, assim como o controle das calorias e os exercícios da academia, também não prejudicam – pelo contrário, melhoram a saúde e a auto-estima. E é preciso ter sempre em mente que ninguém é mesmo perfeito”.<sup>29</sup> ou então “A industrial Maria Claudete (...) é um exemplo de que o desejo de emagrecer e ter uma vida mais saudável supera distâncias.”<sup>30</sup>

O corpo deve ser um corpo saudável, conseqüentemente, um corpo comedido. Conforme apontou Luz (2003), a noção de **comedimento** (grifo original) torna-se de extrema importância para se pensar a representação de saúde dominante na cultura contemporânea. É a idéia de contenção, seja no modo do agir, no comportar-se ou no controlar-se, o excesso é visto como um risco à saúde. Dentro dessa perspectiva, ao indivíduo cabe a responsabilidade pelo seu adoecer, visto que a doença seria o resultado dos excessos cometidos pelo doente, particularmente os ligados à alimentação e à ingestão de bebida alcoólica (Camargo Jr., 1997). “No seu aspecto positivo, a criação de um padrão mais

exigente de beleza serviu para estimular as pessoas normais a adotar hábitos muito mais adequados<sup>31</sup> ou “A pessoa tem que mudar sua dieta. Uma vez desintoxicado, o próprio corpo rejeita os alimentos nocivos à saúde. Quando a pessoa comer além do necessário, vai se sentir empanturrada”.<sup>32</sup>

A idéia de que o sujeito deve exercitar-se, cuidar-se e que deve controlar o seu peso e assim sua saúde, adotando uma rotina saudável, faz entrever o ideal de corpo: “é possível ter uma boa tonicidade muscular, diminuir o percentual de gordura e aumentar a massa corporal magra através da prática regular de atividade física, associada a uma reeducação alimentar” (Fernando Beja, do professor e coordenador da academia Universidade do corpo).<sup>33</sup>

A existência desse fisioculturismo moderno tem o seu surgimento na década de 70. Como demonstrou Luz (2003), este tem origem nos Estados Unidos, com a campanha de prevenção das doenças coronarianas, impondo a idéia do “mover-se” ou “exercitar-se”, como medida preventiva do envelhecimento das veias e artérias. No Brasil, tais valores “fincados no solo da ordem médica” são representados pela campanha do “mexa-se”. Nos anos 80, prossegue a autora, o fitness chega ao Brasil, importado dos Estados Unidos, como forma de combate à obesidade. Àqueles que não conseguirem ficar em forma, fica o estigma de um derrotado. “Mas dizer que as pessoas não são capazes de perder peso ou pelo menos de mantê-lo é coisa de derrotista” (Dr. Xavier Pi-Sunyer).<sup>34</sup>

Essa discussão sobre a preocupação em “ter saúde”, e a sua relação com o peso, surge em algumas notícias analisadas. “Fazemos esporte, temos um bom preparo físico e boa saúde. Para que emagrecer?” (Lu, malabarista e que veste manequim 46)<sup>35</sup> e a de que a obsessão por emagrecer não revela um cuidado com a saúde, simplesmente atende a um apelo da estética: “Luisa, 39, técnica de laboratório que mede 1m59, e pesa 64 kg, mas quer chegar aos 63 kg e admite que é muito preocupada com a estética e deixa de lado sua saúde, e já chegou, em nome da estética, a deixar de comer”.<sup>36</sup>

Outro ponto importante que nos chama atenção, ao analisarmos as matérias da mídia escrita, é o surgimento dos chamados **ex-gordos** (grifo nosso) aqueles que “alcançaram a plenitude desejada por todo gordo: ser e permanecer magro”<sup>37</sup>, que

fazem questão de ressaltar, nos seus discursos, as mudanças maravilhosas que ocorreram em suas vidas, após perderem o excesso de gordura, seja através de dieta, operações plásticas etc., conquistando uma auto-estima associada a um reconhecimento social.

Teresa Cristina Vieira, 38 anos, nasceu de novo. “- Logo que acordei da anestesia, eu me senti diferente. Ainda na clínica, quando entrei numa cinta modeladora tamanho 44, foi uma realização, diz ela que com apenas 1, 62 metro chegou a usar roupas de manequim 50 antes da cirurgia. O visual pós-operatório foi complementado por um corte nos cabelos, que ficaram mais curtos, modernos e ainda ganharam uma coloração ruiva. – Passei a me olhar no espelho com prazer e todo mundo fala que estou ótima. Só recebo elogios, diz. Com o incentivo, a advogada passou até a usar biquíni”.<sup>38</sup>

Os **ex-gordos** corroboram com a visão estigmatizante sobre os gordos, fazendo surgir uma verdadeira “luta de classificação” pautada por uma imposição de certos sentidos e de diferenciação (Bourdieu, 1989/2002). “Já Eduardo Guines passou mal com fórmulas manipuladas, mas disse que o erro não é dos médicos, mas dos gordos que querem milagres em vez de terem força de vontade”.<sup>39</sup>

Através das falas dos gordos ou dos **ex-gordos**, é possível perceber como suas imagens evocavam comparações inclusive com os animais, reforçando uma imagem socialmente pejorativa: “A estudante Paula Pastore, de 17 anos, que pesava 63 quilos e carregava o apelido de baleia gorda desesperou-se a tal ponto, que passou a alimentar-se exclusivamente com três copos de água batida com produtos dietéticos”.<sup>40</sup> “- Sempre me chamavam de baleia, jamanta, elefante, baiacu, apelidos que me fizeram passar noites em claro, chorando de tristeza e desgosto. Mas quando fiquei presa por horas na roleta, à espera de socorro, exposta ao público como uma espécie de monstruosidade, decidi ali, naquele instante, que seria definitivamente mulher magra. Não queria mais aquela vida. – desabafa” (Marisa Palermo, escritora, perdeu 55 de seus 110 quilos).<sup>41</sup>

## Considerações finais

*“ESTE É UM MUNDO PARA HOMENS MAGROS. QUANDO PERDI PESO ERA UM HOMEM POPULAR E FAZIA EXERCÍCIOS” (MICHAEL HEBRANKO, CONSIDERADO O HOMEM MAIS PESADO DO MUNDO).*<sup>42</sup>

Em 2000 a cidade de São Francisco na Califórnia/ EUA, criou uma lei de proteção aos gordos<sup>43</sup>, passando a assegurar a esta parcela da população o direito legal de ir e vir. Isso se deu porque, no ano de 1999, uma parte da população classificada como obesa, pela biomedicina, se sentiu moralmente atingida com outdoors jocosos que faziam parte da campanha publicitária de uma academia de ginástica americana. “Quando eles chegarem comerão os gordos primeiro”<sup>45</sup> com ilustrações de alienígenas famintos, era o título do anúncio da rede de academias 24 Hour Fitness, exposto pelas ruas de São Francisco. O objetivo era o de incentivar gordinhos a entrarem para a academia.

Tal anúncio deu início a um movimento de protesto por parte “de 30 gordinhos rebeldes” que foram às ruas dizendo-se vítimas de conspiração. O protesto foi organizado pela escritora Marilyn Wann, criadora do jornal alternativo *Fat! So?* (Gordo! e Daí?) que encabeça a luta pelo direito do gordo de ser feliz e viver em paz com o seu corpo, sem ter que passar por opressões para ser magro e só assim ser aceito socialmente.

“Marylin Wann, tem 32 anos, 1,64 metro de altura e 120 quilos”. É assim que a revista *Veja* de 10/02/1999 inicia a sua reportagem com Marylin Wann, que ganhou notoriedade nos EUA chamando atenção para o fato dos gordos americanos estarem sendo submetidos a preconceitos. Criticando o que ela considera a ditadura da magreza, Marylin briga pelo direito dos gordos de serem gordos, sem se sentirem infelizes, denunciando o tratamento que a sociedade vem dispensando ao gordo, num país em que dois terços da população é classificada como obesa. Para ela, a sociedade moderna tem dificuldades em aceitar que uma pessoa possa ser gorda feliz e saudável. Seria a opressão contra o corpo gordo, imperando o corpo magro como necessidade fundamental para uma pessoa ter existência, sentido social:

Acho preocupante tomar um remédio (xenical) para ser

aceito socialmente (...) Faz parte da vida social criar opressão. Foi assim com os negros e gays, que durante anos e anos tiveram que ouvir discursos, inclusive supostamente científicos, falando sobre sua inadequação ou inferioridade. Diversos movimentos civis lutaram e lutam ainda hoje para quebrar esse sistemas (...) É um absurdo que tanta gente concorde em ficar se sentindo mal. Seria muito mais simples se cada um gostasse de si mesmo do jeito que é (...) Mas se você é gordo, a culpa é sua. (Revista Veja – 10/02/1999).

A cultura contemporânea valoriza tanto a magreza, legitimada principalmente pelo discurso da biomedicina, que transforma a gordura em um símbolo de falência moral, com sérias conseqüências para a subjetividade dos que não se adaptam a esse ideal de corpo. Para muitos desses, a norma que os atira ao gueto de uma repulsa geral torna-se um peso, na alma, um refluxo sobre si mesmo de um corpo recusado.

## Notas

1 “Gorda sim, e daí?”. (Revista Veja, 10/02/1999).

2 Não trabalhamos no artigo com o termo *obeso*, que diferentemente da categoria *gordo*, é um termo definido segundo critérios da biomedicina.

3 “O Medo da Balança”. (Revista Veja, 04/02/1998).

4 A matérias analisadas neste artigo pertencem ao arquivo particular da autora Sudo, N. que consta com notícias publicadas desde 1995, sobre temas ligados direta ou indiretamente à questão do corpo gordo

5 A concepção de saúde é compreendida, neste trabalho, de acordo com a ordem biomédica de “normalidade/ patologia” que ainda é hegemônica e serve como referencial na cultura ocidental.

6 “O obeso é uma vítima do metabolsimo”. (Jornal do Brasil, 30/08/1998).

7 “Mulheres não entram em acordo com a balança”. (Folha de São



Paulo, 11/07/1999).

8 “Um tratamento que promete eliminar a celulite”. (Jornal do Brasil, 24/01/1999).

9 “A vitória sobre o espelho”. (Revista Veja, 23/08/1995).

10 “A vitória sobre o espelho”. (Revista Veja, 23/08/1995).

11 “O obeso é uma vítima do metabolismo”. (Jornal do Brasil, 30/08/1998).

12 “Mercado fechado para manequins acima de 44”. (O Globo, 16/12/2001).

13 “Dieta reduz gula compulsiva”. (Jornal do Brasil, 14/04/1996).

14 “Uma dieta sem balança e com mais alimentos”. (O Globo, 11/04/1999).

15 “Geração hambúrguer estoura balança”. (Jornal do Brasil, 12/09/1999).

16 “A luta de quem não consegue vencer a obesidade”. (O Globo, 24/01/1999).

17 “Compulsivo troca shopping por padaria”. (Folha de São Paulo, 27/07/1998).

18 “A luta de quem não consegue vencer a obesidade”. (O Globo, 24/01/1999).

19 “A luta de quem não consegue vencer a obesidade”. (O Globo, 24/01/1999).

20 “Uma transa estressante”. (O Globo, 19/01/2003).

21 “Loucura por comida”. (Jornal do Brasil, 01/03/1998).

22 “Loucura por comida”. (Jornal do Brasil, 01/03/1998).

23 “O drama de um peso pesado”. (Jornal do Brasil, 18/05/1996).

24 “A vitória sobre o espelho”. (Revista Veja, 23/08/1995).

25 “Vigilantes do slogan”. (Revista Época, 29/11/1999).

26 “Vigilantes do slogan”. (Revista Época, 29/11/1999).

27 “Uma discussão que começa”. (Revista Veja, 11/04/2001).

28 “Universidade inaugura laboratório de nutrição”. (Jornal do Brasil, 05/05/1996).

- 29 “O mais que perfeito”. (Revista Veja, 22/11/2000).
- 30 “Dieta reduz gula compulsiva”. (Jornal do Brasil, 14/04/1996).
- 31 “A vitória sobre o espelho”. (Revista Veja, 23/08/1995).
- 32 “Planta contra a obesidade”. (Jornal do Brasil, 14/04/0996).
- 33 “Os perigos de buscar o corpo perfeito para o verão”. (O Globo, 29/11/1998).
- 34 “Motivação para baixar de faixa”. (Jornal do Brasil, 21/06/1998).
- 35 “Gordinhas dão peso ao poder de sedução”. (Folha de São Paulo, 04/10/1998).
- 36 “Mulheres não entram em acordo com balança”. (Folha de São Paulo, 11/07/1999).
- 37 “A luta de quem não consegue vencer a obesidade”. (O Globo, 24/01/1999).
- 38 “A vitória sobre o espelho”. (Revista Veja, 23/08/1995).
- 39 “Vítimas da dieta”. (O Globo, 24/01/1999).
- 40 “A vitória sobre o espelho”. (Revista Veja, 23/08/1995).
- 41 “A luta de quem não consegue vencer a obesidade”. (O Globo, 24/01/1999).
- 42 “O drama de um peso pesado”. (Jornal do Brasil, 18/05/1996).
- 43 A lei também entrou em vigor em mais três cidades norte-americanas: Michigan, Santa Cruz e Washington D.C.
- 44 “Fast food para Et’s?”. (Jornal do Brasil, 21/02/1999).

## Referências

- Andrade, A., & Bosi, M. L. M. (2003). Mídia e subjetividade: Impacto no comportamento alimentar feminino. *Revista de Nutrição*, 16(1). Recuperado em: 15 set. 2003: <http://www.periodicoscapes.org.br>
- Azevedo, A. de M. C., & Abuchaim, A. L. G. (1998). Bulimia nervosa: Classificação diagnóstica e quadro clínico. In M. A. A. Nunes, J. C. Appolinário, A. L. G. Abuchaim & W. Coutinho. *Transtornos Alimentares e obesidade* (pp. 31-39). Porto Alegre, RS: Artmed.
- Becker, H. (1996). *Outsiders studies in the sociology of deviance*.

New York: The Free Press.

- Birman, J. (1991). Apresentação: Interpretação e representação na saúde coletiva. *Physis: Revista de Saúde Coletiva*, 1(2), 7-22.
- Boltanski, L. (1984). *As classes sociais e o corpo* (3a ed.). Rio de Janeiro: Graal. (Originalmente publicado em 1979).
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bourdieu, P. (2002). *O poder simbólico* (5a ed.). Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil. (Originalmente publicado em 1989).
- Buckner, P. (2002). *A euforia perpétua ensaio sobre o dever de felicidade*. Rio de Janeiro: DIFEL.
- Camargo Jr, K. R. (1997, março). Representações de doença, saúde e seu cuidado na clientela de serviços ambulatoriais da rede pública no Rio de Janeiro. *Revista Séries Estudos em Saúde Coletiva*, (149),1-13.
- Chauvennet, A. (1991). A lei e o corpo. *Physis: Revista de Saúde Coletiva*, 1(1), 12-48.
- Duvignaud, F. (1981). *Le corps de l'effroi*. Paris: Le Sycomore.
- Fischler, C. (1995). Obeso benigno, obeso maligno. In: D. B. de Sant'Anna (Org.), *Políticas do corpo* (pp. 69-80). São Paulo: Estação Liberdade.
- Foucault, M. (1985). *História da sexualidade I: Vontade de saber (I)* (8a ed.). Rio de Janeiro: Graal.
- Giddens, A. (1991). *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: UNESP.
- Goffman, E. (1988). *Estigma: Notas sobre a manipulação da identidade* (4a ed.) Rio de Janeiro: LTC. (Originalmente publicado em 1963)
- Grieco, S. F. M. (1991). O corpo, aparência e sexualidade. In G. Duby & M. Perrot (Orgs.), *História das mulheres no ocidente 3: Do renascimento à idade moderna* (71-120). Porto, Portugal: Edições Afrontamento.
- Guareschi, P., & Jovchelovitch, S. (1994). Introdução. In: P. Guareschi, & S. Jovchelovitch (Orgs.), *Textos em representações sociais* (pp. 17-25). Rio de Janeiro: Vozes.

- Guattari, F. (1990). *As três ecologias*. São Paulo: Papirus.
- Hall, S. (2002). *A identidade cultural na pós-modernidade* (7a ed.). Rio de Janeiro: DP& A. (Originalmente publicado em 1992).
- Higonnet, A. (1991). Mulheres, imagens e representações. In G. Duby & M. Perrot (Orgs.), *História das mulheres no ocidente 5: O século XX* (pp. 403-434). Porto, Portugal: Edições Afrontamento.
- Luz, M. T. (1986). As instituições médicas no Brasil: Instituições e estratégia de hegemonia (3a ed. pp. 205-242). Rio de Janeiro: Graal.
- Luz, M. T. (2003). *Novos saberes e práticas em saúde coletiva: Estudo sobre racionalidades médicas e atividades corporais*. São Paulo: HUCITEC.
- Mauss, M. (1974). *Sociologia e antropologia* (Vol. 2, pp.211-233). São Paulo: EPU/EDUSP. (Originalmente publicado em 1921).
- Moraes, C., & Carrara, S. (1985). Um mal de folhetim. *Comunicações do ISER*, 4(17), 20-27.
- Morgan, C. M., & Azevedo, A. M. C. (1998). Aspectos socioculturais. In M. A. A. Nunes, J. C. Appolinário, A. L. G. Abuchaim & W. Coutinho. *Transtornos alimentares e obesidade* (pp. 86-93). Porto Alegre, RS: Artmed.
- Nahoum-Grappe, V. (1991). A mulher bela. In G. Duby & M. Perrot (Orgs.), *História das mulheres no ocidente 3: Do renascimento à idade moderna* (pp. 121-140). Porto, Portugal: Edições Afrontamento.
- Nascimento, M. C. do (2002). *A centralidade do medicamento na terapêutica contemporânea*. Tese de Doutorado, Instituto de Medicina Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- Nasciutti, J. R. & Nobrega, N. P. (1995). Vivência de morte em histórias de vida. *Série Documenta*, 3(6), 51-62.
- Prost, A. (1987). Fronteiras e espaços do privado. In A. Prost & G. Vincent (Orgs.), *História da vida privada da 1ª guerra a nossos dias*. (Vol. 5, pp.13-154). São Paulo: Companhia das letras.
- Rocha-Coutinho, M. L. (1995). O mito nosso de cada dia: Ser mulher

nos anúncios de revistas femininas. *Série Documenta*, 3(6), 51-62.

Rodrigues, J. C. (2001). *O corpo na história*. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz.

Sant'Anna, D. B. (1995). Cuidados de si e embelezamento feminino: Fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In D. B. Sant'Anna (Org.), *Políticas do corpo* (pp. 121-140). São Paulo: Estação Liberdade.

Sarti, C. A. (2001, janeiro/julho). A dor, o indivíduo e a cultura. *Saúde e Sociedade*, 10(1). Recuperado em 17 dez. 2002: <http://www.apsp.org.br/saudesociedade/X/dor.htm>.

Sfez, L. (1996). *A saúde perfeita crítica de uma nova utopia* (pp. 11-102). São Paulo: Edições Loyola.

Velho, G. (1987). *Individualismo e cultura notas sobre uma antropologia da sociedade contemporânea* (2a ed.). (pp. 105-141). Rio de Janeiro: Zahar.

---

Recebido em 15 de dezembro de 2003

Aceito em 08 de janeiro de 2004

Revisado em 05 de fevereiro de 2004