

QUEM FALA SOBRE AS MULHERES - A REPRESENTAÇÃO DO CORPO GORDO FEMININO NO INSTAGRAM

Amanda Câmara Pinto
Mestranda do curso de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades
Universidade Federal do Espírito Santo - UFES
E-mail: amandacamarap@outlook.com

Orientador(es): Prof^ª Gabriela Santos Alves
Universidade Federal do Espírito Santo – UFES
E-mail: gabrielaalves@terra.com.br

RESUMO

O presente paper visa apresentar um recorte da discussão da pesquisa em andamento, sobre as mudanças de referências comunicacionais para mulheres, falando sobre o corpo gordo feminino, corpo político e mito da beleza. Como proposta de pesquisa em andamento, o principal interesse é levantar uma reflexão inicial sobre quem fala sobre o corpo das mulheres nas mídias vigentes, levando em consideração as novas formas de organização social a partir do advento das redes sociais. Partindo dos conceitos teóricos sobre patriarcado, corpolatria e influenciadores digitais é que pretendemos apresentar a discussão inicial.

Palavras-chave: Corpo gordo feminino; Corpo como território político; Mito da Beleza; Influenciador Digital; Instagram;

INTRODUÇÃO

Conceitos sobre padrões corporais proliferam na sociedade, por meio de mídias tradicionais e alternativas, na mesma medida em que os próprios modelos são mudados e podem se diferenciar entre sociedades e tempos distintos. Ao longo da história, as influências sobre o corpo foram além daquelas que chamamos de julgadoras, tendo forte consonância com os valores compartilhados no âmbito social. Ao observar quadros, esculturas e outras formas de representação, é possível considerar que as relações e significados atribuídos ao corpo mutuamente constroem e são constituídas no bojo das interações sociais, políticas, econômicas e culturais, sendo, portanto, um fenômeno historicamente situado.

Diversos autores afirmam que nunca o corpo foi tão colocado em evidência como se observa na contemporaneidade. A corpolatria, termo usado por Codo e Sene (1985), abarca justamente o entendimento em torno de uma era em que o corpo ocupa uma posição central na sociedade. Para os autores, esse lugar central se dá pela busca do homem pela luta de reapropriação de si mesmo (p.11). Dessa forma, o culto ao corpo e a busca por seu entendimento são uma forma de tentar compreender o pertencimento do homem no mundo, e quando esse pertencimento é compreendido, se tem o controle do próprio corpo e, conseqüentemente, da própria liberdade. Codo e Sene (1985) afirmam que “a expressão corporal se torna fundamental, substituindo muitas vezes a palavra” (p.18) e essa busca pela reapropriação de si faz com que o indivíduo seja cada mais narcisista e individualista em suas ações e expressões.

Essa individualidade pode ser percebida nas redes sociais, principalmente, em que os usuários compartilham fotos e vídeos com os seguidores na finalidade de receber curtidas e comentários.

Com essa nova maneira de interação social incentivada pela internet podemos levantar questões sobre novos influenciadores e instâncias reguladoras na sociedade. O que antes era somente dicas de comportamento para se tornar a “mulher perfeita”, passou a ser, com o advento de blogs, redes sociais e outros meios digitais, a institucionalização de um padrão corporal inalcançável para a maioria.

Os discursos em torno do tema nos fazem observar um crescente reforço de um padrão de corpo ideal feminino de caráter predominantemente disciplinador, que tende ao totalitário (FOUCAULT, 1997, 2002, 2011) e não abarca a complexidade dos modos de ser e estar na sociedade contemporânea. O acesso aos meios de comunicação e a fácil distribuição e produção de conteúdo desencadeada pelos mesmos fazem com que vários discursos sejam disseminados, sem contanto isso garantir, de fato, a pluralidade dos lugares de fala. Basta uma análise rápida dos *feeds* e da percepção quantitativa de influenciadores digitais, que deixaram de ser anônimos por algum meio de comunicação alternativo, para se constatar que ficou muito mais fácil defender uma ideia para uma grande quantidade de pessoas e promover o reforço de valores, muitas vezes, excludentes e estereotipados, sem que haja uma reflexão em torno de tais postagens, ainda que sejam compartilhadas e comentadas exaustivamente.

Nos meios digitais, e principalmente nas redes sociais, a rápida disseminação de informação, e consequentemente ideologias, podem vir a ser tanto um problema como um espaço para novos discursos.

Mesmo que ainda muito do conteúdo difundido em redes sociais corroborem com os padrões discursivos institucionalizados, as redes sociais também se tornaram um espaço para a ascensão de novos discursos. Nas redes sociais não tem como medir o alcance que uma publicação pode vir a chegar, dessa forma, uma pessoa que antes não teria um espaço para a comunicação de um para muitos pode ganhar notoriedade e discursos, que antes eram silenciados, passam a ser vistos.

Assim, é notável que, em uma análise superficial, percebe-se um padrão de pessoas autorizadas a falar dentro de um contradiscurso. As interlocutoras, levadas aqui em consideração, são influenciadoras que fogem do padrão corporal difundidos nas principais mídias, dessa forma o contradiscurso ganha voz ao se falar da libertação dos mesmos. Entretanto, a questão que fica é a mesma que leva o nome do livro de Spivak: *pode um subalterno falar?*, 2010. Pois mesmo que tente fugir do padrão estético-corporal percebe-se que ainda assim que nem todo contradiscurso tem a mesma força de voz.

A intenção da pesquisa é evidenciar discursos contra hegemônicos e dar espaço para o estudo dos discursos considerados subalternos. Assim como nas grandes mídias o movimento *body positive* também não tem notoriedade relevante dentro da academia e dessa forma, mesmo que seja uma temática ascendente, as pesquisas em torno do tema são escassas ou superficiais, dificultando até mesmo a conceituação do termo “*body positive*” e o seu entendimento histórico.

METODOLOGIA

Assim, a intenção é analisar os *posts* por meio de uma amostragem de conveniência em que será levado em consideração o discurso defendido por meio de imagens, textos, interações entre transmissores da mensagem e receptores e relacioná-los com discursos

Visando a diversidade e pluralidade de narrativas a serem analisadas escolhemos quatro diferentes influenciadoras digitais com tipos de conteúdos diferentes, assim os perfis escolhidos foram das blogueiras Alexandra Gurgel, Raissa Galvão, Luci Gonçalves e Thais Carla.

O recorte temporal definido, meses de abril e maio do ano de 2020, para que fosse feita a análise, se deu devido à percepção do aumento de piadas, memes¹, vídeos, fotos e outros, nas redes sociais, com caráter gordofóbico. Desde o início da pandemia percebe-se nas redes sociais que uma das maiores preocupações dos usuários do Instagram se dá em engordar por estarem em casa. Por conta disso alguns perfis ou usuários passaram a utilizar desse anseio das pessoas uma pauta para memes. Os objetivos específicos desta dissertação consistem em entender o movimento *body positive* e como as redes sociais contribuíram ou não para a democratização do espaço de fala das mulheres. Outro objetivo é discutir sobre a vigilância do corpo feminino, a partir de teorias como o mito da beleza.

Dentro de nossa pesquisa a intenção é justamente levantar de que forma também esse tipo de conteúdo disseminado por perfis considerados cômicos ajudam a desqualificar o movimento *body positive*, que normalmente já sofre críticas duras, como a possível romantização da obesidade.

CORPO POLÍTICO E MITO DA BELEZA

Televisão, internet, jornais, revistas, lojas, sociedades, modelos, celebridades, desfiles, padrões corporais e padrões estéticos. Todas essas instâncias nos ditam o que devemos fazer, comer, vestir e como nos portar. Não é que exista uma lei escrita que nos obrigue a seguir, entretanto existem leis sociais que nos excluem se não as seguirmos.

É evidente que muitas mudanças já ocorreram e que o próprio padrão do que seria o corpo ideal sofre um processo histórico-social, pois muda com o passar do tempo. Entretanto, apesar de ter sinais claros de que esses padrões são questionáveis, ainda é possível dizer que exista um imperativo sobre como a mulher deve ser e, conseqüentemente, que tipo de corpo ela deve ter. De alguma forma, essas leis normativas sempre foram mais severas quando se diz respeito ao corpo da mulher. Em sua maioria, principalmente em mídias tradicionais, o conceito defendido é que as mulheres devem estar dentro de um “padrão de qualidade”: olhos claros, cabelos lisos e loiros, magra, bem educada, boa dona de casa e boa mãe (FREIRE FILHO, 2011).

O poder discursivo que cerca o conceito do padrão ideal do corpo de uma mulher é uma forma de se ter poder e vigilância sobre ela. Afirmar que os padrões estabelecidos exercem um poder

¹ Memes são conteúdos com caráter humorístico e que viralizam na internet.

de vigilância sobre o corpo da mulher quer dizer que ocorre um fenômeno de controle e autocontrole de como deve se apresentar uma mulher.

No primeiro movimento, como já dissemos, existe uma narrativa que impõe a essa mulher um significado de beleza, saúde e feminilidade. Contudo, por outro lado, ciente desses padrões que circulam na vida social, é a própria mulher que se vigia ou que segue um percurso de autovigilância. Ao tentar por meio de suas práticas, cuidados e rotina atender o máximo possível desses padrões exigidos, muitas das mulheres também acabam se tornando um instrumento de vigilância e controle sobre o corpo e o jeito de ser das demais, formando um círculo vicioso.

Padrões institucionalizados são dispositivos que, segundo Foucault (2002), ordenam o nosso modo de viver. Para o filósofo, os discursos que operam sobre nossas vidas devem ser tratados como formações discursivas, isso porque eles sofreram um processo cultural histórico de formação, evidentemente, acatado pela própria sociedade inserida nele. Mas, em seu processo de formação, exclui ou permite que certos enunciados entrem no que ele chama de ordem do discurso, ou seja, farão parte daquela formação discursiva apenas as narrativas que possam interessar à consolidação do discurso como tal.

Como já dissemos, o discurso que impõe padrões no corpo da mulher também sofreu inúmeras modificações ao longo da história, não só por aquilo que enuncia, mas também pelos elementos que silencia. O padrão atual hegemônico, em seu processo de formação, assim como nos outros discursos, também permitiu a inclusão e a exclusão de determinados enunciados. Um exemplo que podemos dizer é que na atual formação discursiva sobre o corpo da mulher permite-se a inclusão do enunciado de que ser bonita é ser magra ou “sarada” e exclui-se o enunciado de que ser bonita é ter sobrepeso.

Excluindo enunciados não desejáveis, os discursos *in voga* na sociedade carregam em si o que Foucault chama de vontade de verdade, ou seja, ao encobrir os enunciados que não fazem parte da ordem do discurso, a formação discursiva tenta mostrar que a única verdade possível é aquela por ela pregada. Desse modo, o discurso oculta outras possíveis verdades que foram excluídas do seu processo de formação ao longo dos anos, coibindo as possibilidades de problematização mais ampla dos temas sociais.

Como se para nós a vontade de verdade e suas peripécias fossem mascaradas pela própria verdade em seu desenrolar necessário. [...] O discurso verdadeiro, que a necessidade de sua forma liberta do desejo e libera do poder, não pode reconhecer a

vontade de verdade que o atravessa; e a vontade de verdade, essa que se impõe a nós há bastante tempo, é tal que a verdade que ela quer não pode deixar de mascará-la. (FOUCAULT, 2001, p.19-20)

Evidentemente, também como já foi dito, as formações discursivas não são entidades impostas à sociedade de modo transcendente ou ahistórico: é a própria sociedade, por meio das suas práticas interacionais, que, ao longo do tempo, colabora para a aceitação ou não de certos discursos. Mesmo que possamos falar de discursos que partem de instituições com certa legitimidade como a igreja, a imprensa ou a escola, tais instituições são formadas por atores sociais, que são legitimados socialmente e por isso podem colaborar para a formação ou questionamento de discursos preferenciais.

Ao falar de uma rede social como *Instagram* em que seu principal objetivo é a publicação de fotos e videos compreendemos, então, o corpo como uma mensagem que deve ser lida ao ser vista. A vestimenta, a forma de se portar, as características corporais, tatuagens, tipo de cabelo, tipo de corpo e elementos nas fotos são mensagens que as influenciadoras passam para seus seguidores. É aqui que compreendemos o corpo como território político. Em “Meu corpo é um território político”, 2020, Dorotea Gómex Grijalva, a autora conta sua experiência como uma mulher descendente dos povos mayas. Grijalva nos relata seu contato com o feminismo e o motivo de nomear o seu corpo como um território político.

[...] assumo meu corpo como território político porque o entendo como histórico e não biológico. E, conseqüentemente, assumo que ele foi nomeado e construído a partir de ideologias, discursos e ideias que justificaram sua opressão, exploração, submissão, alienação e desvalorização. A partir daí, reconheço meu corpo como um território com história, memória e conhecimentos, tanto ancestrais quanto próprios, da minha história íntima. Ao mesmo tempo, considero meu corpo o território político que neste espaço-tempo posso realmente habitar, a partir da minha escolha de (re)pensar-me e de construir uma história própria dos pontos de vista reflexivo, crítico e construtivo.” (GRIJALVA, 2020, p.10)

Ainda em seu texto a escritora fala da sua experiência em se mudar de Santa Cruz de El Quiché para a capital da Guatemala. Foi quando Dorotea compreendeu que as características de seu corpo, vestimenta, corte de cabelo e forma de agir localizava ela como uma pessoa que não pertencia originalmente àquele local. Em seu relato a autora fala sobre os olhares que recebia ao andar nas ruas, como as pessoas a subestimavam por ser descendente do povo maya. Grijalva, após um tempo de estudo voltado ao feminismo e suas vertentes consegue “romper

com imposições que inibem nossa liberdade de ser pessoas humanamente livres, únicas e plenas” (p,22).

O movimento body positive e as influenciadoras digitais que nele estão inseridas buscam justamente isso: romper com as imposições da sociedade que fazem com que sigamos padrões institucionalizados. Para isso a exposição dos seus corpos gordos rompe com as leis normativas sociais e passam a ser considerados como corpos resistentes. Compreendemos que a exposição do corpo feminino gordo é uma forma de afirmar perante a sociedade a existência do mesmo.

O silenciamento dos corpos gordos femininos pode ser explicado pelo mito da beleza.

“Ele é a versão moderna de um reflexo em vigor desde a Revolução Industrial. À medida que as mulheres se liberaram da Mística Femina da domesticidade, o mito da beleza invadiu esse terreno perdido, expandindo-se enquanto a mística definhava, para assumir sua tarefa de controle social. A reação contemporânea é tão violenta porque a ideologia da beleza é a última remanescente das antigas ideologias do feminino que ainda tem o poder de controlar aquelas mulheres que a segunda onda do feminismo teria tornado relativamente incontroláveis.” (WOLF, 2019, p. 26-27)

Wolf ainda reitera que o mito da beleza se fortaleceu para assumir o poder de vigilância sob o corpo da mulher que a maternidade, domesticidade, castidade e passividade já não conseguem mais impor socialmente. Dessa forma o mito da beleza procura “destruir às ocultas e em termos psicológicos tudo de positivo que o movimento proporcionou às mulheres abertamente e em termos tangíveis” (WOLF, 2019, p. 27).

Ainda segundo a autora o que ocorreu foi uma mudança de instâncias reguladoras, e assim o padrão da mulher perfeita passou da feliz dona de casa para a modelo jovem e esquelética.

“A “pornografia da beleza” – que pela primeira vez na história da mulher associa à sexualidade, de forma direta e explícita, uma beleza “produzida” – está em toda parte, minando o sentido recém-adquirido e vulnerável do amorpróprio sexual. Os direitos reprodutivos deram à mulher ocidental o domínio sobre o próprio corpo. Paralelamente, o peso das modelos despencou para 23% abaixo do peso das mulheres normais a incidência de transtornos alimentares aumentou exponencialmente e foi promovida uma neurose em massa, que recorreu aos alimentos para privas as mulheres daquela sensação de controle sobre o próprio corpo. As mulheres insistiram em dar um caráter político à saúde. Novas tecnologias de cirurgias “estéticas” invasivas e potencialmente fatais foram desenvolvidas com o objetivo de voltar a exercer sobre as mulheres antigas formas de controle médico” (WOLF, 2019, p. 28).

Essas leis normativas sociais são produzidas pela própria sociedade e difundida em massa pelos meios comunicacionais e principalmente pelas redes sociais. Cada vez mais cedo meninas são atingidas por esses ideais e cada vez mais cedo buscam por tratamentos estéticos, dietas e outras intervenções que ajudem a aproxima-las do corpo ideal.

Para Wolf a máxima “as mulheres sempre sofreram pela beleza” sempre foi verdadeira, entretanto o que não era sabido antes é que esses ideais provinham de algum lugar e que tinha o caráter financeiro, ou seja, tinham “propósito [...] de aumentar os lucros daqueles anunciantes cujos dólares de patrocínio na realidade movimentavam a mídia, que por sua vez, criava os ideais”. (WOLF, 2019, p.16),

Ainda hoje uma das premissas defendidas por aqueles que são contra o feminismo e dos que vão contra o mito da beleza é a de que as mulheres que reclamam ou problematizam esses ideais “tem algum defeito”, ou são gordas, ou são feias, ou lésbicas ou incapazes de satisfazer um homem. (WOLF, 2019, p. 15).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CODO, Wanderley; SENE, Wilson A. **O que é Corpo(latria)**. São Paulo, Editora Brasileira: 1985.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 8. Ed. São Paulo, SP: Loyola, 2002. 79 p. (Leituras filosóficas)

FREIRE FILHO, J. **O poder em si mesmo**: jornalismo de autoajuda e a construção da autoestima. *Famecos*, v. 18, n. 3, p. 717-745, 2011.

GRIJALVA, Dorotea. **Meu corpo é um território político**. Zazie Edições. 2020.

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rosa dos Tempos. Rio de Janeiro, RJ. 2019.