

## Corpo gordo e empoderado: celebrando a diversidade nas redes sociais

*Fat and empowered body: celebrating diversity on social media*

### JORGIANA MELO DE AGUIAR BRENNAND

Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ) (2021); Mestre em Administração pelo IBMEC/RJ (2003); Especialista em Gerência Executiva de Marketing (2000) e Graduada em Comunicação Social (Jornalismo), pela Universidade Federal do Ceará (UFC) (1993). Pesquisadora do Laboratório de Comunicação, cidade e consumo (LACON) e dos grupos de pesquisa CAC (Comunicação, Arte e Cidade) e Comunicação Urbana, Consumo e eventos, todos pertencentes ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ. Atualmente, é professora 20 horas da graduação em Publicidade e Propaganda do Ibmec/RJ.  
[jorgianabrennand70@gmail.com](mailto:jorgianabrennand70@gmail.com)

### TATIANA CIONI COUTO

Professora-substituta da graduação de Relações Públicas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Doutora em Comunicação pela UERJ.  
[tatianaccouto@hotmail.com](mailto:tatianaccouto@hotmail.com)

### RESUMO

O objetivo deste artigo é refletir sobre temas como corpo gordo feminino, empoderamento e *body positive*, por meio da análise dos perfis no Instagram das influenciadoras digitais Alexandra Gurgel, Letticia Munniz e Jéssica Lopes. Para atingir o objetivo proposto, utilizou-se como metodologia a revisão bibliográfica combinada à análise de narrativas, considerando que essas abordagens qualitativas e interdisciplinares promovem uma visão mais abrangente sobre os temas estudados. Em conclusão, evidenciamos que o corpo feminino gordo encontra nas redes sociais mais voz e amplitude de reconhecimento para circular discursos de diversidade e *body positive*. Observamos, também, a partir das falas das influenciadoras, que celebrar a diversidade de corpos é essencial para a construção de uma sociedade mais inclusiva, onde todos possam viver com dignidade e respeito.

**Palavras-chave:** corpo gordo feminino; influenciadora digital; *body positive*

### ABSTRACT

*The aim of this article is to reflect on topics such as female fat bodies, empowerment and body positive, through the analysis of the Instagram profiles of digital influencers Alexandra Gurgel, Letticia Munniz and Jéssica Lopes. To achieve the proposed objective, a bibliographic review combined with narrative analysis was used as a methodology, considering that these qualitative and interdisciplinary approaches promote a more comprehensive view of the topics studied. In conclusion, we demonstrate that the fat female body finds more voice and recognition on social media to circulate diversity and body positive discourses. We also observed, based on the influencers' statements, that celebrating the diversity of bodies is essential for building a more inclusive society, where everyone can live with dignity and respect.*

**Keywords:** *female fat body; digital influencer; body positive*

## INTRODUÇÃO

O corpo é complexo. Falar sobre ele é entendê-lo como algo moldado pelo contexto social e cultural, no qual o indivíduo está inserido. Para Le Breton (2010), o corpo atua como uma espécie de lugar para práticas de interação, de atividades perceptivas e de “expressão de sentimentos, cerimoniais dos ritos de interação, conjunto de gestos e mímicas, produção da aparência” (LE BRETON, 2010, p. 7). Para o autor, o corpo tem papel fundamental como veículo de expressão de significados, sendo através dele que as conexões e interações entre os indivíduos com o mundo ao redor são estabelecidas e construídas.

Refletir sobre a corporeidade é necessário e relevante ao se observar a preocupação compulsiva das mulheres com o corpo perfeito nas sociedades contemporâneas, o que denota a pressão histórica que as instituições exerceram sobre elas para que se mantivessem magras. Ao longo dos séculos, os corpos femininos foram regulados, punidos e subjugados pelas instituições e sociedades.

Infelizmente, os indivíduos aprendem em diferentes instâncias desde muito cedo a ocupar e a reconhecer seus lugares sociais. Trata-se de um aprendizado, baseado em estratégias sutis, refinadas e naturalizadas, que são difíceis de serem reconhecidas (LOURO, FELIPE E GOLLNER, 2013) como arbitrárias. Como consequência dessas técnicas, reforçadas pelas instituições como Igreja e escola, o corpo feminino foi controlado e submisso às vontades dos maridos. Na moda, ele também era regrado. Na publicidade, era um corpo mercadoria, sendo exposto como objeto a ser consumido.

Nesse contexto, surgem discursos que subjugam, controlam e punem o corpo, mas também o empoderam. Este artigo percebe o discurso como um campo de batalha onde diferentes forças sociais disputam pela definição da verdade e da realidade (FOUCAULT, 2009).

Nas redes sociais, apesar dos avanços na emancipação feminina, os discursos revelam uma contínua estigmatização dos corpos femininos que não se encaixam no padrão estético dominante. Mesmo com tentativas de silenciá-lo, o corpo gordo tem um papel importante ao desafiar esses padrões e promover uma visão mais inclusiva. Nosso objetivo é mostrar como esse corpo, especialmente o feminino, encontra nas redes sociais uma plataforma para amplificar discursos de diversidade e *body positive*.

Partimos da hipótese de que as redes sociais oferecem ao corpo feminino gordo mais visibilidade e reconhecimento para promover esses discursos. Para refutar ou confirmar tal afirmativa, trabalharemos com a combinação de duas metodologias: levantamento bibliográfico e análise de narrativas por entendermos, a partir de Bastos e Biar (2015), que as narrativas são práticas sociais que não apenas refletem a realidade, mas também revelam processos de resistência e ressignificação de sentidos.

O intuito do estudo é analisar postagens dos perfis de três influenciadoras gordas no Instagram: Alexandra Gurgel, Letticia Munniz e Jéssica Lopes. A escolha das personagens foi baseada no número de seguidores e no tipo de conteúdo veiculado. Todas são seguidas por mais de 700 mil pessoas e produzem conteúdo focado na valorização do corpo gordo.

Avaliaremos seis publicações, sob a forma de imagem, texto ou *reels* (vídeos postados no Instagram), veiculadas entre 27/10/2022 e 06/07/2024 para observar como esse corpo aparece retratado. Para a seleção das postagens, usamos dois critérios: abordam o movimento *body positive* e destacam o empoderamento como uma libertação para o corpo feminino gordo.

## O CORPO FEMININO E O FEMINISMO

Ao longo da história, o papel das mulheres limitava-se ao de mãe, dona de casa e esposa, cuja função reduzia-se a cuidar do lar e dos filhos, pois a sociedade reforçava a ideia de que a maternidade era sua vocação natural. Viviam principalmente para os maridos, que, baseados em argumentos biológicos e religiosos, impunham regras sobre como elas deveriam se comportar, vestir e como seus corpos deveriam ser.

O século XIX representou um marco na luta pela liberdade das mulheres, pois foi naquela época que surgiram os primeiros indícios do feminismo, um movimento diversificado, caracterizado por dois momentos principais:

- 1) O movimento sufragista, que buscava o direito ao voto, à educação e a melhores condições de trabalho para as mulheres, revelando um feminismo heterogêneo e inclusivo (LOURO, FELIPE E GOELLNER, 2013).
- 2) A resistência à ditadura militar no Brasil (1964-1985) e o reconhecimento da necessidade de mais investimentos em pesquisas sobre a opressão e invisibilidade política das mulheres.

Importante ressaltar que a luta das mulheres por igualdade começou muito antes, com camponesas e trabalhadoras buscando sustento fora de casa (LOURO, FELIPE E GOELLNER, 2013).

Esse debate ganhou destaque no século XX com a afirmação da feminista Simone de Beauvoir de que nem toda pessoa do sexo feminino é necessariamente mulher. No livro *O Segundo Sexo*, publicado em 1949, ela afirma que não se nasce mulher, torna-se uma (BEAUVOIR, 1970). Mas, o que

é uma mulher? Beauvoir (1970) nos instiga com esse questionamento. As pistas são apresentadas à medida que tenta responder à pergunta evidenciando como as mulheres foram definidas em relação ao homem e sujeitas a várias restrições sociais e culturais na sociedade patriarcal.

Segundo a autora, a história de um corpo feminino subjugado começa na Bíblia, com Eva sendo criada a partir da costela de Adão (BEAUVOIR, 1970). Outras narrativas também associam a mulher à feitiçaria e à magia, como nas representações de divindades femininas.

As mulheres ainda eram apresentadas como “vassalas” de seus maridos. Não tinham controle sobre seus corpos, que eram subjugados pelos sistemas de poder, estruturas sociais e indivíduos com mais autoridade. Seus corpos eram objetificados e vistos como ferramentas a serviço dos homens (BEAUVOIR, 1970).

## O CORPO CONTROLADO

Le Breton (2013) categoriza as representações do corpo em cinco tipos: intocável, cartesiano, supranumerário, escamoteado e alter ego. Até a Idade Média, o corpo intocável era considerado inviolável. Com o Renascimento, o corpo passou a ser visto como um fator de individuação, separado do cosmos, dos outros e de si mesmo.

Nos séculos XVI e XVIII, o corpo começou a ser tratado de forma mais racional, comparado a uma máquina ajustável. Isso inclui o corpo autônomo da filosofia cartesiana e o corpo supranumerário, fundamentado em comprovações matemáticas. Na modernidade, o foco está na forma física, beleza e estética, envolvendo práticas como *jogging*, dietas e uso de cosméticos.

O conceito de “corpo alter ego” surge quando o corpo assume um papel crucial no discurso social, sendo visto como um capital e elemento de aceitação. Corpos considerados “estranhos”, como os de deficientes, são frequentemente hostilizados, sendo chamados de “corpos escamoteados”.

Le Breton (2013) também analisa o corpo feminino como objeto e fragmentado. O corpo objeto é moldado pela ginástica, enquanto o corpo fragmentado está ligado à procriação assistida, concepção *in vitro* e à figura da mãe de aluguel.

O corpo é, portanto, um campo complexo de significados sociais, culturais e individuais, central para a identidade e dinâmicas de poder e aceitação social.

## O CORPO PUNIDO

A sociedade ainda insiste na ditadura dos corpos, exigindo que se adote um padrão definido de corpo belo. Nesse sentido, cabe destacar o corpo dócil, proposto pelo filósofo francês Michel Foucault, em *Vigiar e Punir*. Segundo o autor, trata-se de um corpo que pode facilmente ser moldado, treinado e manipulado para se comportar de forma desejável e exigida pelo poder. Em busca do padrão de corpo adequado, muitas mulheres acabam moldando seus corpos de acordo com regras e expectativas das instituições, que fazem os indivíduos internalizarem tais regras e se comportarem de acordo com elas, perpetuando assim a ordem social estabelecida (FOUCAULT, 1987).

Em *Vigiar e Punir*, o pesquisador apresenta também o conceito de micro-instâncias de poder. Ele destaca a regulação do corpo, as práticas de avaliação e a normatização do comportamento para mostrar como o poder é exercido nas pequenas, detalhadas e cotidianas práticas nas instituições sociais. São nessas micro-instâncias, nas pequenas coisas como o tipo de roupa que as mulheres podem usar, que o poder se exerce reforçando a ideia de que a disciplina reside nos detalhes (FOUCAULT, 1987).

Apesar de não focar especificamente no corpo feminino, o autor introduz o conceito de política de coerções, que envolve uma manipulação calculada dos elementos, gestos e comportamentos do corpo. Por exemplo, ao impor um tipo de roupa aceitável para mulheres, a sociedade manipula o comportamento feminino para que se ajuste ao que as instituições consideram adequado.

## O CORPO EMPODERADO

À luz do movimento feminista, empoderamento diz respeito a “dar poder”, resultando em um processo da conquista da autonomia, que implica “na libertação das mulheres das amarras da opressão de gênero, da opressão patriarcal” (SARDENBERG, 2006, p. 2). O objetivo principal do empoderamento é acabar com a ordem patriarcal nas sociedades atuais e permitir que as mulheres tenham mais controle sobre seus próprios corpos. Isso envolve questionar a ideologia patriarcal, transformar as estruturas que perpetuam a discriminação de gênero e criar condições para que as mulheres pobres tenham acesso e controle sobre recursos materiais e informacionais (SARDENBERG, 2006).

Pensar em empoderamento feminino é imaginar um corpo que se beneficie dessas novas regras, tornando-se livre das amarras e regras das instituições patriarcais. Trata-se, portanto, de um corpo autônomo, que expressa sua identidade e reivindica seus direitos sem medo ou restrições.

## O CORPO FEMININO GORDO E O MOVIMENTO *BODY POSITIVE*

Até o século XIX, corpos volumosos eram vistos como sinônimo de riqueza, poder, beleza e boa saúde. Em contrapartida, corpos esqueléticos eram associados ao oposto, como feiura, pobreza e escassez (JIMENEZ-JIMENEZ, 2020).

Com o avanço da medicina no século XIX, começou-se a problematizar os corpos gordos, pois a gordura passou a ser apontada como responsável por várias doenças (MARTINS E CARRERA, 2020). Segundo as autoras, a intolerância à gordura afetava mais as mulheres do que os homens. Embora a cintura fina fosse valorizada, os homens podiam ter um pouco de gordura “aceitável,” enquanto nas mulheres, a gordura era considerada um defeito.

Nos anos 1920, a obesidade no Brasil já era vista como sinal de má saúde. Desde então, de acordo com as pesquisadoras, o corpo magro se tornou o padrão de beleza, impulsionando dietas e a busca por um corpo sem gordura. Até a contemporaneidade, o ideal de beleza feminina esteve associado a um corpo magro, *fitness* e jovem (RESENDE E TILIO, 2023). A sociedade exigia que as mulheres fizessem grandes esforços para atender a esse padrão de beleza.

Ao longo dos anos, os corpos gordos foram bastante estigmatizados, passando “a ser vistos como a representação do fracasso, do conformismo e do desleixo” (MARTINS E CARRERA, 2020, p. 608). A propagação dessa ideia levou à exclusão de corpos gordos em muitos espaços, que não foram projetados para acomodá-los, mas sim para fazê-los se sentir desconfortáveis e incentivar a perda de peso (MARTINS E CARRERA, 2020).

Na moda, não é diferente. Segundo Aires (2019), a maioria das lojas só produz roupas até o tamanho 46. Isso leva quem veste tamanhos maiores a buscar lojas especializadas, configurando outra forma de exclusão dos corpos gordos.

Apesar do estigma, é inegável o aumento das pessoas acima do peso nas sociedades contemporâneas. Estudo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), divulgado em 2023, revela que atualmente 56,8% dos brasileiros estão acima do peso<sup>[1]</sup>. Apesar dessa população ser maioria no Brasil, por que um corpo gordo não é julgado normal? Por que, mesmo assim, os corpos gordos continuam sendo ignorados, marginalizados e criticados?

Perguntas como essas serviram de base para o surgimento do movimento *body positive*, nos Estados Unidos, cuja origem remonta aos anos 1960, quando questões corporais e discriminação contra corpos gordos passaram a ser discutidas entre as mulheres (CWYNAR-HORTA, 2016).

Na contramão do processo de padronização do corpo feminino, o *body positive*, que traduzido do inglês, significa corpo positivo, exalta a diversidade corporal. Trata-se de um movimento social que promove a autoaceitação e igualdade de todos os tipos de corpos, independentemente de tamanho, peso, cor e limitações (MARTINS E CARRERA, 2020).

No Brasil, segundo as autoras, a discussão desse movimento foi impulsionada somente em 2018 com o lançamento do livro *Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário*, da influenciadora Alexandra Gurgel<sup>[2]</sup>.

## OS INFLUENCIADORES E A ACEITAÇÃO DO CORPO REAL

O termo influenciador digital surgiu com a profissionalização dos *blogs*, segundo Karhawi (2021), em artigo que analisa como o discurso feminista é apropriado pelas influenciadoras de moda e beleza em suas redes sociais.

A autora descreve a evolução da blogosfera em quatro etapas:

- **Vanguarda:** primeiros blogs brasileiros, amadores e sem retorno financeiro;
- **Legitimação:** blogueiras ganham voz e constroem confiança na internet;
- **Institucionalização:** blogs se tornam negócios com a entrada da publicidade e das marcas;
- **Profissional:** a diversidade de plataformas expande a atuação e blogueiras se tornam influenciadoras digitais.

A pesquisadora destaca ainda que o feminismo nas mídias digitais levou blogueiras de moda a aderir às pautas sociais e políticas, reforçando a ideia de que o ativismo encontrou nas redes sociais o lugar mais importante para a sua propagação (KARHAWI, 2021).

Além do ativismo, cabe citar também o uso das redes para promoção de padrões de beleza e estilos de vida. Resende e Tílio (2023) explicam que o Instagram, por ser um aplicativo visual, é ideal para a disseminação de tais questões.

Para entender o sentido do corpo feminino e a procura pela beleza, os pesquisadores entrevistaram, em 2020, seis influenciadoras heterossexuais, brancas e com idades entre 21 e 25 anos, sobre temas como treino físico, silicone “natural” e corpo magro. Descobriram que, no discurso delas, um corpo magro e musculoso é associado à saúde, enquanto o corpo gordo é visto como doente, “destacando a necessidade de autocuidado e autocontrole como responsabilidade individual” (RESENDE E TÍLIO, 2023, p.9).

Apesar de haver muitas influenciadoras focadas na propagação do padrão de corpo perfeito, há um movimento contrário, que defende a aceitação corporal. Muitas delas pertencem ao

movimento *body positive*. As ativistas desse movimento também são atuantes nas redes sociais, principalmente no Instagram. Dentre elas, destacamos Alexandra Gurgel, Letticia Munniz e Jéssica Lopes, cujos perfis serão analisados a seguir<sup>[3]</sup>.

#### ALEXANDRA GURGEL:

Jornalista, *youtuber* e referência em feminismo, *body positive* e gordofobia<sup>[4]</sup>, Alexandra Gurgel tinha, em 10/07/2024, 970 mil seguidores em seu perfil no Instagram<sup>[5]</sup>.

Como objetos de análises, selecionamos uma publicação, do tipo carrossel<sup>[6]</sup> e um *reel*, veiculados respectivamente em 27/10/2022 e 06/06/2024.

#### Análise do post 1: Alexandra como capa da revista Vogue<sup>[7]</sup>

No *post*, assinado pela revista Vogue, Alexandra Gurgel compartilha uma experiência dolorosa de sua infância. Aos nove anos, um endocrinologista disse que ela nunca seria amada se fosse gorda. Esse comentário a fez odiar seu corpo e acreditar que precisava ser magra. Hoje, Alexandra usa sua experiência para ajudar milhares de pessoas a se libertarem dessas pressões.

O texto destaca como o corpo gordo é frequentemente preso por normas sociais. A Vogue, normalmente focada em corpos magros, escolheu abordar a gordofobia em colaboração com Alexandra, rompendo com a tradição de normalizar a magreza.

A postagem que, além do texto, traz os créditos das fotos e outras informações técnicas, possuía mais de 63 mil curtidas e 1022 comentários, em 10/07/2024.

Interessante destacar que o primeiro comentário é da própria Alexandra:

To chorando EMOCIONADAAAAAAA 🥰🥰🥰🥰❤❤❤❤❤ tem  
noção do que isso significa???? OBRIGADA PELO ESPAÇO!!!

O comentário revela a emoção da influenciadora em ser capa de uma revista de moda, conhecida internacionalmente por apresentar modelos de corpos magros. Trata-se de uma quebra de paradigmas no mundo da moda e da mídia, pois significa a conquista de um espaço, anteriormente negado a um corpo feminino gordo. A capa amplia a diversidade de corpos representados e promove um discurso mais inclusivo, incentivando a aceitação de diferentes formas e tamanhos, transmitindo, portanto, as bases do movimento *body positive*. Isso reflete uma mudança cultural importante, onde a beleza é reconhecida em sua diversidade.

Por meio desse comentário, confirmamos o observado em Bastos e Biar (2015), quando afirmam que as narrativas também revelam ressignificação de sentidos, que aparece nos comentários dos seguidores da influenciadora, reforçando a ideia de que as narrativas produzem significados de forma interativa (SPINK, 2010). O público, por exemplo, pode

concordar com as perspectivas de Alexandra, reverberando os mesmos sentidos, ou discordar delas, produzindo novas significações, como evidenciado abaixo:

Comentário 1: VC É UMA DIVA DESDE DAS PALAVRAS ATÉ A BELEZA RARA! ❤️; Comentário 2: Lindaaa! Como é importante essa representatividade! 🍷❤️; Comentário 3: E viva obesidade 🧑♀️🧑♀️ pelo amor

De forma irônica, o autor do último comentário sugere que a foto da capa é uma apologia à obesidade e que, portanto, aquele espaço não pertence a um corpo feminino gordo. A afirmação é reflexo do preconceito que ainda persegue esse tipo de corpo que também pode ser saudável, como explícito no *post*: “Saúde não é corpo magro. É um corpo com exames em dia e saúde mental”.

Os *feedbacks* acima endossam a ideia de que os significados são construídos socialmente e não individualmente, pois “o sentido é sempre interativo: os enunciados de uma pessoa [...] são endereçados a uma outra pessoa e esses endereçamentos se inter-animam mutuamente” (SPINK, 2010, p. 35).

#### *Análise do post 2 – “Você tem medo de ir ao médico?”<sup>[8]</sup>*

O *post, reel* publicado em 06/06/2024, começa com vários questionamentos: você tem medo de ir ao médico? De exames? Será que isso tem a ver com a gordofobia e outros preconceitos, como no caso da LGBTfobia, sofrida na infância, adolescência ou na fase adulta? Conta como é pra você?”

Alexandra resgata o relato que aparece na postagem analisada anteriormente: a experiência pessoal na primeira consulta com um endocrinologista aos nove anos: “minha mãe me levou ao médico, que disse que ninguém ia me querer porque eu era gorda. Além de ser uma criança ouvindo que ninguém vai me desejar, é muito cruel ouvir isso, né? Adulto já seria horrível, imagina criança”.

O relato de Alexandra denuncia uma questão séria: os médicos preocupam-se demasiadamente com o fato de o paciente estar acima do peso, ignorando outras questões: “A gordofobia médica se revela na insistência desmedida em emagrecimento como solução universal, desconsiderando a complexidade do ser humano”, lembra ela.

Em busca do corpo adequado, muitas mulheres moldam seus corpos conforme regras de instituições como a escola e a igreja, que ditam comportamentos e perpetuam a ordem social estabelecida, conforme observado por Foucault (1987).

O *post* de Alexandra Gurgel possuía 956 curtidas, 54 comentários e 48 compartilhamentos, em 04/07/2024. Interessante notar que, embora houvesse poucos comentários em relação ao *post* anterior, neste *reel*, os seguidores curtiram a postagem com um coração, indicando apoio às ideias da influenciadora.

Outro ponto destacado é um pedido recorrente em histórias de pessoas gordas: “A gente quer ser tratado como gente.” Esse apelo soa inimaginável no século XXI, especialmente entre as mulheres que conquistaram tantos avanços, como o empoderamento feminino, que as libertou das regras patriarcais, permitindo afirmarem sua identidade e seus direitos sem medo.

#### LETTICIA MUNNIZ

Aos 34 anos, a capixaba Letticia Munniz usa sua história de resignificação do exercício físico para inspirar seus seguidores a combater o sedentarismo e a aceitar seus corpos, especialmente mulheres gordas<sup>[9]</sup>. Em 11/07/2024, seu perfil no Instagram reunia 1,1 milhão de seguidores<sup>[10]</sup>.

Como objetos de análises, optamos por um *post* carrossel e um *reel*, publicados respectivamente em 02/04/2024 e 15/05/2024.

#### Análise do *post* 3 – Na praia do Leblon<sup>[11]</sup>

“Estar no sol, ser uma estrela como ele, é como eu me sinto em relação a mim, a meu corpo”. É assim que Letticia Munniz inicia o *post* carrossel, publicado em 02/04/2024, que traz sete fotos da influenciadora de maiô na praia do Leblon, no Rio de Janeiro. Na postagem, a influenciadora expressa desânimo, cansaço e desmotivação com o mundo, com as marcas e com a mídia, sugerindo que o culto à magreza e a exclusão voltaram. A ausência de modelos gordos na publicidade e o silenciamento da mídia e das marcas em relação a corpos acima do peso, com a mensagem implícita de que “se quiserem existir, que emagreçam”, reforçam o pensamento de Letticia.

No final do *post*, a influenciadora desabafa: “Eu não queria ter que lutar todos os dias, eu só queria existir, ter o direito de só ser feliz também”, ecoando o mesmo sentimento observado no *reel* analisado de Alexandra Gurgel.

O desabafo de Letticia levanta várias questões, mas destaca principalmente a exclusão de corpos que a sociedade não considera adequados. Ser gorda é ter um corpo que não existe para os outros e ter de lutar todos os dias para que as coisas mudem, conforme sugerido na postagem que, até 11/07/24, havia obtido 18 mil curtidas e 466 comentários, a maioria apoiando Lettícia a não desistir da luta pela inclusão dos corpos gordos, conforme comentários abaixo de algumas seguidoras:

Comentário 1: Cansar faz parte do processo, desistir jamais, vc me inspira e tenho certeza que inspira tantas outras mulheres que precisam de vc ♥; Comentário 2: Lelê, também me sinto exausta e cada dia mais invisibilizada. Mas você é uma voz importante, um corpo potente, estamos com você ♥

Tal reverberação explícita que as narrativas contam histórias cotidianas, estimulam o diálogo entre diferentes áreas do conhecimento e investigam as falas de atores sociais em contextos sociais distintos, (BASTOS E BIAR, 2015; SPINK, 2010) onde a interação é parte essencial do processo.

#### Análise do post 4 – As capas da revista Boa Forma<sup>[12]</sup>

O *reel*, publicado em 15/05/2024, é acompanhado do texto: “eu nunca respondo o *hate* que meu corpo leva diariamente na internet, odeio polêmicas envolvendo meu nome e meu trabalho que faço com tanta força e vontade de mudar o mundo, mas hoje deu vontade ... vocês disseram que eu podia ser afrontosa, então aí está .... 🙄👩 kkk”, acompanhado das *hashtags*: #boaforma #plussize #curvy #midsize #saude.

No vídeo, Letticia Muniz comenta de forma sarcástica os títulos de diversas capas da revista Boa Forma: “magra em 5 minutos!! Caraca, por que não comprei essa?”; “Desafio de verão: menos 10 kg e um corpo novo até dezembro. Essa aqui se tiver alguém aí que não fez, eu faço R\$ 100 no pix agora” e “Menos 5 quilos em 15 dias com chá verde. Essa aí, se tu também não tentou, tu não mora no Brasil”.

A influenciadora comenta que, por 39 anos, as capas da Boa Forma apresentaram famosas magras junto com dietas milagrosas. Ela destaca que as capas não eram sobre saúde, mas sim sobre estética e como obter um corpo desejado e pronto para o verão com a dieta da capa. “Ninguém questionou se elas fumavam, [...] se elas se alimentavam bem, se tinham algum tipo de doença ou se tinham transtornos alimentares ou se faziam uso de remédio tarja preta”, ressalta Letticia.

Em tom irônico, o *reel* é “dedicado” aos *haters* da influenciadora que questionavam a sua forma física e o fato de ter sido capa de uma revista dedicada à boa forma física: “foi só um corpo como o meu ousar ser capa de uma revista chamada Boa Forma que a internet inteira correu para questionar a saúde e os hábitos da garota da capa”. A influenciadora mostra uma foto de quando era magra por ter bulimia e tomar laxantes e reitera: “Tenho certeza que se eu fosse capa com esse corpo aqui, ninguém ia questionar”.

E finaliza: “a Letticia da capa da Revista Boa Forma faz ginástica todos os dias da semana e não em busca de emagrecimento [...] A Letticia dessa capa, ao contrário daquela lá atrás, faz acompanhamento com endocrinologista e nutricionista. [...] Não fuma, não teve e nunca teve nenhum tipo de doença. [...] é muito mais saudável que muita gente magra que eu conheço. [...] E ainda assim para a sociedade só a Letticia magra e doente daquela outra foto que merecia estar nessa capa”.

A influenciadora afirma que não vai processar as pessoas que a criticaram, pois prefere usar o tempo para revolucionar a sociedade e ser a voz para auxiliar outras mulheres a se livrar da pressão estética, que leva milhares delas à depressão e encerra com a essência do movimento Corpo Livre: “Para mim, essa é a capa mais linda que já existiu em 39 anos de revista. Ela é a mais linda porque nela tem um corpo livre, saudável e feliz”.

O *reel*, até 04/07/2024, havia gerado 50 mil curtidas, 7.617 compartilhamentos e 4.178 comentários, a maioria enaltecendo o poder da influenciadora, como observado abaixo:

Comentário 1: Letícia, obrigada por existir. Por ser essa força, essa luz em meio a tanta insanidade. Você é preciosa demais ❤️; Comentário 2: ❤️ diva, incrível e necessária!

O vídeo reflete o movimento *body positive*, ou Corpo Livre, e serve como um alerta para mulheres gordas que sentem que não têm espaço. O discurso da influenciadora endossa o direito a um corpo livre de rótulos e julgamentos que ainda permeiam a sociedade diante de um corpo gordo.

### JÉSSICA LOPES

Consultora de imagem e criadora do método Empodera, que ajuda pessoas a se afirmarem através das roupas, Jéssica Lopes produz conteúdo na internet há mais de uma década. Aos 29 anos, a modelo gaúcha transforma a vida de mulheres ao abordar questões ligadas à moda, beleza, sexualidade e autoestima<sup>[13]</sup>. Em 11/07/2024, seu perfil no Instagram tinha 779 mil seguidores<sup>[14]</sup>.

Como objetos de análises, optamos por dois *reels*, publicados respectivamente em 06/06/2024 e 05/07/2024.

#### Análise do post 5 - "Sabe o que valoriza o seu corpo?"<sup>[15]</sup>

"Você deveria usar roupas que valorizam seu corpo". É assim que Jessica Lopes começa o vídeo veiculado em 06/06/2024 e ressalta: "eu duvido que você não tenha escutado isso pelo menos uma vez na sua vida". E prossegue: "Mas, aí, eu fico na dúvida. Valorizar, na verdade, seria esconder o seu corpo? Porque eu acho que é isso que esse povo quer dizer. Porque tem que esconder a barriga, tem que esconder o braço, tem que esconder a estria, a celulite, a cicatriz, a marquinha, a gordurinha. Tem que esconder até que é humana. Aí, tipo assim, que saco viver desse jeito."

Jéssica prossegue comentando sobre a imposição de regras da sociedade. Segundo a influenciadora, mesmo seguindo todas elas, ainda haverá críticas e julgamentos. No vídeo, ela destaca a importância de se sentir feliz e confortável com a roupa que está usando e complementa: "o seu maior acessório de estilo sempre será a autoestima e a sua autoconfiança."

O *reel* é acompanhado do seguinte texto: "Sabe o que 'valoriza' o seu corpo? Você ser livre para ser quem você é! Sem rótulos, sem caixas". O *post*, até 04/07/2024, havia gerado 4342 curtidas, 179 compartilhamentos e 241 comentários, que, diferentemente das outras influenciadoras analisadas, foram respondidos por Jéssica, que não privilegia críticas ou elogios.

Interessante observar que o vídeo recebeu muitas críticas, como: “Mulher tu tem o rosto lindo mais o corpo não dá né”, prontamente respondida pela influenciadora e algumas seguidoras que a defenderam.

Notamos muitos elogios nos comentários. A maioria é de pessoas agradecendo as dicas e elogiando o conteúdo postado.

#### Análise do post 6 – Romantização da magreza<sup>[16]</sup>

O segundo *reel*, postado em 05/07/2024, é iniciado com uma crítica a estampa de uma camiseta: “eu amo Ozenpic” (remédio que trata o Diabetes tipo 2), da marca alemã Namilia, no Berlim Fashion Week. Jessica ressalta que a marca tentou criticar a romantização da magreza, mas “parece que o tiro saiu um pouco pela culatra, uma vez que essa marca não possui nem numerações ou corpos plurais a representando”, pondera e prossegue: “tanto se fala da romantização da obesidade, que sinceramente nem existe. Mas, e sobre a romantização da magreza? Quem fala?”.

A continuação do vídeo de Jéssica traz para o debate o respeito ao corpo gordo, com o direito de ser tratado com “humanidade, dignidade, ter acesso à saúde, a roupas, enfim ao básico”, apelo que também apareceu nas postagens analisadas de Alexandra Gurgel e Letticia Munniz. Jéssica reforça ainda no vídeo que os gordos deveriam ter acesso a todos os direitos, mas estão presos em um sistema que “que romantiza a magreza a todo custo”.

O *reel* é acompanhado do seguinte questionamento: Quando foi que você entendeu que o que é romantizado na nossa sociedade é a magreza?, seguido das *hashtags*: #bodypositive #autoestima #emagrecimento. O vídeo, até 12/07/2024, havia obtido 6964 curtidas, 334 compartilhamentos e 581 comentários. Diferente do vídeo analisado anteriormente, este gerou uma série de críticas de pessoas que deturparam o objetivo pretendido por Jéssica: alertar sobre os riscos da romantização da magreza. A maioria dos comentários são gordofóbicos, como evidenciado abaixo:

Comentário 1: A magra não tem risco de quebrar o joelho, problemas cardiovasculares, e não se cansar com 5 min de caminhada 😄😄😄😄  
; Comentário 2: Eu amo ser magro e me odiaria sendo gordo; Comentário 3: Emagreça e para de falar das meninas magras, aí você vai vê o que é ser bonita.

Assim como observado na análise anterior, Jéssica responde os comentários sempre informando que não faz apologia à obesidade, mas sim conscientiza as pessoas sobre questões ligadas ao corpo gordo.

Apesar dos avanços do movimento *body positive*, os comentários observados neste vídeo mostram que ainda há muita resistência à diversidade de corpos. A sociedade permanece cheia de preconceitos ao corpo gordo, evidenciando a complexidade do combate à gordofobia.

## CONCLUSÃO

O mundo mudou e o processo de se tornar mulher também. Tornou-se mais diversificado e abrangente. Pluralizou-se. Surprenderia até Simone de Beauvoir. No entanto, a aceitação das mulheres gordas ainda apresenta desafios. Apesar dos avanços e do movimento *body positive*, muitas dessas mulheres enfrentam preconceitos diários que afetam sua autoestima.

Infelizmente, os corpos gordos ainda são punidos, vigiados e controlados pela sociedade. Ainda assim, influenciadoras como Alexandra Gurgel, Letticia Munniz e Jéssica Lopes estão lutando para dar visibilidade a esses corpos e promover uma aceitação sem julgamentos. Elas ajudam a ampliar as vozes dos corpos gordos na internet, contribuindo para uma representação mais inclusiva e positiva.

O empoderamento do corpo das três se faz presente no número expressivo de seguidores, curtidas, comentários e compartilhamentos em seus perfis no Instagram. A visibilidade que as três produtoras de conteúdo possuem em um mundo fora do culto à magreza é expressiva e constitui um discurso de empoderamento do corpo gordo.

As três reconhecem que esse corpo precisa de exercícios, nutricionistas e endocrinologistas, concordando que o acompanhamento médico é importante. Elas também destacam a falta de marcas que ofereçam roupas para tais corpos e, principalmente, reivindicam direitos iguais em todas as áreas da sociedade.

Alexandra fala em libertar os corpos gordos dos preconceitos da sociedade. Em uma postagem, a influenciadora pede que o gordo seja tratado como gente. A denúncia do corpo excluído e sem direitos é explícita.

Em um dos *reels* analisados, Letticia compartilhou a experiência de ser capa da Revista Boa Forma. Ela destacou que seu corpo saudável foi muito mais julgado do que os corpos das mulheres magras presentes na revista. Para ela, o culto à magreza e a exclusão do corpo gordo voltaram à sociedade. Letticia se sente desanimada pela luta constante contra essa exclusão, mas está determinada a continuar dando voz a outras mulheres gordas.

Jéssica também critica a ideia do “corpo perfeito” associada à magreza e defende que todos os corpos devem ser aceitos e celebrados sem punições.

As três influenciadoras falam sobre como a sociedade exclui e pune corpos que não se encaixam no padrão. Alexandra, Jéssica e Letticia combatem o culto à magreza e a obsessão por corpos perfeitos, procurando escapar dos discursos de controle e punição que Foucault (1987) descreveu. A luta pela aceitação de todos os corpos é um tema comum em seus *posts*, ratificando a hipótese de que o corpo feminino gordo encontra nas redes sociais mais voz e amplitude de reconhecimento para circular discursos de diversidade e *body positive*.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AIRES, Aliana. *De gorda a plus size: a moda do tamanho grande*. São Paulo: Estação das letras e cores, 2019.
- BASTOS, Líliliana Cabral; BIAR, Liana de Andrade. *Análise de narrativa e práticas de entendimento da vida social*. *Delta*, São Paulo: PUC, v. 31, n. 01, p. 97-126, ago. 2015. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/delta/article/view/22221/17983>. Acesso em: 10 jul. 2024.
- BEAUVOIR, Simone. *O segundo sexo*. Volume 1 - Fatos e mitos. 4. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970.
- CWYNAR-HORTA, Jessica. *The Commodification of the Body Positive Movement on Instagram*. *Communication and Culture Program. Stream: Interdisciplinary Journal of Communication*, Vancouver: Simon Fraser University, v. 8, n. 2, p. 36–56, 2016. Disponível em: <https://journals.sfu.ca/stream/index.php/stream/article/view/203/180>. Acesso em: 15 jul. 2024.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 18. ed. São Paulo: Loyola, 2009.
- \_\_\_\_\_. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.
- JIMENEZ-JIMENEZ, Maria Luísa. *Lute como uma gorda: gordofobia, resistências e ativismos*. 2020. 237 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2020. Disponível em: [https://ri.ufmt.br/bitstream/1/4081/1/TESE\\_2020\\_Maria%20Luisa%20Jimenez%20Jimenez.pdf](https://ri.ufmt.br/bitstream/1/4081/1/TESE_2020_Maria%20Luisa%20Jimenez%20Jimenez.pdf). Acesso em: 20 jul. 2024.
- KARHAWI, Isaaf. *Influenciadoras digitais de moda e beleza: do look do dia ao consumo de ativismo*. Dossiê Apropriações e ressignificações na arte e no pensamento. *Eco Póis*, Rio de Janeiro: UFRJ, v. 24, n. 3, p. 423-453, 2021. Disponível em: [https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/article/view/27617](https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27617). Acesso em: 10 jun. 2024.
- LE BRETON, David. *Antropologia do corpo e da modernidade*. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2013.
- \_\_\_\_\_. *A sociologia do corpo*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.
- LOURO, Guacira Lopes; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana Vilodre. *Corpo, gênero e sexualidade - um debate contemporâneo na educação*. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.
- MARTINS, Vírnia Maria Peixoto; CARRERA, Fernanda Ariane Silva. *Body positive no instagram: uma análise dos modos de aceitação corporal a partir da roleta interseccional*. *Razón y Palabra*, Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, v. 24, nº 109, p. 605-635, Septiembre-diciembre 2020. Disponível em: <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1713>. Acesso em: 30 mai. 2024.
- RESENDE, Natália Fernandes; TILIO, Rafael De. *“Ficar mais Barbie”: sentidos sobre corpo para influenciadoras digitais do Instagram*. *Psicologia em Pesquisa*, Juiz de Fora: UFJF, v. 17, n. 3, p. 1-28, ago. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/psicologiaempesquisa/article/view/36457>. Acesso em: 10 jun. 2024.

SARDENBERG, Cecília M.B. *Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista*. Comunicação oral apresentada ao I Seminário Internacional: Trilhas do Empoderamento de Mulheres. Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 5 a 10 de junho de 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6848>. Acesso em: 25 nov. 2023.

SPINK, Mary Jane. *Linguagem e produção de sentidos no cotidiano*. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2010.

- 
- [1] Informações disponíveis em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2023-06/mais-da-metade-dos-brasileiros-tem-excesso-de-peso-aponta-estudo>. Acesso em: 05 jul. 2024.
- [2] Em seu perfil no Instagram, Alexandra refere-se a esse movimento como “Movimento do Corpo Livre”.
- [3] Respeitamos as falas das influenciadoras e os comentários nos *posts* analisados, com seus eventuais erros e coloquialismos.
- [4] Informações disponíveis em: <https://www.record.com.br/autores/alexandra-gurgel/>. Acesso em: 10 jul. 2024.
- [5] Informações disponíveis em: <https://www.instagram.com/alexandragurgel/>. Acesso em: 10 jul. 2024.
- [6] O *post* carrossel Instagram funciona como se fosse um álbum, com várias imagens/vídeos compilados numa mesma publicação.
- [7] Disponível em: [https://www.instagram.com/p/CkN9SBaOFFv/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CkN9SBaOFFv/?img_index=1). Acesso em: 10 jul. 2024.
- [8] Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C74Q6uWuJon/?igsh=ZWw5ZHZvN2ppNXFx>. Acesso em: 4 jul. 2024.
- [9] Informações disponíveis em: <https://revistaquem.globo.com/entrevistas/noticia/2024/04/leticia-munniz-fui-uma-crianca-atleta-afastada-do-esporte-pela-pessao-estetica-mas-me-reencontrei.ghtml>. Acesso em: 10 jul. 2024.
- [10] Informações disponíveis em: <https://www.instagram.com/leticiamunniz/>. Acesso em: 11 jul. 2024.
- [11] Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C5Q1Lg1rxoM/?igsh=dWhwcDF1ZWVuNHhs>. Acesso em: 10 jul. 2024.
- [12] Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/C6\\_3RJYR1H4/?igsh=MTRsOXFqa2RudnBhcA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/C6_3RJYR1H4/?igsh=MTRsOXFqa2RudnBhcA%3D%3D). Acesso em: 11 jul. 2024.
- [13] Disponível em: <https://www.correiodopovo.com.br/blogs/correiofeminino/falando-sobre-autoestima-e-lutando-contra-a-gordofobia-j%C3%A9ssica-lobes-inspira-milhares-de-mulheres-1.806723>. Acesso em: 12 jul. 2024.
- [14] Disponível em: <https://www.instagram.com/jessicalopes>. Acesso em: 11 jul. 2024.
- [15] Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C75NbvqJMwf/?igsh=MXgxcHJydmFla251cw%3D%3D>. Acesso em: 11 jul. 2024.
- [16] Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C9DluQnJKH8/?igsh=aDMxa296Ymt6djNu>. Acesso em: 11 jul. 2024.