

Body positive no instagram: uma análise dos modos de aceitação corporal a partir da roleta interseccional

Body positive on instagram: an analysis of body acceptance modes from the intersectional roulette

Body positive en instagram: análisis de modos de aceptación corporal desde la ruleta interseccional

605

Vírnia Maria Peixoto Martins⁶⁴, Fernanda Ariane Silva Carrera⁶⁵

Resumo

Este artigo objetiva analisar as formas de propagação do discurso *Body Positive* pelas influenciadoras gordas no Instagram. Para tanto, é realizada uma contextualização do corpo gordo e beleza, um levantamento sobre o que é o movimento *Body Positive*, e como a plataforma do Instagram é importante na sua propagação. Ao final é feita uma análise dos perfis de duas blogueiras no Instagram através da metodologia da roleta interseccional, revelando modos diferenciados de propagação do *Body Positive*, pois, por mais que os discursos sejam sobre o mesmo tema, são pautados na formação interseccional-discursiva de cada sujeito.

Palavras-chave

Body Positive. Instagram. Corpo gordo. Interseccionalidade

Abstract

⁶⁴ Universidade Federal do Rio Grande do Norte virniamartinsmp@gmail.com

⁶⁵ Universidade Federal do Rio Grande do Norte fernanda.carrera@eco.ufrj.br

This article aims to analyze the ways of propagation of Body Positive discourse by the fat influencers in Instagram. For this, a contextualization of the fat body and beauty is performed, a survey about what is the Body Positive movement, and how the Instagram platform is important in its propagation. At the end, an analysis of the profiles of two bloggers in Instagram is made through the intersectional roulette methodology, revealing different ways of propagation of the Body Positive, because no matter how the speeches are about the same theme, they are based on the intersectional-discursive formation of each subject.

Keywords

Body Positive. Instagram. Fat body. Intersectionality

Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar las formas en que el discurso positivo del cuerpo es propagado por los influenciadores de grasa en Instagram. Para ello, se realiza una contextualización del cuerpo gordo y la belleza, una encuesta sobre qué es el movimiento Body Positive y cómo la plataforma Instagram es importante en su propagación. Al final, se hace un análisis de los perfiles de dos bloggers de Instagram a través de la metodología de la ruleta interseccional, revelando diferentes formas de propagación de Body Positive, porque por mucho que los discursos sean sobre el mismo tema, se basan en la formación interseccional-discursiva de cada sujeto.

Palabras clave

Body Positive. Instagram. Cuerpo gordo. Interseccionalidad.

1. Introducción

Cada vez mais, no campo dos estudos da comunicação, surgem reflexões acerca do corpo e suas questões. Para Le Breton (2006) o corpo é o espaço pelo qual a relação do indivíduo com o mundo é construída, ou seja, é um meio para dialogar com o contexto social e cultural em que está inserido. Desta forma, ele seria repleto de hábitos, costumes, processos e transformações que estão vinculados a esse mundo, e as interferências sobre ele revelam não apenas o que se espera fisicamente, mas de forma comportamental também.

Segundo Foucault (2008) esse modelo de se comportar, esperado e exigido pela sociedade, é uma forma de transformar indivíduos em corpos dóceis, sendo na verdade um fato de dominação. Portanto, o corpo também seria um objeto de poder e disciplinamento, e as práticas de beleza que recaem sobre ele seriam formas de dominá-lo e moldá-lo. De acordo com Eco (2017) as noções de beleza e suas preocupações para alcançá-la acompanharam toda a história da humanidade, e os indivíduos sempre se dedicaram a atingir os padrões aceitos, chegando até privar-se de si mesmo para ter a apresentação desejada e aprovada pelos outros.

Para Castro (2004) a mídia e a indústria da beleza são grandes propagadores de ideais de beleza, colocando esses modelos sempre em pauta, ditando e incorporando tendências. De acordo com Santaella (2004, p.126) a mídia e a indústria da beleza “nos levam a imaginar, diagramar, fantasiar determinadas experiências corporais, nas formas de sonhar e desejar o que propõem”. Essas representações, também norteiam comportamentos e reforçam estereótipos, que só podem ser quebrados se isso também ocorrer no espaço midiático.

As representações dos mais diversos grupos sociais na mídia, circulam em uma comunidade e conseqüentemente, produzem sentidos e efeitos, porém, aquelas representações que ganham mais espaço e visibilidade são tidas como a representação real do social. Por toda a história da beleza podemos perceber que o que prevalece, são os padrões hegemônicos, construídos diante de uma visão eurocêntrica, que cria noções de normal e anormal, belo e feio, e aqueles que não correspondem a este padrão são excluídos socialmente e categorizados segundo a visão de quem é privilegiado.

O corpo gordo é um dos corpos que estão fora do que se denomina padrão de beleza. Ao longo dos anos, os corpos gordos foram bastante estigmatizados, e, apesar de já terem sido sinônimo de fartura e riqueza, passaram a ser vistos como a representação do fracasso, do conformismo e do desleixo, e a propagação dessa noção acarreta na exclusão desses corpos nos mais diversos lugares. É diante desse cenário e na contramão do processo de padronização do corpo feminino, que surge o movimento *Body Positive* nos Estados Unidos, no final da década de 90 com Connie Sobczack e Elizabeth Scott que fundaram o instituto *The Body Positive*. Segundo Cwynar- Horta (2016), o movimento *Body Positive* busca promover a auto aceitação e equidade de todos os tipos de corpos, independentemente de tamanho, peso, cor, marcas, limitações.

A organização das tecnologias digitais e estratégias utilizadas nas mídias permitiu a mobilização e divulgação do movimento *Body Positive* nas diferentes plataformas, principalmente nas mídias sociais, especificamente no Instagram, que foi utilizado como ferramenta para a promoção de debates, e para convidar mais

personas con los mismos intereses a participar y compartir contenido. Por tanto, aquí, vamos a entender cómo se desarrolla el discurso del *Body Positive* en Instagram, y para tanto, la investigación busca entender la noción de belleza y de exclusión del cuerpo gordo desde la perspectiva de Vigarello (2012) y Sant’Anna (2015), para en seguida analizar dos perfiles de Instagram que abordan la temática del *Body Positive*: @rayneon y @negritaalmeida mediante la metodología de la rueda interseccional desarrollada por Carrera (2020).

2. Cuerpo gordo y belleza

Para Le Breton (2006) las formas de dar significado y de representar el cuerpo son construidas de forma sociocultural y sufren diversas transformaciones a lo largo del tiempo. El cuerpo gordo es un ejemplo de esta transformación de significados, ya que ya fue sinónimo de riqueza y fartura y después pasó a ser visto como la representación del fracaso y del desleño. Vigarello (2012) señala que la Edad Media fue un período de muchas crisis en el abastecimiento de alimentos, y, por eso, tener su casa abastecida significaba tener buenas condiciones y poder. Debido a este contexto, el gordo tenía prestigio, y era sinónimo de abundancia, salud y riqueza. Además de esto, el autor resalta que las narrativas de la época atribuían adjetivos cualitativos a la condición gorda de la mujer como “gorda, blanca y tenra” o “gorda, tenra y bella”, ya que en ese contexto, la gordura también era relacionada a pasión y los cuerpos fuertemente nutridos eran los más encantadores.

Más tarde, en el período del Renacimiento, esta noción del cuerpo gordo sufre una transformación. Vigarello afirma que fue en la era de las grandes transformaciones científicas que comenzaron a surgir los discursos sobre el aumento de peso como

uma forma de atraso e lerdeza corporal. “O aumento no peso vira um atraso, inadaptación e modelo de corpo esbelto e magro se impõe a um mundo onde a atividade adquire um novo valor” (Vigarello,2012, p.65). Nesse mesmo período surge uma maior preocupação com o corpo e aparência e o modelo de corpo esbelto começa a ser imposto e tido como um sinônimo de saúde.

No século XVIII, Vigarello (2012) ressalta que o corpo passa a ser uma preocupação tanto quanto o rosto, e que as silhuetas extremas, gordo demais ou magro demais não eram consideradas belas. Com o avanço da medicina e das pesquisas científicas do século XIX, a gordura passa a ser vista como um perigo a saúde, por estar relacionada com o surgimento de várias doenças. Porém, essa intolerância quanto a gordura passou a atingir mais mulheres que homens, pois apesar do ideal de cintura fina estar em evidência, era dada uma certa tolerância aos homens, de uma gordura “aceitável”, que nas mulheres era vista como um defeito. Foi neste século que a gordura passou a ser medida e calculada.

Sant’Anna (2015) aponta que por volta de 1920 a obesidade começou a ser vista como um problema no Brasil, um sinal de má saúde. A noção de que a obesidade roubava anos de vida passou a ser amplamente difundida na imprensa nacional. “A suposição de que gordura em excesso provocava sufocamento, foram modernizadas a luz de novas descobertas científicas que associavam a obesidade a um rol diversificado de patologias e sobretudo a doenças vasculares” (Sant’Anna, 2015, p.67).

A partir desse contexto, o modelo do corpo sem gordura ganha destaque, e com ele as dietas alimentares, com restrições, e as questões psicológicas da busca

para atingir um corpo magro e se encaixar em um padrão. A noção de fracasso atrelado ao corpo gordo também surge nesse contexto, pois aquele que não tem foco para alcançar a magreza é considerado sem controle e aquele que convive com a gordura, é considerado desleixado. Essa incapacidade de se desfazer do “mal” que é a gordura reforça o estigma de incompetência e impõe na gordura um caráter discriminatório. “O que a obesidade revela é na verdade um fracasso em se transformar.” (Vigarello, 2012, p. 300)

Dessa forma, a noção negativa cai no senso comum, e segundo Sant’Anna (2016) abre espaço para a imposição do corpo magro que passa a ser considerado saudável e um modelo ideal a ser seguido. Nesse contexto, a gordura passa a ser estigmatizada reforçada pela representação midiática e as questões da moda aliadas ao discurso médico, construíram uma imagem do corpo gordo que perdura até os dias de hoje.

A propagação dessa noção acarreta na exclusão desses corpos nos mais diversos lugares. Os espaços não são pensados para que esse corpo se sinta bem, ou acolhido, mas que para que seja incomodado, ao ponto que busque não ser mais daquele jeito. “Os lugares públicos não acolhem os gordos: das poltronas, roletas de ônibus e catracas de metrô às portas giratórias dos bancos entre outros” (Aires, 2019, p.27)

Aliana Aires (2019) ainda aponta que os gordos enfrentam o mesmo problema na hora de se vestir, pois a maioria das lojas só produz peças até número 46 ou 48. Isso faz com que aqueles que vestem números acima destes, sejam obrigados a se dirigirem às lojas *plus size*, nome que por si só já diz respeito a uma

forma de exclusão, visto que *plus* traduzido para o português é mais e *size*, é tamanho, ou seja, pessoas que vestem mais de 48 são fora do que se é considerado normal e precisam de lojas especializadas para se vestirem.

Aires (2019) ressalta que a medicina aponta a gordura como um problema de saúde e que devido a isso, o corpo gordo não é estudado ou visto em suas variações, ele é simplesmente tido como de grande risco. “Desse modo, os profissionais da área médica, passaram a patologizar a obesidade e prescrever tratamentos médicos, intensificando sua medicalização” (Aires, 2019, p.46). Assim, o discurso médico promoveu a gordura como um dos maiores riscos à saúde, passando a ser, além de uma forma de deficiência moral, uma doença médica.

A partir disso, o risco da obesidade é utilizado como argumento para tomar qualquer atitude que possa levar a magreza ideal e para toda a exclusão estrutural do corpo gordo. A suposição de que corpos gordos não são saudáveis aliada a questão da deficiência moral, levou muitos indivíduos a buscarem as mais diversas alternativas para emagrecer, tornando toda a situação contraditória, visto que muitas alternativas faziam mal a própria saúde que justificavam buscar. Distúrbios alimentares como bulimia, anorexia e remédios para emagrecer que levavam a dependência química, dores abdominais e insônia foram alguns dos métodos mais utilizados.

Aires (2019, p. 49) aponta que “o entendimento social contemporâneo da gordura pode ser pensado como um campo de significados em uma dinâmica paisagem [...]construída por múltiplos grupos”. Isso tudo envolve cirurgias bariátricas, indústria farmacêutica, ativistas gordos, indústria alimentícia, governo e

fabricantes de produtos. Enquanto uns lutam pelo fim da estigmatização do corpo gordo, outros a patologização, uns pelo fim e outros pela continuidade. Isso tudo forma um grande campo de discussão, em que o lado que procura acabar a estigmatização, ainda está longe de alcançar seu objetivo.

Segundo o Ministério da saúde do Brasil, em 2019, 55,7% da população brasileira estava com sobrepeso, e a partir disso entra um questionamento: por que um corpo gordo não é considerado normal, mesmo quando mais da metade da população de um país possui um corpo com no mínimo sobrepeso? Por que, mesmo assim, os corpos gordos continuam sendo ignorados, marginalizados e criticados? Esses e outros questionamentos serviram de base para o surgimento do *Body Positive*, um movimento que caminha contramão da estigmatização de corpos diferentes do padrão, e que propõe a exaltação de características corporais que são normalmente marginalizadas.

3. *Body Positive* e Instagram

Traduzido do inglês o termo *Body Positive*, significa corpo positivo. Essas duas palavras são utilizadas para denominar um movimento cujo a ideia principal é promover uma aceitação e uma exaltação do corpo como se é, sem que seja necessário se enquadrar em um padrão de beleza estabelecido pela sociedade. A ativista Megan Jayne Crabbe aponta que o *Body Positive* não é só sobre como se sentir bem em seus corpos, mas valorizar e dar espaço para os corpos marginalizados normalmente. Segundo Cwynar-Horta (2016), o *Body Positive* tem suas raízes no *fat liberation movement* (movimento da liberação do gordo), que se iniciou no final da década de 60, ganhou força na terceira onda do feminismo, e

inicialmente criticava principalmente a discriminação e controle de corpos gordos. Nos Estados Unidos, o movimento surgiu no final da década de 90 com Connie Sobczak e Elizabeth Scott que fundaram o instituto *The Body Positive*. Já no Brasil a discussão desse movimento só ganhou força em 2018 com a obra “Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário” da ativista e jornalista Alexandra Gurgel.

No livro, a autora aborda os princípios do *Body Positive* e aponta que este é movimento social que busca promover a auto aceitação e equidade de todos os tipos de corpos, independentemente de tamanho, peso, cor, marcas, limitações. Ela ainda afirma que o movimento *Body Positive* possui dois lugares de atuação: o individual e o social. No campo individual, se propõe a trabalhar e colaborar o processo de auto aceitação corporal de acordo com a história particular de cada um. E no social incentivando e propondo mudanças nos espaços.

Tilka e Wood-Barcalow (2012) ressaltam que o *Body Positive* também é fruto do debate levantado pelo feminismo, que abre discussões acerca de imagem corporal e a quebra de padrões que começaram por pautas sociais, mas se estenderam até as questões de aceitação do corpo. Assim como o feminismo, a organização das tecnologias digitais e as estratégias utilizadas nas mídias permitiu a mobilização e a divulgação do movimento *Body Positive* nas diferentes plataformas, principalmente nas mídias sociais, como ferramenta para a promoção de debates, convites e compartilhamento de conteúdo.

Cwynar-Horta (2016) aponta que as pessoas, na grande maioria mulheres que possuem corpos fora do padrão, utilizam a plataforma do Instagram para

desafiar os ideais dominantes do corpo magro, sem celulites, estrias e fluídos corporais, com fotos vídeos discussões. Segundo Souza (2019) muitos perfis das mídias sociais se utilizam das hashtags, que hoje já conta com mais de 14 milhões de postagens, nas legendas a fim de identificar o tema e atrair cada vez mais pessoas para o movimento.

No Brasil, alguns ativistas do Body Positive possuem perfis nas mais diversas mídias, são youtubers, blogueiras, profissionais da saúde, que usam um espaço na plataforma online para conscientizar cada vez mais pessoas. Dentre eles, podemos destacar nomes como Alexandra Gurgel⁶⁶, Luiza Junqueira⁶⁷ e Caio Revela⁶⁸. Com cada vez mais pessoas aderindo ao movimento, surgem novos perfis e propagadores do movimento, no entanto esta pesquisa selecionou duas influenciadoras no Instagram, em busca da compreensão sobre os modos de propagação do discurso do *Body Positive* a partir de suas conjunturas de construção de subjetividade.

4. A roleta interseccional e os processos metodológicos

A análise aqui empreendida propõe uma aplicação da metodologia da roleta interseccional (ver figura 1), pensada por Carrera (2020) para o campo da Comunicação. O método de análise a partir da roleta interseccional parte do pressuposto fundamental do conceito de interseccionalidade cunhado por Crenshaw (1989): quando duas ou mais estruturas discriminatórias atravessam os sujeitos, há a gênese de uma categoria identitária singular, com vivências e

⁶⁶ <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

⁶⁷ <https://www.instagram.com/luizajunquerida/>

⁶⁸ <https://www.instagram.com/caiorevela/>

demandas que não reproduzem meramente a soma das opressões. Nesse sentido, mulheres gordas, cujas estratégias de existência no ambiente digital são analisadas aqui, não estariam sujeitas às opressões de gênero adicionadas às opressões da gordofobia, mas estariam subjugadas às estruturas de violência que atravessam os corpos e as subjetividades, especificamente, das mulheres gordas. Sendo assim, a proposta da roleta interseccional é identificar estas peculiaridades, marcadas sobre o discurso comunicacional, que podem ajudar na compreensão dos fenômenos sociais sob um olhar mais complexo sobre os sujeitos, os corpos e os discursos. Ou seja, a roleta “pretende identificar os rastros da interseccionalidade nas diversas expressões e experiências comunicacionais, sem perder de vista, é claro, sua motivação elementar: a reivindicação pela dignidade” (Carrera, 2020, p. 6).

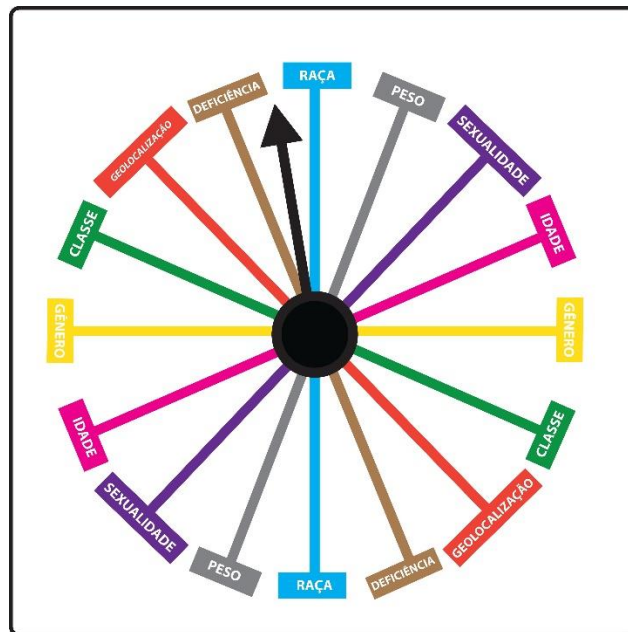


Figura 1: Representação visual da Roleta Interseccional
Fonte: Carrera, 2020.

De acordo com o método, a cada momento da pesquisa há a necessidade de acionar o giro da roleta, que toca em oito “avenidas identitárias” (Akotirene, 2014,

p. 44) fundamentais: raça, gênero, sexualidade, classe, deficiência, peso, geolocalização e idade. A cada rastro encontrado nas práticas, nos discursos ou nas materialidades comunicacionais, a haste se ilumina e mostra ao pesquisador qual construto identitário se forma e se manifesta ali. O segundo passo da metodologia é, a partir das hastes iluminadas, descrever a “formação interseccional-discursiva” que compõe os contextos de opressão daquela haste; o “ethos interseccional” que emerge das estratégias comunicacionais, isto é, as imagens de si que são construídas pelos sujeitos analisados; assim como as “negociações interseccionais”, cujo fundamento é a identificação dos rastros das interações, que ajudam e direcionam as escolhas discursivas. Com o método, é possível compreender, então, a conjuntura de opressões que acomete mulheres gordas, uma vez que elas são assujeitadas pela opressão de gênero e peso, mas também são atravessadas por outras avenidas. Isto é, a roleta interseccional é uma forma de perceber que “as diversas avenidas de opressão, quanto se encontram nos cruzamentos da existência humana, produzem construtos subjetivos que ainda não estão sendo considerados em toda a sua complexidade” (Carrera, 2020, p. 14).

A partir da metodologia da roleta interseccional, portanto, foram escolhidos dois perfis de mulheres gordas para a análise aqui proposta: Raissa (@rayneon) e Érica (@negritaalmeida). As duas compõem o corpus da pesquisa porque revelam atravessamentos diferenciados, como raça e geolocalização, logo em primeiro giro da roleta, assim como apresentam quantidade significativa de seguidores (Raissa, com 284 mil e Érica com 9.380 seguidores). A análise aqui, então, será dos perfis destas mulheres no Instagram, a partir de suas postagens de imagens, textos e

vídeos, buscando responder: de que forma há, em seus enunciados, conexões com os discursos do *Body Positive*; assim como de que modo são construídas suas narrativas de valorização das suas belezas e dos seus corpos, em contextos de opressão interseccionais?

5. Body Positive no Instagram a partir da Roleta Interseccional

Inicialmente, ao primeiro giro da roleta interseccional podemos analisar ao que somos apresentados nos perfis e o que eles nos comunicam em uma primeira apresentação, na descrição, nos destaques e nas 15 primeiras fotos. Em todos os perfis, foi possível já iluminar algumas hastes da roleta, uma vez que há rastros de identificação de raça, peso e geolocalização, sobretudo, nas descrições das *bios*. Érica, escolhe como perfil o @negritaalmeida, ou seja, já inscreve a marcação racial no próprio nome, assim como se autodescreve como “Modelo, Gorda, Preta”, além de acionar a geolocalização pela palavra “Salvamor”, em alusão a sua cidade natal, Salvador (BA). Raissa (@rayneon), ao contrário, não apresenta rastros textuais, nesse primeiro giro, de marcação racial, embora suas fotos já deixem evidente que se trata de uma mulher branca. Esse silenciamento, portanto, dá destaque à iluminação da haste do peso, evidenciado pela frase “Pleníssima e imensa de gorda”, seguida por “Desconstruidora de padrões”, compondo sua *bio*.

O primeiro giro da roleta, portanto, deixa claro que os rastros discursivos das opressões interseccionais adquirem relevância diferentes em cada perfil. Érica, por construir suas subjetividades a partir de avenidas identitárias impostas à marginalização, para além do corpo gordo, sente a necessidade de marcá-las em sua descrição. Érica entende a necessidade de se inscrever como uma mulher

gorda negra e Raissa, ao contrário, escolhe centralizar suas estratégias enunciativas na sua “diferença” fundamental: o corpo gordo, omitindo marcação racial e de geolocalização

Raissa (@rayneon) é uma mulher gorda, que aborda em seu perfil as ideias do *Body Positive*, promovendo a exaltação do corpo como se é, e propondo uma quebra de preconceitos vivenciados pelos corpos gordos. Segundo Aires (2019) ao longo da história, a indústria da moda tratou o corpo feminino como maleável, moldável, e os corpos gordos femininos além de sofrerem com essa questão, passaram por uma profunda estigmatização nas primeiras décadas do século XX. A autora aponta que ao longo da história da moda, houve uma “democratização” com a chegada do varejo, mas que essa democratização só foi feita sobre os estilos e não sobre os tamanhos, o que aumentou ainda mais o preconceito sobre corpos gordos.

Para Aires (2019) a imposição da indústria possibilitou a moda exercer um poder sobre o corpo da população, em que apenas determinados corpos poderiam desfrutar dessa experiência, e o corpo gordo não era um deles. O movimento *Body Positive* surgiu para mudar ideias fixas como essas, de que apenas corpos magros é que poderiam vestir determinadas roupas. É dentro dessa formação interseccional discursiva que a Raissa (@rayneon) se encontra, é esse contexto de repressão histórica do corpo gordo que aciona a sua necessidade de falar sobre os preconceitos que essa categoria passa.

O seu silenciamento sobre outras características corporais e identitárias, como raça, idade e geolocalização, demonstra a sua neutralidade. Essa

neutralidade só é possível pois Raissa é branca e sudestina, duas características que ao longo da história foram e são privilegiadas, pois sempre foram consideradas dentro do padrão de existência. Enquanto branca, Raissa se vale da normatividade da sua branquitude, isto é “um lugar de privilégio racial, econômico e político, no qual a racialidade, não nomeada como tal, carregada de valores, de experiências, de identificações afetivas, acaba por definir a sociedade” (Bento, 2002, p. 5). Enquanto sudestina, Raissa não sofre preconceito regional, uma vez que sua região se vale de si mesma para a construção de uma certa homogeneização da identidade brasileira (Cavalcanti, 1993).

Raissa (@rayneon) então, mostra seu foco na haste do peso, ilustrado por postagens com ênfase na valorização do corpo gordo, como por exemplo, na recriação de looks de blogueiras magras, afirmando que as gordas também podem usar (figura 1).



Figura 2 - Recriando looks de blogueiras magras.

Na legenda, Raissa aborda a questão da representatividade, e afirma que por não se sentir representada, acreditava nunca poder usar roupas do mesmo estilo que outras blogueiras magras, mas que percebeu que isso era totalmente possível e que o corpo gordo não é limitado por ser maior. Por não ter relação com as outras hastes da roleta interseccional, Raissa foca seu discurso na haste de peso e trabalha a ideia de aceitação e exaltação de seu corpo gordo, incentivando outras mulheres que passaram e passam por problemas de aceitação do corpo gordo, fato que pode ser observado na parte da legenda em que ela afirma: “Quero mostrar que siiim, você pode usar essas roupas mesmo sendo gorda”.

Em outra postagem, a influenciadora Raissa exibe suas celulites (figura 2) e questiona seus seguidores sobre quantas vezes eles deixaram de postar uma foto por das celulites e outras coisas consideradas fora do padrão, ao escrever: “Quantas vezes você deixou de postar uma foto por causa das suas celulites?”. Em seguida ela traz um relato próprio, sobre como essa vergonha de partes do seu corpo a impedia de vestir roupas curtas ou que roupas que deixavam essas partes a mostra. Ao final ela incentiva outras mulheres que passaram por situações similares a não ter vergonha do seu próprio corpo e mostrar ele como ele é, sem medo, quando escreve: “Short? Sim. Saia curta? Pfvr”



Figura 2 – Foto com celulite.

Desta forma, Raissa (@rayneon) constrói um *ethos* interseccional de uma

mulher gorda que ama seu corpo, mesmo que ele não seja considerado como um padrão de beleza socialmente aceito. Ao incentivar seus seguidores a usar roupas que se sem que precisem esconder as características do eu corpo que não são aceitas socialmente e criar referências para mulheres gordas, ela propaga a ideia principal do *Body Positive*, que segundo a Cwynar- Horta (2016), é qualquer forma de mensagem, seja visual ou textual, que desafia e questiona a visão dominante de padrão de beleza corporal, e que encoraja a exaltação da própria imagem como se é.

Isso também é percebido nas suas negociações interseccionais, ou seja, na forma como ela interage com o público que a acompanha e ajusta sua performance subjetiva. Em um comentário (figura 3), podemos perceber o impacto do discurso da Raissa sobre a valorização do corpo, seja ele como for, e a necessidade de quebrar antigas associações como beleza e magreza e gordura e feiura. Este tópico, portanto, se mostra como uma ênfase necessária à construção de sua subjetividade no Instagram.

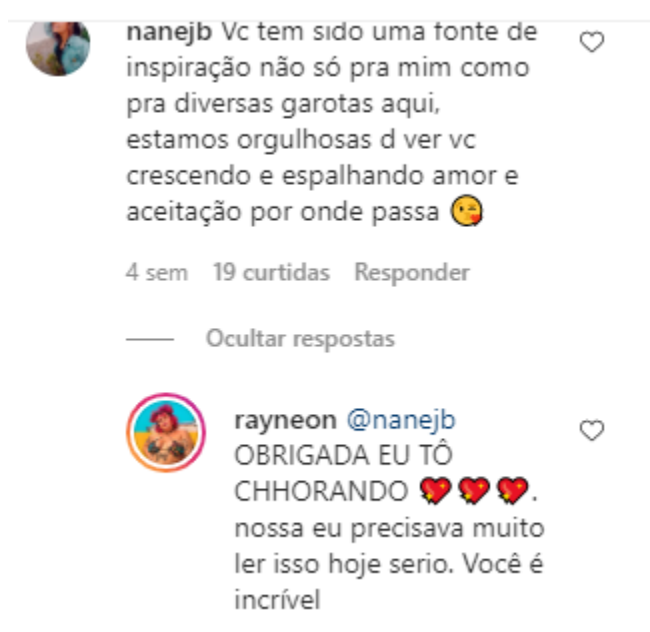


Figura 3 – Comentário de uma seguidora da @rayneon.

Já Érica (@negritaalmeida), além de uma mulher gorda, é negra e nordestina, fato que faz acender três hastes da roleta interseccional, a de peso, de raça e de geolocalização. Desta forma, além enfrentar marginalização do seu corpo pelo fato de ser gorda, ela ainda enfrenta os preconceitos direcionado ao corpo negro e nordestino, respondendo, portanto, a uma formação interseccional-discursiva própria. O corpo negro, que sofre historicamente com o racismo, é um exemplo de corpo que é deixado de fora das representações sociais da beleza pela sociedade. No período colonial do Brasil, os negros foram sistematicamente arrancados do continente africano e escravizados na América. Dessa forma, na sociedade colonial brasileira, os papéis pareciam estar cada vez mais definidos e os senhores possuíam algo que lhes atribuíam a superioridade: a branquitude. Foi nessa perspectiva que foram construídas as raízes para o que vivemos hoje na sociedade. Nogueira (1998) aponta que o negro era nitidamente segregado nesse

regime escravocrata e vivenciava um isolamento das atividades sociais. Além disso, não recebeu oportunidades para ascender socialmente depois do fim da escravatura e assim, se deparou com uma sociedade que não sabia lidar com nada além do preconceito. Preconceito esse que é um fato histórico e decorre desse contexto cultural, e está tão enraizado que permanece até hoje, nos mais diversos aspectos.

Esse preconceito histórico e enraizado acarretou na exclusão de negros e seus corpos nos mais diversos ambientes. O foco nas características corporais de negros, como cor da pele e cabelos aproximou a questão racial da teoria do estigma, desenvolvida por Erving Goffman, que é permeado pela ideia da presença física entre estigmatizados e normais⁶⁹. Essas pessoas consideradas normais delegam características e atributos para um estranho a essa normalidade, e essas pré-concepções são transformadas em “expectativas normativas, em exigências apresentadas de modo rigoroso” (Goffman, 1975, p.12).

Nogueira (1998) analisa os processos de estigmatização que sujeita os negros, em sua tese *Significações do Corpo Negro*, e oferece elementos que permitem analisar todo esse processo. A autora salienta que as significações que recaem sobre os negros foram formuladas culturalmente, através da necessidade de estabelecer um modelo desejável. O problema, é que se construiu uma identidade estereotipada desde o período colonial com base na inferiorização das diferenças impressas no corpo escravizado. Gomes (2003) ressalta que a inferiorização foi um instrumento utilizado como justificativa de exclusão do corpo

⁶⁹ Termo exposto por Goffman para definir aqueles que estigmatizam.

negro, desde a cor, o cabelo, até o nariz, tudo isso, sempre comparado a um padrão de beleza europeu, fato que persegue corpos negros até hoje.

Dessa forma, criou-se uma ideia sobre o negro, que mesmo que não corresponda a realidade, possui efeitos sobre ela e termina por orientar as relações entre negros e brancos. Toda essa pré-concepção está tão enraizada na sociedade que quando falamos em representação de corpos negros, falamos em algo raro e extremamente estereotipado. O cabelo crespo, foi por muito tempo estigmatizado, taxado de “cabelo ruim”. Santos (2000) aponta que foi só com o crescimento do movimento negro na década de 70 que o cabelo natural passou a ser utilizado como uma forma de resistência e contraposição à valorização do cabelo liso, pois estaria diretamente ligada à noção de ser negro.

Foi a partir da década de 60 que os movimentos populares negros começaram a surgir nos Estados Unidos, para deixar marcas importantíssimas na história. Entre eles, podemos destacar o movimento *Black Power*, que lutava por uma maior igualdade de direitos da comunidade afro-americana, além de evidenciar a resistência negra em sociedade predominantemente racista. Portanto, desde muito tempo, o corpo negro vem lutando para não ser marginalizado, mas evidenciado e exaltado. Érica (@negritaalmeida) fala um pouco dessa valorização do corpo negro (figura 4) quando pergunta aos seus seguidores: “como você se relaciona com seu crespo, mãezona?” Para em seguida ela descrever sua relação com o cabelo, que já passou pelo lugar de rejeição como acontece com muitos outros corpos negros, até chegar na aceitação e na exaltação.



Figura 4 – Érica fala sobre o cabelo crespo.

A haste da geolocalização da roleta interseccional se acende ao identificarmos a que a Érica é de Salvador, capital do estado da Bahia, nordeste do Brasil. Rêgo (2018) aponta que centralização do poder no sul do país na década de XX, gerou dois brasis, um mais pobre, arcaico e negro, e outro branco, enriquecido, futurista. Pierucci (1994) estudou as eleições de 1980 e 1990 no Brasil e aponta que as tendências de ódio aos nordestinos eram justificadas pelos paulistas pela degradação moral, racial e cultural que os nordestinos supostamente estariam causando com a migração para os estados do sul. Além do ódio e da discriminação, Lobo (2012) aponta que os nordestinos sofrem com piadas regionalistas de cunho depreciativo, e que objetivam a inferiorização e estereotipação do que seriam traços e jeitos nordestinos. Rêgo (2018, p.108) ainda aponta que ainda no início do

século XXI o nordestino é representado de forma pejorativa e considerado não - branco, sempre de forma negativa, “ora esquentado, ora lesado; ora competidor na busca por emprego, ora preguiçoso; ora engraçado, ora repulsivo. (p.108). Em sua *bio* do Instagram, Érica coloca a palavra “Salvamor”, em alusão a sua cidade natal, Salvador (BA), cidade do nordeste do Brasil, e, portanto, deixa clara a sua geolocalização e sua origem.

Ao acender três hastes da roleta interseccional, Érica cria um discurso de valorização dessas características que são normalmente marginalizadas e posta em seu *feed* fotos e legendas que exaltam um corpo totalmente fora do padrão, corpo, negro e nordestino (figura 5). Então, é dentro dessa formação interseccional discursiva que a Érica (@negritalameida) se encontra, é esse contexto do corpo negro e de mulher nordestina que aciona a sua necessidade de falar sobre os preconceitos que essas categorias passam, é isso que norteia seu discurso. Na legenda da foto ela incentiva outras mulheres que possuem corpos fora do padrão a exibirem seus corpos, atendendo a principal ideia do Body Positive, promover a aceitação dos corpos como eles são, ao escrever: “Coloque o seu corpo pra jogo viu mãezona, meta seu biquíni palosão e largue o doce e quem não gostar que beije a testa. ”



Figura 5 – Érica na praia.

Érica (@negritaalmeida) também aborda questões sofridas por corpos negros, como a questão da solidão afetivo-sexual da mulher negra. Souza (2008) aponta que a mulher negra vivencia uma história que correlaciona identidade e solidão, fomentada pela falta de referências, pois a princesa sempre é branca, e pela triste história do racismo e da escravidão, em que mulheres negras foram e são sexualizadas, mas nunca as escolhidas para o matrimônio. Em uma postagem em formato de vídeo (figura 6), Érica (@negritaalmeida) fala um pouco sobre sua primeira paixão de escola, dizendo: “ a minha vida amorosa já começou assim, ela já começou a pessoa não gostando de mim, porque eu era o que? A menina gorda e preta da sala, sempre estereotipada, sempre ali fugindo daquele padrão e sempre ali encaixada naqueles meninos que não gostavam de mim, gostavam de quem?

Da coleguinha branca...”



Figura 6 – vídeo de Érica sobre paixões da escola.

Érica também aborda a questão da identificação e revela que após ser rejeitada por um menino branco, acreditou que iria ser correspondida ao gostar de um menino negro e gordo, por pensar que este fosse entender o que ela também vivenciava. No vídeo ela ainda fala sobre outras experiências amorosas na época da escola e encoraja outras pessoas a compartilharem com ela histórias semelhantes. Ao fazer isso, ela abre espaço para que seus seguidores se

identifiquem com as histórias e partilhem discussões sobre corpo e raça também. É importante notar que mesmo falando sobre experiências negativas, Érica (@negritameida) sempre exalta seu corpo, sua raça e sua origem, deixando claro que apesar das discriminações, ela ama ser quem é.

A partir disso, a Érica constrói um *ethos* interseccional de mulher negra, gorda e nordestina que tem já passou por experiências de preconceito por essas características, mas não se calou ou se reprimiu, pelo contrário, criou um espaço e um discurso para esse exaltar esse corpo que há muito tempo vem sendo marginalizado. Na legenda da última foto postada (figura 5) Érica escreve: “Tá rolando mulher preta com o corpo na praia sim” e essa frase pode ser interpretada como uma afronta à ideia de que o gordo não é perfeito. Além disso, Érica aplica esse discurso nas suas negociações interseccionais, respondendo comentários (figura 7) que compartilham da mesma vivência que ela e que já quebraram preconceitos sobre o corpo.

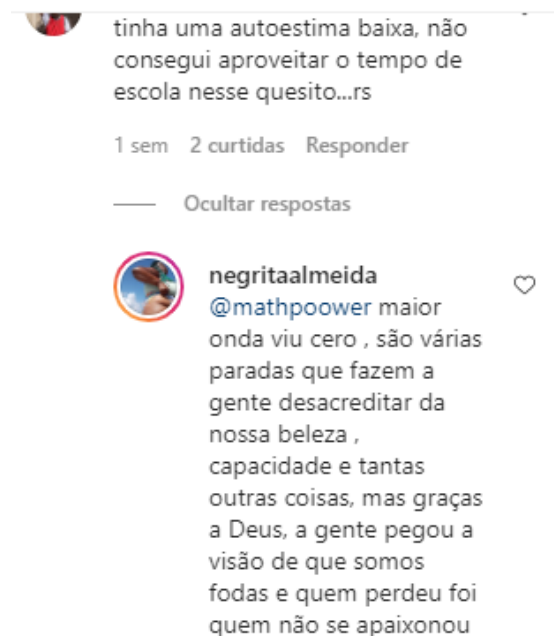


Figura 7 – Reposta de Érica a um comentário.

O fato de Érica (@negritaalmeida) construir tão fortemente um discurso de valorização sobre seu corpo, que foi e ainda é marginalizado do padrão de beleza, reforça a propagação do movimento *Body Positive*. Sastre (2014) fala que “A chave talvez seja reimaginar o *Body Positive* [...] como um chamado para rejeitar a própria noção de qualquer envolvimento regulado com a construção física e ideológica do corpo” (p.7) e é exatamente o que a Érica faz, rejeita as condições previamente colocadas ao seu tipo de corpo e as exalta.

6. Considerações finais

Para Eco (2017), o conceito de belo e suas preocupações para alcançá-lo acompanharam toda a história da humanidade, e a necessidade de se encaixar em um padrão gerou a exclusão de determinados tipos de corpos, que foram e ainda são bastante marginalizados. O *Body Positive* mudou esse quadro, colocou em

evidência todos os tipos de corpos que foram taxados como fora do padrão e colocados em um lugar marginalizado. Sant'Anna (2015) aponta que o corpo gordo foi por muito tempo estigmatizado e foi a partir de questionamentos sobre essa estigmatização que, segundo Cwynar-Horta (2016), surgiu o *Body Positive*.

Não muito diferente de outros movimentos políticos e sociais, o *Body Positive* ganhou grandes proporções devido a sua divulgação nas redes sociais. Cada vez mais perfis estão propagando os ideais do movimento, porém como não há uma unidade corporal, nem de características que devem ser exaltadas, essa propagação é realizada de maneira diferente por cada orador.

Este trabalho parte do pressuposto que o discurso do *Body Positive* se comporta de maneira diferente, sobre os diferentes tipos de corpos. Analisamos aqui, dois perfis em uma mesma plataforma, e através da roleta interseccional, conseguimos perceber os diferentes tipos de discursos desses dois perfis. Enquanto a Raissa (@rayneon), que só acende a haste de peso da roleta, tem seu foco apenas na aceitação e exaltação do corpo gordo, a Érica (@negritaalmeida) que acende três hastes da roleta, por ser negra, gorda e nordestina, constrói seu discurso do *Body Positive*, não com apenas uma pauta, mas três, interconectadas.

O *Body Positive* é um movimento que promove a aceitação e exaltação do corpo como se é, porém, a propagação desse discurso não é apenas repassada de forma sistemática, ela é permeada pela formação interseccional discursiva do propagador. É de acordo com seu contexto de origem e vivência que ele vai criar e repassar o seu discurso.

Referências

AIRES, A. (2019). De gorda à plus size: a moda do tamanho grande. São Paulo: Estação das letras e cores.

AKOTIRENE, C. (2014). Ó Paí, Prezada! Racismo e Sexismo Intitucionais tomando bonde no Conjunto Penal Feminino de Salvador. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós- graduação em estudos de gênero, mulher e feminismo, Universidade Federal da Bahia.

BEAUVOIR, S. (1967) O segundo sexo, vol. II (2ª ed.). São Paulo, SP: Difusão Europeia do Livro.

BENTO, M. A.S. (2002). Pactos narcísicos no racismo: branquitude e poder nas organizações empresariais e no poder público. Tese de doutorado. Instituto de Psicologia. Universidade de São Paulo, São Paulo.

BUTLER, J. (2010) Problemas de Gênero: Feminismo e subversão da identidade. Tradução Renato Aguiar. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

CARRERA, F. (2020). Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação. *E-Compós*. <https://doi.org/10.30962/ec.2198>

CASTRO, A. L. (2004). Corpo, Consumo e Mídia. São Paulo, Universidade Estadual Paulista.

CAVALCANTI, C. (1993). País e região: desigualdades e preconceitos regionais no Brasil. Cadernos de estudos sociais.

CRENSHAW, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *Chi. Legal f.*, p. 139, 1989.

CWYNAR-HORTA, J. (2016). The Commodification of the Body Positive Movement on Instagram. *Communication and Culture Program*. York University.

ECO, U. (org.). (2017). História da Beleza. Rio de Janeiro: Record.

FOUCAULT, M. (2008). Vigiar e Punir. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 35º ed.

GOFFMAN, E. (1975). Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada.

Márcia Bandeira de Mello Leite Nunes (Trad.). Rio de Janeiro: LTC.

GOMES, R. (2003). Sexualidade masculina e saúde do homem: proposta para uma discussão. *Ciência & Saúde Coletiva*, 8(3), 825-829. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232003000300017>

LE BRETON, D. (2006). Sociologia do corpo. Petrópolis, RJ: Vozes.

LOBO. A. (2012). Estereótipos nas piadas sobre os baianos. Anais do SETA-ISSN

NOUGUEIRA, I. (1998). Significações do corpo negro. Tese (Doutorado em psicologia escolar e do desenvolvimento humano) - Universidade de São Paulo, São Paulo.

PIERUCCI. A. (1994). Linguagens autoritárias, voto popular. In: Dagnino e Evelina (org.). Anos 90: política e sociedade no Brasil. São Paulo: Braziliense.

REGO. M. (2018). Paulistanidade e racialização: o caso nordestino. Dissertação de mestrado do programa de pós-graduação em Sociologia. Universidade de São Paulo.

SANT'ANNA, D. (2015). Gordos, magros e obesos: uma história de peso no Brasil. São Paulo: Estação liberdade.

SANTAELLA, L. (2004). Corpo nas Mídias e O corpo como sintoma da cultura. São Paulo: Paulus.

SANTOS, J. (2000). O negro no espelho: imagens e discursos nos salões de beleza étnicos. Estudos afro-asiáticos. n.38. Rio de Janeiro. Dez.

SASTRE, A. (2016). Towards A Radical Body Positive: Reading The Online Body Positive Movement. Pensilvania. Tese de doutorado não-publicada, Programa de Pós-Graduação em Filosofia, Universidade da Pensilvânia. Pensilvânia, Estados Unidos.

TYLKA T.L & WOOD-BARCALOW N.L. (2012). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition.

VIGARELLO G. (2012). As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente: da Idade Média ao século XX. Petrópolis: Vozes.