

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP**

ALESSANDRA TAMIE TORRIZELLA OGASSAVARA

**ANÁLISE DE CONTEÚDO DO MOVIMENTO CORPO LIVRE
NO DEBATE DO PRECONCEITO CORPORAL**

MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

**SÃO PAULO
2021**

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

ALESSANDRA TAMIE TORRIZELLA OGASSAVARA

**ANÁLISE DE CONTEÚDO DO MOVIMENTO CORPO LIVRE
NO DEBATE DO PRECONCEITO CORPORAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Estudos
Pós-Graduados em Ciências Sociais, da Pontifícia
Universidade Católica de São Paulo, como
requisito parcial para a obtenção do título de
Mestre em Ciências Sociais.
Orientador(a): Profª. Dra. Rosemary Segurado

SÃO PAULO
2021

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dra. Rosemary Segurado
(Orientadora – PEPG/CS – PUCSP)

Prof^ª. Dra. Maria Celeste Mira
(PEPG/CS – PUCSP)

Prof^ª. Dra. Vivian Aparecida Souza Soares César
(IEA-USP)

"O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- Brasil (CAPES) – nº 88887.500375/2020-00"

"This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – nº 88887.500375/2020-00"

AGRADECIMENTOS

À Prof^a. Dra. Rose Segurado por ter abraçado o tema desde a entrevista do mestrado, por todo o direcionamento assertivo durante o processo e em todas as orientações e por ter acreditado em mim, na minha dedicação e nas minhas escolhas, estando sempre junto e compartilhando delas comigo.

À Prof^a. Dra. Maria Celeste Mira, pelos ensinamentos nos últimos momentos do mestrado até o processo final, por proporcionar aulas estimulantes que permitiram abrir um debate e contribuir com esta dissertação.

À Prof^a. Dra. Vivian Aparecida Souza Soares César por aceitar fazer parte dessa jornada, entrar de coração na ideia do tema e contribuir de forma assertiva com seu conhecimento durante a qualificação.

À CAPES e à FUNDASP pela bolsa que pode tornar esse trabalho possível.

Aos amigos que a PUC me proporcionou: Sérgio Atieh, Sávio Melgaço, Marcio Effgen e Emelson Macedo, que além de ajudarem a manter minha sanidade em dia e de rir de coisas inesperadas, me mostraram que podemos encontrar pessoas incríveis em momentos que nem esperamos.

Aos meus amigos e família, mesmo os que estão distantes fisicamente, por me apoiarem e se interessarem por cada passo que eu dei, além de me ajudarem a enxergar meu progresso ao longo do processo. Em especial, à Aline, por me ouvir todos os dias, me ajudar no que eu precisei, criticar, me colocar no chão e se orgulhar dos meus progressos.

Aos meus pais por poderem tornar essa dissertação possível e por me apoiarem em tudo desde o início e acreditarem em mim, sem me deixar cair em nenhum momento, como sempre fizeram.

À Lorena, que me ajudou em momentos que eu precisei de alguém para ponderar os problemas que eu achava que não conseguiria resolver, que está comigo há quase 10 anos me apoiando em todas as empreitadas que eu resolvo fazer e acreditando sempre em mim.

Por fim, à Deus e aos meus guias que estiveram comigo e sempre estarão, em todos os momentos difíceis que tive que enfrentar, me permitindo chegar até aqui hoje.

RESUMO

Esta dissertação é uma análise política e social sobre o corpo a partir do Movimento Corpo Livre, criado em 2019, a fim de entender se a influência dessa ação social tem sido suficientemente impactante para causar mudanças significativas na aceitação corporal de seus adeptos e na diminuição do preconceito corporal. O estudo se desenvolve a partir de uma análise da História do corpo para criar uma linha do tempo traçando o contexto de como a sociedade enxerga o corpo, o transforma e como surge o preconceito nos moldes que temos na atualidade, visando compreender a necessidade de um movimento como esse atualmente. Como método de pesquisa, foram analisadas as redes sociais utilizadas pelo Corpo Livre, sobretudo os vídeos do canal de Youtube da criadora Alexandra Gurgel, além de repercussões dentro e fora das mídias sociais que podem ter relação e serem resultantes da pauta trazida pelo movimento. Por fim, o estudo conclui que o movimento conseguiu obter conquistas ao longo de sua trajetória, visto que foi possível observar repercussões relacionadas ao tema durante o período analisado nesta pesquisa, mas ainda está apenas iniciando sua empreitada, de forma que ainda há melhorias e desafios a serem enfrentados.

Palavras-chave: preconceito corporal, corpo livre, *body positive*, políticas do corpo, dismorfia corporal.

ABSTRACT

This dissertation is a political and social analysis of the body from the “Corpo Livre” Movement (body positive or free body), created in 2019, in order to understand whether the influence of this social action has been sufficiently impactful to cause significant changes in the body acceptance of its adherents and in the reduction of body prejudice. The study is developed from an analysis of the history of the body, to create a timeline and to trace the context of how our society sees the body and transforms it, and how prejudice emerged in the molds we have today, in order to understand the need of a social movement like this. As a research method, the social networks used by “Corpo Livre” were analyzed, especially the videos from the Youtube channel by the creator Alexandra Gurgel, as well as the repercussions inside and outside of social media that may be related and results from the agenda brought by the movement. Finally, the study concludes that the movement was able to get achievements along its trajectory, as well as it was possible to observe repercussions related to the theme during the period analyzed in this research, but it is still just starting its endeavor, so that there are still improvements and challenges to be faced.

Keywords: body prejudice, free body, body positive, body policies, body dysmorphia.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1..... 43

Figura 2..... 49

Figura 3..... 90

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. CULTURA DO CORPO.....	14
1.1. O CORPO SOCIAL	14
2. O CORPO POLITICAMENTE.....	23
2.1. A RESISTÊNCIA DO CORPO E A MANIPULAÇÃO CONSTANTE.....	23
2.2. SAÚDE E ESTIGMATIZAÇÃO.....	34
2.3. O MOVIMENTO CORPO LIVRE	43
2.3.1 O MOVIMENTO E O FEMINISMO	49
3. A DESINFORMAÇÃO DO CORPO	51
3.1. DISTOPIA E DISMORFIA	51
3.1.1 CIRURGIAS PLÁSTICAS – EXPRESSÃO DA DESIGUALDADE	65
3.2. BOLHAS CIBERNÉTICAS	67
4. PESQUISA DE ANÁLISE DAS REDES	70
4.1. METODOLOGIA	70
4.2. AS PLATAFORMAS DIGITAIS E SUAS CARACTERÍSTICAS	71
4.2.1. O MOVIMENTO CORPO LIVRE DENTRO DAS PLATAFORMAS	78
YOUTUBE - ANÁLISE DOS VÍDEOS.....	79
LEGENDA DO YOUTUBE	80
Vídeo 1 – “Ser gorda é uma opção?”	83
Vídeo 2 – “5 razões pra não postar antes e depois”	85
Vídeo 3 – “A gorda gordofóbica”	87
Vídeo 4 – “Somos musas fitness? (fizemos o teste!) ft Caio Revela”	89
Vídeo 5 – “Eu amo a magreza - EXPLICADO”	91
Vídeo 6 – “Magrofobia existe?”	93
Vídeo 7 – “#corpolivre é pra TODES?”	95
Vídeo 8 – “5 motivos para não fazer cirurgia plástica”	97
Vídeo 9 – “obesidade é doença agora?”	99
Vídeo 10 – “Victoria’s Secret cancela Angels: o que Rihanna fez?”	101
CONSIDERAÇÕES GERAIS DA ANÁLISE DOS VÍDEOS.....	103
4.4. REPERCUSSÕES DO MOVIMENTO CORPO LIVRE	104
CONSIDERAÇÕES FINAIS	111
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	113

INTRODUÇÃO

O corpo é uma construção social baseada na cultura e nas características da sociedade. Desta forma, padrões corporais são estabelecidos e variam de acordo com os indivíduos de cada povo, fazendo com que exista segregação social e exclusão para aqueles que não se encaixam nesses padrões impostos. Essa construção histórica e cultural influencia e modula comportamentos sociais, além de instaurar o preconceito, já que aquilo que foge à norma social tende a ser excluído. Atualmente, movimentos contrários à padronização social do corpo se fortalecem e angariam cada vez mais adeptos, o que possibilita uma maior mudança para a existência da inclusão social em diversas áreas do cotidiano, tanto para questões de acessibilidade quanto para relações de consumo.

A partir do aumento do acesso a pessoas e informações possibilitado pelas mídias sociais nasceram movimentos que problematizam o tema e buscam desconstruir pensamentos pré-estabelecidos em relação ao corpo, como é o caso do Movimento Corpo Livre, que se coloca como um movimento amplo de aceitação corporal diversa e de equidade de direitos, utilizando as redes sociais como base disseminadora. Esse movimento é uma ramificação nacional do “body positive”, já conhecido mundialmente e, por esse motivo, tem um caráter próprio de avaliar as questões que dizem respeito ao que vivemos no Brasil.

É um sintoma dos novos tempos. Esse movimento, iniciado em 2019, tem como intuito promover uma mudança de mentalidade na sociedade, nasce com a politização de cada usuário e adepto à causa. O movimento pode ser novo, mas a luta não é. O momento não poderia ser mais propício, já que os acontecimentos estão cada vez mais rápidos e a possibilidade de mudança é cada vez maior com a geração mais nova, com a ramificação das redes e a multiplicidade de plataformas, linguagens e discussões. Portanto, entendendo o processo histórico e a trajetória dos preconceitos, além das possibilidades políticas que as mídias permitiram, a motivação para a pesquisa foi entender se, perante os diversos movimentos que buscam atender necessidades dos grupos específicos (estigmatizados), um movimento que abrange todos em um só discurso pode mobilizar e ter mais força do que as lutas de causas dispersas.

Essa escolha de um movimento recente não foi ao acaso. Quando traçamos o cenário político, econômico e social do país, além do pensamento em torno das causas, estudar um

movimento que busca juntar muitas delas e propõe se manter alerta a algo que tende a ser esquecido e manipulado se não estivermos em vigilância é interessante quando temos um momento em que as pautas permitem que isso possa vir à tona, visto que com a conjuntura atual, muitas questões ligadas ao corpo tiveram impacto na vida cotidiana dos brasileiros de forma significativa, como apresentado nesta dissertação.

Sendo assim, esta pesquisa se propõe a avaliar como a nova mentalidade e conscientização criada por esse movimento influencia na desconstrução de pensamento sobre os padrões corporais na atual sociedade brasileira. Além disso, busca a compreensão do “corpo livre” como um movimento formador de opinião que auxilia na aceitação e diminuição de preconceito com relação à diversidade corporal e como o movimento pode afetar e influenciar a mudança de comportamento e imagem com relação a um padrão socialmente aceitável, e seus resultados para a inclusão social na vida cotidiana.

Esta pesquisa está estruturada em 4 capítulos. No primeiro capítulo, temos uma introdução geral sobre o corpo como construção social histórica, ao longo das principais épocas, para contextualizar as mudanças sobre seu entendimento e como o ambiente e a conjuntura podem influenciar o corpo em cada situação. É o capítulo para entender que o corpo é, além de físico, simbólico; e como se tornou um tipo de campo de disputas.

No segundo capítulo, buscamos entender o corpo na sua esfera política, ou seja, como, ao longo dos anos, o Estado, as instituições e as indústrias tomaram o poder e dominaram o corpo de formas diferentes, a partir de políticas e influências distintas. Nesta análise, entenderemos o pensamento dos principais autores sobre as políticas do corpo e como isso se mantém até o presente, de forma que toda a elaboração histórica, a estruturação do poder conforme se deu, fez com que chegássemos ao ponto que estamos. Ainda no segundo capítulo, para complementar o pensamento político, trazemos o debate sobre saúde e estigmatização que, no contexto do corpo, andam lado a lado. Neste sentido, é possível perceber no decorrer do capítulo como os preconceitos fazem parte intrínseca da política e como a saúde é uma justificativa e uma ferramenta utilizada há muito tempo para perpetuá-los.

Na sequência, contextualizamos o Movimento Corpo Livre, a fim de demonstrar sua estrutura, sua origem, seu progresso desde que se iniciou e suas principais características. Esta parte trata apenas de apresentar o movimento em sua história e demonstrar quais suas atribuições, tanto em termos de objetivo como em mudanças e práticas que conseguiu realizar nos anos de sua existência.

Finalizando este segundo capítulo, trazemos a visão da relação entre o Corpo Livre e o feminismo, que foi precursor de lutas sociais e trouxe pautas que são trabalhadas pelo movimento corporal atualmente. O objetivo é demonstrar que o contexto e as conquistas do feminismo foram essenciais para que hoje movimentos como o Corpo Livre pudessem existir.

Para o terceiro capítulo trazemos a questão da desinformação por duas frentes: a distopia cibernética (que gerou uma dismorfia do corpo) e as bolhas sociais. A primeira diz respeito ao entendimento de como a disseminação de informações nas mídias sociais, sobretudo sua manipulação (seja ela linguística ou imagética) é prejudicial para o entendimento da verdade e para a amplificação dos discursos e narrativas preconceituosos, modificando percepções pessoais e de sociedade. A segunda frente trata da questão de sermos cada vez mais reféns das tecnologias, sobretudo dos aplicativos de redes sociais, visto que estamos limitados a receber e consumir apenas o discurso que apoia nossas crenças, o que dificulta uma mudança comportamental e uma conscientização quando se trata de um movimento como este. Ainda neste capítulo, trazemos um debate sobre a desigualdade social ao se tratar do tema cirurgias plásticas, de forma a demonstrar como isso impacta e conversa com o que foi demonstrado em termos de dominação política do corpo e de quem cria as regras.

No quarto e último capítulo, temos a pesquisa de redes sociais que consiste na análise de vídeos relacionados ao Movimento para entender o posicionamento da criadora, Alexandra Gurgel, e traçar a trajetória do discurso desde o começo da iniciativa social. Além disso, a análise busca apresentar como a precursora do movimento trata alguns assuntos que são relevantes a momentos históricos e como sua narrativa pode ser importante para definir o pensamento geral do “corpo livre”, de modo a entender questões que não são colocadas de forma escrita dentro da principal plataforma, que é o Instagram. A repercussão dos vídeos permite que a análise da pesquisa seja enriquecida, a fim de ter a percepção do público geral em diferentes plataformas e para observar porque os comportamentos se modificam de uma rede social para outra.

Por fim, apresentamos a análise das plataformas digitais, analisando suas características, a fim de demonstrar a capilarização de mídias e os diversos tipos de linguagens que podem ser utilizadas atualmente para passar uma mensagem. A partir disso, traçamos o entendimento da utilização dessas plataformas pelo Movimento Corpo Livre e suas consequências, de forma a entender quais os impactos da maneira como é feita a disseminação do discurso do movimento.

Ainda neste capítulo, são apresentadas as repercussões encontradas na mídia que podem ter relação direta e/ou indireta com o progresso feito pelo movimento até então. O objetivo é

demonstrar que, mesmo não podendo caracterizar esses resultados associando-os de forma nominal ao Corpo Livre, é possível perceber a diversificação da pauta e a mudança de comportamento em diversas frentes.

Ao final, trazemos as considerações finais dessa pesquisa, visando contribuir para responder se o Movimento Corpo Livre fez progressos em sua proposição, qual o futuro que parece ser possível prever e encaminhar para que isso seja apenas o início de uma pesquisa que se estenda sobre uma luta que ainda está apenas começando.

1. A CULTURA DO CORPO

1.1. O Corpo Social

*Quando o invisível torna-se visível o olho
demora a acostumar.*

(PI, ANNA; Noirblue: *Deslocamentos de uma
dança*, 2017)

O assunto corpo se tornou evidente nos dias de hoje especialmente por sua superexposição em diversas mídias e pela “problematização”, que faz parte de todas as discussões trazidas tanto pelo jornalismo quanto pelas pessoas que fazem conteúdos em redes sociais (*digital influencers, youtubers*, entre outros). Mas, para entender melhor como chegamos até o momento presente, faz-se necessário percorrer brevemente o percurso do corpo na História.

O corpo é uma representação e uma construção cultural de uma sociedade que segue um conjunto de hábitos, crenças, costumes e tradições, com a “valorização de atributos em detrimento de outros, fazendo com que haja um corpo típico de cada sociedade”¹. Esse corpo varia de acordo com o contexto e a sociedade na qual está inserido, uma vez que constitui uma forma de comunicação não verbal em que o indivíduo atribui a ele significados que o representem, que transmitam sua identidade, principalmente associados a roupas e marcas determinadas, existindo, então, em um universo simbólico e composto de sentidos, tornando-o um fato cultural. Assim, como afirmado por Le Breton em *A Sociologia do Corpo*:

O corpo existe na totalidade dos elementos que o compõem graças ao efeito conjugado da educação recebida e das identificações que levaram o ator a assimilar os comportamentos de seu círculo social. Mas a aprendizagem das modalidades corporais, da relação do indivíduo com o mundo, não está limitada à infância e continua durante toda a vida conforme modificações sociais e culturais que se impõem ao estilo de vida, aos diferentes papéis que convém assumir no curso da existência. Se a ordem social se infiltra pela extensão viva das ações do homem para assumir força de lei, esse processo nunca está completamente acabado.²

¹ GOLGENBERG, Mirian. Invisíveis ou inclassificáveis? Gênero, corpo e envelhecimento na cultura brasileira. In.: MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. P. 67-8

² LE BRETON, David, 1953. *A sociologia do corpo*. 2ª ed. tradução de Sônia M.S. Fuhrmann. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. P. 9

Ao longo da História, o corpo já foi considerado um invólucro onde carregava-se a alma, o espírito, bem como já foi entendido como parte indissociável do homem, componente de carne misturado à natureza³. O corpo, na verdade, é um “vetor da individualização”⁴ que estabelece de maneira simbólica a posição de cada indivíduo dentro do contexto social a partir dessa identificação de si e do outro. É imprescindível ressaltar que a condição do homem como corpo, como ser fragmentado e dissociável é uma interpretação e uma invenção da Modernidade. As representações da Idade Média trazem a figura do homem sem dissociá-lo do corpo, da alma, do coletivo e da natureza.

No decorrer do desenvolvimento do homem e da civilização, é possível observar que a ruptura acontece quando, nas sociedades pré-capitalistas, a cultura e a visão de mundo são predominantemente organicistas, de forma que o trabalho é voltado a necessidades vitais dos homens e a corporalidade e a ciência estão baseadas no entendimento e na comunhão com a natureza, não no controle. A partir da aceleração da produção capitalista e da economia mercantil pode-se observar “o homem como um ser moldável, que é possível de ser manipulado”⁵. Nessa época ainda, acontece a mudança das necessidades da qualidade para as quantidades. A valorização passou a ser voltada para as condições físicas da exploração corporal como força de trabalho, sobretudo para aqueles que eram escravizados, visto que a partir deste momento que apreendemos a questão de diferenciação de classes, acúmulos de riquezas e estigmatização⁶.

Para a religião, especialmente para o Cristianismo, religião mais disseminada no Brasil (até o presente), a alma do homem é vista acima do corpo, no sentido de ser superior, como caminho para a vida eterna, para conquistar o paraíso a partir do que se faz aqui na vida terrestre⁷. Dessa forma, a alma se torna separada do corpo, que, por sua vez, será submetido aos domínios das instituições, conforme descrito por Descartes:

[...] corpo humano é do domínio da natureza, o corpo é puramente corpo, assim como a alma é puramente alma, princípio que autoriza a razão e a ciência, como sua instituição, a conhecer e dominar o corpo humano, tarefas que serão exacerbadas na atualidade. Ao separar radicalmente as dimensões corpo e alma, a perspectiva cartesiana reforça a ideia de funcionamento corporal independente da ideia de essência, como uma maquinaria que atua com princípios mecânicos próprios.⁸

³ Idem. P. 30

⁴ LE BRETON, David. A síndrome de Frankenstein. In.: SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. 2a Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005. p. 64-5

⁵ GONÇALVES, M. A. S. *Sentir, Pensar e Agir*. Campinas, SP: Papirus, 1994. P. 20

⁶ Ibidem. P. 49

⁷ RODRIGUES, JC. *O corpo na história* Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 1999.

⁸ DESCARTES, 1979 apud SILVA, 1999. P. 11

Na Grécia antiga, o conceito de imagem do corpo, que é considerado ideal de beleza até os dias atuais, se trata de uma idealização e uma construção fora da realidade e contrária à natureza, voltada ao aperfeiçoamento que correspondia ao conceito de cidadão, a ser adquirido a partir de exercícios e meditações, sendo “elemento de glorificação e de interesse do Estado”⁹. Para as sociedades desse período, o cuidado com o corpo e consigo mesmo era a forma de alcançar a vida plena, de cuidar para além do corpo, da alma. Posteriormente, os ideais do corpo começaram a tomar dimensões diferentes, potencializadas por questões principalmente religiosas. O cristianismo foi uma das principais vertentes que trouxe essa nova perspectiva ao introduzir o conceito de beleza relacionado ao pecado e, portanto, ao “proibido”. Do mesmo modo, a repressão sobre o corpo dentro dos dogmas passa a ser constante, apenas sendo glorificado quando nomeado o valor espiritual de Cristo, no sentido de saber lidar bem com a dor, mais do que com os prazeres.¹⁰ Fica, pois, evidente a sobreposição do espírito ao corpo, já que o objetivo do cristianismo é a luta contra os desejos para escapar da morte.

Ao trazermos a visão para a época da Idade Média, o corpo determinava as funções sociais dentro da sociedade feudal, posto que a partir de suas características físicas era definido o vínculo do indivíduo com a terra e o sistema agrário. O homem medieval era contido pela instituição religiosa, no caso o cristianismo supracitado que, a partir dos dogmas, restringia e trazia rigidez aos valores morais relacionados ao corpo. Como material, o corpo seria considerado “prisão da alma”¹¹, trazendo o conceito de culpabilidade e punição. Um processo conhecido que é atribuído ao período (apesar de já fazer parte da Idade Moderna – séculos XIV a meados de XVIII) é a “caça às bruxas”. Entendia-se aqui que a bruxaria era um ato do demônio que queria se apropriar da alma dos homens através da sexualidade. Como a sexualidade era ligada principalmente às mulheres, que “nasceram da costela de Adão”, segundo a história cristã, seriam então “agentes do demônio”. A partir disso, é possível entender qual o lugar da mulher e como o corpo dela deveria ser utilizado naquela sociedade.

A partir do século XVII, como mostra Rodrigues¹², o homem ocidental moderno fará mudanças e buscará novas representações que não sejam mais voltadas apenas à racionalidade para entender o mundo, sendo que haverá a dualidade em termos de cultura e de conhecimento

⁹ BARBOSA, M. R; MATOS, P. M & COSTA, M. E. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. *Revista Psicologia & Sociedade*, vol. 23, n.1, jan – abr 2011. p. 25.

¹⁰ Ibidem, p. 26.

¹¹ Ibidem, p. 27.

¹² RODRIGUES, JC. *O corpo na história...* 1999. op. cit.

em todas as áreas, mantendo a divisão de corpo e alma, permitindo, a partir daí, criar o início do conceito de corpo individual e corpo social. Essa fragmentação possibilitará que, no desenvolver da história, as formas de controle e poder se perpetuem.

Segundo Silva (1999), a filosofia do positivismo, particularmente na questão das ciências biomédicas, corroborou com ações desenvolvidas a partir do século XIX sobre o corpo (individual ou social) em diversos campos da ciência, sendo de fundamental importância para o “processo de subjetivação”¹³ na Modernidade, em direção à “identificação do indivíduo com sua dimensão corporal”¹⁴.

O indivíduo moderno entra em cena em um período caracterizado pelo interesse no corpo e na forma específica de conduta corporal: a Modernidade. Como descrita por Silva, é a época em que há a “destruição das ordens antigas”, o “triunfo da racionalidade subjetiva ou instrumental” e a já mencionada “subjetivação”; todos sustentados por “uma tendência inédita à universalização dos valores, levando a uma ocidentalização do mundo”¹⁵.

A destruição de ordens antigas, bem como a cultura e o pensamento religioso são marcados pela secularização do mundo, conforme descreve Touraine:

Do dualismo cartesiano até à ideia de direito natural e mais tarde à obra de Kant, os séculos XVII e XVIII, apesar da força crescente do naturalismo e do empirismo que anunciam o cientificismo e o positivismo do século XIX, permanecem fortemente marcadas, no plano intelectual, pela secularização do pensamento cristão, pela transformação do Sujeito divino em sujeito humano, o qual é cada vez menos absorvido na contemplação de um ser mais escondido, e se torna um ator, um trabalhador e uma consciência moral.¹⁶

A Era Moderna começa a trazer o olhar de um novo corpo. O Renascimento trouxe os métodos científicos como guias para as atividades e uma preocupação maior com a liberdade. A razão, sobretudo científica, ganha espaço e começa a ser entendida como única forma de conhecimento. Atividades físicas começam a fazer parte de um sistema de regras para manter a saúde, baseado em disciplina e controle do corpo, que passa a ser entendido pela divisão entre corpo material e corpo espiritual (como coisas distintas). A produção capitalista ocasionou mudanças nas relações de trabalho, já que a atividade desenvolvida a partir da revolução industrial é a de produção em série. O capitalismo industrial começa a transformar o entendimento do corpo socialmente, tornando cada vez mais evidente a expressão ideológica

¹³ SILVA, A. M. *Elementos para compreender a modernidade do corpo numa sociedade racional*. Cad. CEDES, ago. 1999, vol.19, no. 48 p. 13.

¹⁴ Ibidem; p. 13.

¹⁵ Ibidem, p. 9

¹⁶ TOURAINE, Alain. *Crítica da modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994. P. 60

do individualismo. Esse movimento é correspondente ao estabelecimento da propriedade privada (característica essencial da nova ordem socioeconômica) e da livre circulação de mercadorias, alterando de forma significativa a esfera pública, visto que o corpo passa a ser entendido como parte (de um todo), ou seja, como individual, e o Estado cada vez mais enfatiza esse tipo de estruturação.¹⁷

Dá-se início ao conceito de “corpo-máquina”, movimento corporal regido pelo poder disciplinar e conceito desenvolvido por Foucault¹⁸. No século XIX, o capitalismo começa a se expandir, o corpo é colocado a serviço da economia e da produção, apenas como força de trabalho, e deve se adaptar aos padrões de beleza para melhor consumir.¹⁹ A evolução tecnoindustrial permite o avanço das formas de comunicação e melhora o acesso à informação, transformando as possibilidades do conhecimento. A padronização da beleza baseada no consumo e homogeneizada pela dialética de produção possibilita surgir um sentimento de isolamento próprio do espaço privado. É a partir da arte e observando a história da beleza que podemos pautar como se deu o processo de padrões e individualização.

A beleza é um conceito explorado na Grécia Antiga e elaborado por Sócrates e Platão, que trabalharam seus olhares sobre a Beleza de formas diferentes. Sócrates dividiu o conceito em três categorias: Beleza ideal, Beleza Espiritual e Beleza Útil. Já Platão elaborou suas ideias de maneira mais complexa e utilizou a matemática de Pitágoras para conceber a Beleza como harmonia e proporção e, posteriormente, no campo filosófico, concebendo-a como esplendor²⁰. Esse pensamento se faz importante para perceber que, nesse início, a beleza era uma definição dada a objetos e a ideias, não condizia e nem buscava retratar a realidade da vida. Apenas a partir do Renascimento podemos observar o surgimento da arte como imitação da natureza, de forma que a Beleza começa a representar de forma mais fiel a realidade, ainda que na arte fosse significativo o “ponto de vista subjetivo do observador”²¹.

Começa a ficar claro o papel social do indivíduo, com interesses subjetivos por si e para si, ampliando sua dimensão corporal e surgindo o uso do corpo em condições sujeitas a interações e regras. Há um predomínio de atividades mentais voltadas à ciência e tecnologia e o interesse pelo corpo se volta à aparência, alterando as relações de personalidade do sujeito

¹⁷ SENNETT, 1988 apud SILVA, 1999. P. 15

¹⁸ FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder* (17ª Edição). Rio de Janeiro: Ed. Graal, 2002. (Edição original de 1979).

¹⁹ BARBOSA, M. R; MATOS, P. M & COSTA, M. E. Op. cit. p. 28.

²⁰ ECO, Umberto. *História da Beleza*. Rio de Janeiro: Record. 2004..

²¹ Ibid. P. 180

com o corpo: “o que se aparenta ser, é o que se é”²². Logo, o corpo passa a ser consumido como uma imagem a ser vendida, como um investimento social. O corpo belo e jovem é cada vez mais valorizado e as tecnologias biomédicas auxiliam a alcançá-lo. Conforme afirmado por Vaz: “a indústria que mais cresceu nos últimos 30 anos é a farmacêutica, vendendo juventude, bem-estar e beleza. O corpo consome principalmente a si mesmo”²³.

Esses são os traços das sociedades modernas, sobretudo no século XX. Com a incorporação de novos hábitos no cotidiano, especialmente no pensamento de corpo como força de trabalho e investimento, encontramos a filosofia desportista, tomada pela Educação Física. As práticas esportivas tinham por intuito tonificar o corpo, além dos hábitos de danças e uma nova moda mais adequada a uma vida moderna, voltada ao mercado de trabalho e à prática de esportes. A juventude passa a ser valorizada. Todas as práticas eram elaboradas para uma maior exposição do corpo e a explosão publicitária do pós-guerra contribui para a propagação de hábitos de higiene e cuidados com o corpo (envolvendo inclusive a beleza), tendo como principais agentes a indústria cinematográfica e as mídias de massa, como televisão e revistas²⁴. Essa divulgação era necessária para compor um novo controle, intenção dos higienistas e particularmente dos mercantilistas.

O corpo pós-moderno acredita ser necessário possuir glorificação e reconhecimento dentro de um padrão inacessível, de forma que estimule socialmente e atenda os mercados de produtos e serviços. As mídias se mantêm veiculando corpos que são interessantes à indústria do consumo, modelos indicativos de beleza ideais de magreza, saúde e atitude. Esse raciocínio mercantil dita comportamentos errantes de inseguranças e medos com relação à morte ou à velhice, por exemplo, que sempre poderão ser amenizados por algum produto disponível no mercado. O corpo se comporta de forma hedonista, baseado no desejo e no lazer, sendo moldado e exposto como projeto e investimento dos desejos de cada indivíduo. Nessa época também, a partir do processo de diferenciação sexual trazido do século XVIII e instaurado no modelo capitalista, iniciou-se um reforço sobre a importância da sexualidade e um estímulo do consumo material voltado ao prazer. Dessa forma, o corpo começa a ser entendido como objeto de desejo alheio, que pode ser consumido, divulgado por revistas, programas, publicidades, virando “por um lado, objeto de idealização, mas, por outro, potencial alvo de estigmatização caso não

²² SILVA, Ana Márcia. O corpo do mundo: Algumas reflexões acerca da expectativa do corpo atual. In.: GRANDO, José Carlos (org). *A (des)construção do corpo*. Blumenau: Edifurb, 2001. P. 17

²³ VAZ, P. *Corpo e risco*. Adriana de Souza e Silva. s.d. Disponível em: <<http://souzaesilva.com/Website-Backups/Website/portfolio/webdesign/siteciberidea/paulovaz/textos/corpoerisc.pdf>> - Acessado em 23/06/2021

²⁴ SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. História da beleza no Brasil / Denise Bernuzzi de Sant’Anna. – São Paulo: Contexto, 2014. P. 79

corresponda aos padrões expressos na própria publicidade”²⁵.

Com o cinema de Hollywood constitui-se um ideal físico baseado na globalização, combinado às indústrias de cosméticos, moda e publicidade, conhecido como o “império da magreza”, principalmente a partir das décadas 1960 e 1970. Além dessas indústrias, o Brasil contava com cerca de 186 laboratórios farmacêuticos, que fabricavam medicamentos para emagrecer.²⁶ Inclusive, foi uma época de revolução sexual, particularmente com o movimento feminista, dado que foi quando os anticoncepcionais foram lançados no mercado. O corpo começa a ser entendido como contracultura. É uma fase em que o que se espera é liberdade, principalmente pelo perfil de rebeldia perante o período de ditadura militar que era vivido no Brasil.

Todavia, segundo Lúcia Xavier, coordenadora da Organização Criola²⁷, os marcadores sociais de libertação do corpo feminino, como os métodos contraceptivos, os biquínis e a minissaia, não se aplicam às mulheres negras da mesma forma que às mulheres brancas. Segundo ela, essas mulheres não precisaram do biquíni para mostrar seus corpos e nem dessa libertação para cuidar de seus filhos ou começarem suas vidas sexuais, isso tratando-se do sentido moral. Isso não quer dizer que todas as barreiras foram retiradas. “A noção de liberdade do corpo feminino negro vem a partir do momento que ela nega essa representação social feita a ela ou nega essa subordinação”²⁸, afirma.

Ainda nesta época, a definição de “objetificação” da mulher foi elaborada por Heldman²⁹, que consiste em analisar alguém em nível de objeto, desconsiderando atributos emocionais e/ou psicológicos. O conceito de beleza, visto anteriormente, recai muito mais sobre as mulheres ao longo da história, haja vista que era um conceito tipicamente elaborado para coisas. A mulher, durante toda a vida social e política, foi tratada como objeto e essa narrativa sempre esteve presente nas propagandas ao longo dos anos, que focam em atributos sexuais ou físicos de seus corpos.

Chegando aos anos 1980, temos uma época marcada pelas academias, pela estética de

²⁵ TURNER, 1992 apud BARBOSA, 2011. P. 30

²⁶ SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. História da beleza no Brasil / Denise Bernuzzi de Sant’Anna. – São Paulo: Contexto, 2014. p. 29

²⁷ Organização da sociedade civil criada para defender e promover os direitos das mulheres negras e construir uma sociedade com equidade de direitos. Aceita mulheres negras cis e trans brasileiras e tem 29 anos de existência. Dados disponíveis em <https://criola.org.br/>

²⁸ Documentário O CORPO é nosso! Direção de Theresa Jessouroun. Rio de Janeiro. KinoFilmes, 2019. 1 vídeo. (85 min.)

²⁹ HELDMAN, Caroline. Sexual Objectification. Part 1: What is it? 2012. Disponível em: <<https://carolineheldman.wordpress.com/2012/07/02/sexual-objectification-part-1-what-is-it/>>. Acesso em: julho, 2021.

“malhar o corpo”. A moda esportiva ganha força, os músculos conquistam positividade. A performance física é destaque, a alimentação é valorizada, o corpo recebe cada vez mais investimento. Contudo, é também nesse período que o tema “cirurgias plásticas” entra em evidência, com uma propaganda na revista *Nova* intitulada “novas formas para seu corpo, com a plástica da barriga”.³⁰

A partir dos anos de 1990, as formas *addiction* começam a se desenvolver, sendo elas: drogas, sexo, cirurgias plásticas e comida. Observa-se esse estilo em vários tipos de publicidades, incluindo uma fase da moda conhecida como *Heroin Chic*, que fazia referência ao glamour causado pelo uso excessivo da droga. Ademais, essa foi a era das *top models*, como Naomi Campbell e Gisele Bündchen e da explosão dos procedimentos estéticos como botox para rejuvenescimento facial, mantendo o pensamento que é contrário ao passar do tempo e ao envelhecimento, especialmente o aparente.

Dos anos 2000 até os dias de hoje o corpo passou por algumas transformações, incluindo o apelo incessante pela saúde. Contudo, o corpo é definido pela cultura “narcisística” e do espetáculo de maneira que o desempenho e o “parecer” são maiores do que o “ser” do indivíduo. O corpo se transforma em objeto de apresentação, meramente uma imagem, tanto pelo espelho, quanto pela tela. O culto ao corpo se tornou um investimento para se encaixar em determinados padrões e uma preocupação eterna com o olhar do outro sobre si. O controle do corpo se faz cada vez mais presente, de forma que a busca por libertação dos corpos se perde ao longo da história. Conforme descreve Sant’Anna:

Dessa maneira, se o corpo é hoje mais do que a morada da alma, ver-se diante do espelho e embelezar-se são experiências atravessadas por inquietações graves, ansiedades dilacerantes e, ao mesmo tempo, por expectativas revolucionárias em torno da sexualidade, da saúde e do sucesso profissional. Houve um ganho inusitado de liberdades para adular e modificar o corpo, cultuá-lo e explorá-lo, esperar dele níveis insuperáveis de prazer. Mas como ele é mutável e mortal, está no tempo e condensa dentro de si a memória das experiências vividas, nada em sua forma é permanente e totalmente submisso ao controle. É justamente por isso, enfim, que a imagem construída por cada um de seu próprio corpo teve poucas vezes, como agora, a oportunidade de ser tão densa e profunda; mas, também, tão incerta e efêmera.³¹

O avanço tecnológico e científico permite que o corpo possa ser regrado e que aquilo que se aspira e se busca para ter sucesso seja de fato alcançado. Por outro lado, a experiência

³⁰ Ibidem; p. 76

³¹ SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. História da beleza no Brasil / Denise Bernuzzi de Sant’Anna. – São Paulo: Contexto, 2014. P. 86.

de comunicação se tornou cada vez mais afetada por essa tecnologia, de modo que parece haver uma diferença sobre a definição de espaço e de tempo e do que é real e o que é imaginário.

Assim, encontramos o corpo pós-moderno, o corpo do presente, ainda em construção. Mais fragmentado do que apenas alma e matéria, o corpo da pós-modernidade decompõe-se em cada particularidade física. A publicidade e a biotecnologia avançada permitem ainda que cada uma dessas pequenas partes se transforme em um alvo de consumo. Contudo, é possível perceber uma busca identitária, de forma que o indivíduo procure em seu corpo “uma verdade sobre si mesmo, que a sociedade não lhe consegue proporcionar”³². O contexto social e a cultura centrada na valorização da imagem do corpo levam aos indivíduos uma busca pela expressão do “eu” através de seus corpos. Contudo, a padronização de um modelo de corpo e o estímulo de práticas para sua manutenção o estereotipa e o transforma em objeto virtual³³. Conforme explica Barbosa, Matos e Costa:

Como temos vindo a referir, a experiência do corpo é sempre modificada pela experiência da cultura, é um conceito construído, mas atualmente é como se o homem deixasse de ser um ser da cultura. De facto, o surgimento da ideia de ciberespaço e infoesfera, tornam o mundo como a informação a ser tratada por sistemas, a experiência passa a prescindir de tempo e espaço (podemos ver, cheirar e tocar à distância).³⁴

³² Barbosa, M. r., Matos, P. M., & Costa, M. E. (2011). Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. *Psicologia & Sociedade*, 23(1). P. 31.

³³ PAIM, M. C. C. & STREY, M. N. Corpos em metamorphose: um breve olhar sobre os corpos na história, e novas configurações de corpos na actualidade. [versão online]. *Revista Digital Buenos Aires*, 79, 2004.

³⁴ BARBOSA; MATOS & COSTA. Op. cit. P. 31

2. O CORPO POLITICAMENTE

2.1. A Resistência do Corpo e a Manipulação Constante

*É preciso conhecer o corpo como coisa, para que
se possa dominá-lo.*

(Alexandre Fernandez Vaz)

Conforme visto até aqui, o sistema capitalista abriu portas para a socialização do corpo como força de produção e de trabalho. A sociedade passa a ser operada não mais pelo controle da consciência ou a partir das ideologias, mas do corpo. Este se transforma, então, em objeto de investimento individual e social, manipulado por símbolos do consumo e colocado em espaços de enclausuramento e disciplina a fim de trazer a sujeição através da política e do poder.

Na compreensão de Foucault³⁵ não há uma teoria definida de “poder”, mas o que podemos classificar como relações de poder, ou seja, “formas díspares, heterogêneas, em constante transformação. O poder não é um objeto natural, uma coisa; é uma prática social e, como tal, constituída historicamente”³⁶. Para o autor, a sociedade é composta por mecanismos que exercem dominação em diversas áreas da vida social, de forma que devem ser analisados a partir dos conceitos de soberania e lei. O Estado é apenas parte do sistema de repressão e de poder e, na verdade, as instituições (que culturalmente são as grandes formadoras de identidades sociais) são os outros braços fundamentais desse sistema de redes de poder.

Nesse contexto, o autor acredita que o poder não está centralizado apenas em um lugar, mas que caminha por toda a estrutura social através das principais instituições: escolas, fábricas, meios de comunicação, religião, família etc. Quando centrado no corpo, resultando no ambiente macropolítico, Foucault apresenta o conceito de disciplina, que são técnicas de poder, isto é, “métodos que permitem o controle minucioso das operações do corpo, que realizam a sujeição constante de suas forças e lhes impõem uma relação de docilidade-utilidade”³⁷, de forma a adestrá-los, manipulando seus comportamentos. Para o modelo

³⁵ MACHADO, Roberto. Por uma Genealogia do Poder. In: FOUCAULT, Michel. Microfísica do Poder. Rio de Janeiro: Graal, 1979, p. X.

³⁶ Ibidem. P. X.

³⁷ Ibidem; p. 118.

capitalista, a dominação política se dá na produção de um determinado tipo de homem útil para uma economia funcional.

Como um desses tipos de dominação, temos o conceito da biopolítica de Foucault³⁸, em que a disciplina se mostra insuficiente como forma de domínio, que não mais se importa em governar e controlar o indivíduo, mas populações. Entende-se que o poder, agora, é articulado a partir de um composto de estratégias biológicas, como saúde, sexualidade, alimentação, natalidade, mortalidade, longevidade e subjetividade, a fim de que se torne uma dominação mais fluída e intrínseca às relações sociais cotidianas. O exercício do poder acontece baseado em técnicas de dois níveis: de um lado o treinamento corporal, disciplinar (físico de fato); e do outro o de espécie (como população), com sua legislação.

Nessa área jurídica o sistema deveria, a princípio, garantir direitos igualitários à população, entretanto é uma regulamentação criada por uma forma de governo instaurada pela burguesia, que toma o poder como classe política dominante no século XVIII e que definiu, então, as disciplinas. Assim, o regime representativo que é um sistema baseado em micropoderes, como explica Foucault³⁹, acaba se tornando desigual e assimétrico, de forma que assegure a sujeição dos corpos bem como dos privilégios das classes hegemônicas.

Sendo assim, conforme explica Le Breton⁴⁰, o poder é uma estratégia, não é algo que se possui, é algo que se exerce:

O poder não é um privilégio que pode mudar de mão como se fosse um instrumento, ele é um sistema de relação e imposição de normas. “É preciso, em suma, admitir que o poder é muito mais exercido que possuído, que ele não é ‘privilégio’ adquirido ou conservado da classe dominante, mas o efeito de conjunto de suas posições estratégicas”⁴¹.

O autor analisa essa organização do campo político entendendo que os corpos são ordenados de acordo com suas finalidades e complementa que “evoca uma tecnologia meticulosa dos corpos, uma política do detalhe, muito mais que a tomada em mão sem mediação do Estado, meio de dominação das classes dominantes. A disciplina, estendendo difusamente sua atuação através do campo social, vem se substituir à noção de um controle social que se apoia unicamente nos aparelhos repressivos”⁴².

Como o objetivo primário da biopolítica é garantir a vida, os mecanismos para que isso

³⁸ FOUCAULT, 1979. Op. cit.

³⁹ Idem. *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes, 1975.

⁴⁰ LE BRETON, David, 1953. *A sociologia do corpo*. 2ª ed. tradução de Sônia M.S. Fuhrmann. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. P. 80

⁴¹ FOUCAULT, 1975 apud LE BRETON, 1953. P. 80

⁴² LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 80

se concretize deverão ser reguladores e corretivos, ou seja, normalizadores, assim poderá unir disciplina e biopoder. Como Agamben⁴³ explica, a norma na verdade é um modelo criado através da soberania para a estruturação das relações da vida, que pressupõe uma situação neutra (homogênea) de cumprimento para que seja eficaz e que, portanto, não se aplica à crise ou às exceções. Quem decide o estado de normalidade (ou seja, quem determina a norma ou a lei) é o soberano. Afirma que a “exceção se situa em posição simétrica em relação ao exemplo” de tal forma que, para se manter o sistema e a coerência, a exceção acaba por se tornar “uma exclusão inclusiva (que serve, isto é, para incluir o que é expulso), o exemplo, uma inclusão exclusiva”⁴⁴.

Compreender as mudanças do corpo com relação a governamentalidade e as técnicas permite que percebamos o que Guattari afirmava com relação a não haver um corpo individual e natural, mas um corpo construído (confeccionado) que a nós é outorgado, “capaz de se desenvolver em um espaço social, produtivo e doméstico”⁴⁵. Sendo assim, concebe-se a regulamentação da vida e dos corpos associada ao capitalismo industrial, sendo estes moldados para atender a esse sistema econômico.

As técnicas governamentais, segundo Lazzarato⁴⁶, “passam e mobilizam a representação (política e linguística), os saberes, as práticas discursivas, visuais etc., e produzem “sujeitos de direitos”, “sujeitos políticos” e sujeitos tão simplesmente – “eus”, “indivíduos.” Dessa forma, essa “sujeição social” impõe a cada pessoa uma identidade significativa representativa para a criação do “capital humano”, criando a ideia de que cada sujeito é responsável por suas próprias ações. Nesse sentido, segundo o autor, “o ‘sujeito livre’, no sentido de ‘libertado’ de toda subordinação pessoal, realiza-se na figura do empreendedor de si e na figura do consumidor que escolhe de maneira “soberana” em meio a uma panóplia infinita de mercadorias”⁴⁷.

Aliado a isso, entende-se o conceito de sociedade de controle. Diferentemente da sociedade disciplinar, que tem como característica dominante o modelo panóptico (arquétipo com um único vigilante ou governante), a de controle é constituída por poderes exercidos através das instituições estruturais e que tem por essência a mudança da atuação dessa arquitetura institucional, permitindo expandir o poder além de “espaços fechados” e ter mais

⁴³ AGAMBEN, Giorgio. *Homo Sacer: o poder soberano e a vida nua I*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

⁴⁴ Ibidem. P. 29

⁴⁵ LAZZARATO, Maurizio. *O governo do homem endividado*. São Paulo: N-1 Edições. 2017. p. 186

⁴⁶ Ibidem. P 172-3

⁴⁷ Ibidem.

fluidez, atuando em todas as esferas sociais. Mesmo sendo este um conceito ponderado antes da invenção da internet, reflete o que vemos com a tecnologia da informação atualmente. O modelo de redes distribuídas permite alterar a relação de tempo e espaço, ocupando até – e principalmente – o tempo livre dos indivíduos, influenciando na esfera do lazer através da indústria cultural, visto também que os espaços de debate foram sendo substituídos pelos meios de comunicação como a televisão e, atualmente, a internet. Bem como explicado por Lazzarato:

O que importa no capitalismo é controlar os dispositivos semióticos a- significantes (...) através dos quais ele busca despolitizar e despersonalizar as relações de poder... Na crise econômica, taxas financeiras a-significantes e índices do mercado de ações dominam, decidindo a vida e a morte dos governos e impondo programas sociais e econômicos que oprimem os governados. As semióticas significantes das mídias, dos políticos e dos especialistas são mobilizados a fim de legitimar, de apoiar e de justificar, diante dos sujeitos individuados – com suas consciências e representações –, o fato de que “não há alternativa”.⁴⁸

As empresas privadas investem, desde os anos 1920, em componentes para influenciar as maneiras de pensar, agir, sentir, ver, as formas de percepção em geral dos indivíduos, por meio do consumo, da comunicação e da cultura. Conforme o mesmo autor, as indústrias produzirão, além de mercadorias, mundos que “equipam a valores, de estilos de vida e de inconsciente – instrumentos ‘incorporais’ da governança tão eficazes quanto as técnicas mais corporais”⁴⁹.

Assim, afirma Marcel Mauss⁵⁰, que existe algo chamado por ele de “imitação prestigiosa”, que faz com que os indivíduos de cada sociedade construam seus corpos a partir de outros. Esta imitação diz respeito a atos, comportamentos e até mesmo a corpos que sejam considerados de prestígio dentro de determinada sociedade. Segundo Goldenberg⁵¹, as mulheres consideradas imitáveis são aquelas cujo corpo é o principal capital ou uma de suas mais importantes riquezas.

O corpo no Brasil tem um valor tão significativo que o mesmo corpo “aprisionado e domesticado para atingir a boa forma”⁵² e que exige grandes investimentos, tanto financeiros quanto de trabalho e sacrifício, também é visto como um patrimônio, possibilidade de ascensão social, transformando-se em capital no mercado de trabalho, no casamento e na atividade

⁴⁸ LAZZARATO, Maurizio. O governo do homem endividado. São Paulo: N-1 Edições. 2017. P. 4

⁴⁹ Ibidem. P. 168-9.

⁵⁰ MAUSS, 1974 apud GOLDENBERG, 2015. P. 51

⁵¹ GOLDENBERG, Mirian. O corpo como capital. In: GOLDENBERG, Mirian (org). O corpo como capital: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira. 3ª Ed. – São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. P. 45

⁵² Ibidem. p. 51

sexual. A autora ainda afirma:

Pode-se pensar, neste sentido, que, além de o corpo ser muito mais importante do que a roupa, ele é a verdadeira roupa: é o corpo que deve ser exibido, moldado, manipulado, trabalhado, costurado, enfeitado, escolhido, construído, produzido, imitado. É o corpo que entra e sai de moda. A roupa, neste caso, é apenas um acessório para a valorização e a exposição deste corpo da moda.⁵³

Acerca disso, cuidar do próprio corpo deixa de ser um assunto privado e passa a ser um “comportamento social que regula normas de convívio”⁵⁴, sendo que aquele que não o faz deve “explicações públicas”. Esse tipo de pensamento é cada vez mais incentivado por mídias de massa, visto como, por exemplo, o programa Bem Estar da emissora Rede Globo (2011), em que eram apresentadas as formas de se disciplinar para manter uma vida saudável, com recomendações de médicos para combater obesidade, sobre quais alimentos devem ou não ser consumidos, sobre atividades físicas e outros assuntos que fazem parte da vida cotidiana, mas que por trás tem um viés muito claro de uma regulamentação do que é aceitável.

O conhecimento, como técnica de manipulação do poder, ajuda a legitimar a normalização. Além das áreas da saúde, medicina e psicologia, por exemplo, vemos a pedagogia com um papel importante para “(con)formar corpos e distribuí-los convenientemente”⁵⁵. A construção do saber é basicamente a construção dos sujeitos para criar uma governamentalidade que identifique e classifique os corpos e os encaixe em seus devidos lugares. A vivência em sociedade acontece a partir dessas normas que sustentam a fabricação do corpo ideal e, no capitalismo, esse desejo “não pode ser saciado, sob o risco de dismantelar a sociedade de consumo”⁵⁶.

Essa mesma sociedade calca o homem como força de trabalho e, desta forma, como produtor de capital. Com o desenvolvimento da tecnologia e com a biotecnologia, o corpo passa a ser o próprio capital, isto porque o indivíduo se torna o produto das redes sociais, onde os clientes das empresas de tecnologia que administram essas redes são os grandes anunciantes. Logo, somos condicionados a ter determinados pensamentos, comportamentos e

⁵³ GOLDENBERG, Mirian. O corpo como capital. In: GOLDENBERG, Mirian (org). O corpo como capital: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira. 3ª Ed. – São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015., [p. 47]

⁵⁴ KATZ, Helena. Para ser contemporâneo da biopolítica: corpo, moda, trevas e luz. In.: MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012. P. 21

⁵⁵ SANTOS, D. K.; AMARAL, M. S.; TONELI, M. J. F. Psicologia, Políticas do Corpo, do Gênero e das Sexualidades: capturas e resistências do cotidiano. Revista Psicologia Política (on line), 2018, vol. 18, n.42. P. 315

⁵⁶ KATZ, Helena. Para ser contemporâneo da biopolítica: corpo, moda, trevas e luz. In.: MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. p. 16

a seguir determinadas regras de conduta e posicionamento que implicam no status e na inclusão social.

Associado a isso, Schiller, em sua obra “A Ideologia da Estética”, trata que a razão permite aos homens uma moralidade universal e uma lei positiva no estado civil, ao mesmo tempo que abstrai desses o que há de real em sua natureza. Ele explica ainda que a razão “toma ao homem algo que ele realmente possui, e sem o qual nada possui, para indicar-lhe algo que ele poderia e deveria possuir”⁵⁷. Nesse sentido, no estado civil há um impedimento entre os condicionamentos do ser natural e do ser social dado pela racionalização, a divisão social do trabalho, a ética materialista e utilitarista e pela desigualdade entre as classes. Em nossa cultura contemporânea, pautada pelo capitalismo e pela propaganda de produtos, o homem deixa de satisfazer suas necessidades naturais e essenciais, já que desenvolveu, dentro dessa sociedade, uma carência e um desejo eterno por novidades e necessidades supérfluas por mercadorias. Acaba por se tornar um homem de gosto estético degradado e fútil. O usufruto dos bens de consumo deixou de ser algo que depende ativamente de uma necessidade ou desejo que o sujeito possui internamente e passou a ser condicionado por desejos “implantados” pelas publicidades cada vez mais personalizadas de acordo com os interesses e comportamentos digitais, além de plataformas agradáveis que mantêm o usuário preso, vivendo sua própria “bolha”.

Se a indústria cultural influencia as normas do corpo e o homem passa a desenvolver desejos novos a partir daquilo que é imposto para ele pela mesma indústria, é essencial notar que numa sociedade capitalista a classe burguesa, por ser detentora dos meios de produção material, igualmente dispõe dos meios de produção intelectual, isto é, da cultura, podendo submeter suas ideias e preferências. Conforme explica Grando, por “estar arbitrariamente inculcado um modo de ver o mundo, ou melhor, de ver e sentir o corpo, a classe burguesa transfere para o trabalhador um padrão de corpo ideal”, perpetuando seu lugar de privilégio. O autor ainda complementa:

[...] a sociedade não vê o corpo na sua beleza particular, mas sim seu valor econômico. Daí a necessidade dos mecanismos de poder atuarem na construção dos corpos, criando padrões estéticos, morais, de saúde, de inteligência considerados normais, em oposição àquele corpo do período colonial brasileiro, “pobre por herança”.⁵⁸

⁵⁷ SCHILLER, F. – *A Educação Estética do Homem* – numa série de cartas, Iluminuras, SP, 2002. p. 24

⁵⁸ GRANDO, José Carlos (org). *A (des)construção do corpo*. Blumenau: Edifurb, 2001 P. 71

Isto posto, Marcuse⁵⁹, em sua teoria do “Homem Unidimensional”, se preocupa com a sociedade industrial e seu desenvolvimento tecnológico, afirmando que o homem passa a se ver cada vez menos como um cidadão ou como participante propositivo da democracia e mais como consumidor. Existe aqui também um pensamento sobre a ilusão da liberdade de escolha. Na sociedade em que vivemos, não é sequer possível pensar que as escolhas feitas são baseadas em desejos genuínos vindos e criados de experiências de vida pessoais, não de influências mercadológicas. Entende-se então que “ninguém é tão livre que possa decidir por não optar, na sociedade burguesa, fundada na *liberdade individual*, nenhum ser humano é livre o suficiente para se considerar *não livre*”⁶⁰. O corpo, pois, se torna o objeto de consumo de maior investimento social e individual, através da manipulação de símbolos. Tornou-se, portanto, “objeto de reverência”⁶¹, promovido a “significante de *status* social”, com a utilização de marcas e atributos simbólicos para a valorização identitária: o narcisismo.

O culto ao corpo se torna um imperativo dos tempos modernos. A estética, orquestrada pelos meios de comunicação, cria ditames de cuidado com a saúde, higiene e beleza. É o novo livro de regras e obrigações disfarçado de prazer, em que não importa “o consumo das supostas referências físicas, rapidamente desfeitas e substituídas nos meios eletrônicos, mas a promoção dos recursos e das técnicas disponíveis, em que cada um, ao seu prazer, pode reconstruir a sua aparência e a disposição funcional do seu corpo”⁶².

Dentro deste contexto, a moda aparece como um agente mobilizador e catalisador desse pensamento, girando toda a economia envolvida na produção e na manutenção desse corpo socialmente aceito e almejado como “ideal”, como as indústrias de cosméticos, alimentos, produtos e serviços *fitness*, além das intervenções cirúrgicas. Assim como afirmado por Hüning e Guareschi:

Se antes os desenvolvimentos da alma, dos sentimentos e das qualidades morais correspondiam às virtudes a ser forjadas em uma prática ascética, hoje, as modulações do corpo, ou melhor, o cuidado de si mudou para a busca da longevidade, perfeição da saúde físico-mental, a juventude, em suma para o *fitness*.⁶³

Assim, entendemos que o conceito de corpo como espetáculo, já citado no capítulo

⁵⁹ MARCUSE, Herbert. *A Ideologia da Sociedade Industrial – O Homem Unidimensional*. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

⁶⁰ RODRIGUES, JC. *O corpo na história* [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 1999. P. 178

⁶¹ BAUDRILLARD, Jean. *La société de consommation*. Paris: Gallimard, 1970. P. 200.

⁶² COUTO, Edvaldo Souza. Gilles Lipovetsky: Estética corporal e protecionismo técnico nas culturas higienista e desportiva. In.: GRANDO, José Carlos (org). *A (des)construção do corpo*. Blumenau: Edifurb, 2001. P. 37

⁶³ HÜNING, Simone M. e GUARESCHI, Neuza M. F. “‘Ligeiramente humana’: novas biotecnologias e a experiência de si no contemporâneo”. In: SOUZA, Solange Jobim; MORAES, Marcia. *Tecnologias e modos de ser no contemporâneo*. Rio de Janeiro, Ed. PUC-Rio, 2010. P. 215

anterior, na verdade é uma consequência direta da comunicação e da sociedade do hiperconsumo descrita por Lipovetsky⁶⁴, conceito tratado posteriormente. É um corpo que nunca se contentará, já que se baseia na “promoção publicitária dos cânones e dos recursos disponíveis”, em uma sociedade onde “promete-se o bálsamo na condição de criar a ferida e dar legitimidade a alguns que nos conduzirão pelo reto caminho”⁶⁵, de modo que sempre existirá uma necessidade a ser preenchida (criada pela indústria) para corrigir uma imperfeição ou insatisfação que cada indivíduo sequer tinha conhecimento sobre si mesmo, mas que naturalmente haverá um produto para solucionar o “problema”.

A política, a publicidade e a comunicação foram as principais disseminadoras de imagens e modelos padronizados dos corpos. A aparência desses corpos é fundamentada no pensamento mercantil, ou seja, pensada como valor de troca. Como espetáculo, o corpo perde sua autonomia e se torna produto de exposição, objeto de admiração, e será remodelado de acordo com a estética hegemônica. O corpo carrega um valor simbólico precioso de empenho, ou seja, “nas sociedades modernas, se prescreveu tão poucos os deveres do indivíduo para consigo mesmo, nunca se trabalhou tanto para o aperfeiçoamento funcional de seu próprio corpo”⁶⁶.

Com o corpo tido apenas como valor econômico, assumindo uma identidade inautêntica criada por essa sociedade que, por sua vez, visa apropriar-se dele e dominá-lo através da alienação, é possível entender a utilização de narrativas para a criação de valores e influência de comportamentos na comunicação. O que se trabalha ultimamente é o “egobuilding”⁶⁷, uma construção de si próprio às custas da autoestima dos indivíduos, que são na realidade “mecanismos de desencaxe”⁶⁸, visto que se referem à lógica mercantil e criam, através das estratégias de marketing, os padrões de beleza que modificam as relações e dimensões corporais dos indivíduos. Essas táticas manipulam de maneira clara a insegurança e instituem o sentimento de culpabilidade, como se cada pessoa fosse responsável pelos insucessos ao se ajustarem às normas e exigências.

Faz-se necessário a este ponto salientar que essas estratégias de poder e apropriação

⁶⁴ LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

⁶⁵ VAZ, Paulo. Op. cit.. P. 7.

⁶⁶ LIPOVETSKY apud COUTO, Edvaldo Souza. Gilles Lipovetsky: Estética corporal e protecionismo técnico nas culturas higienista e desportiva. In.: GRANDO, José Carlos (org). *A (des)construção do corpo*. Blumenau: Edifurb, 2001.

⁶⁷ COUTO, Edvaldo Souza. Gilles Lipovetsky: Estética corporal e protecionismo técnico nas culturas higienista e desportiva... op. cit.

⁶⁸ SILVA, Ana Márcia. O corpo do mundo: Algumas reflexões acerca da expectativa do corpo atual. In.: GRANDO, José Carlos (org). *A (des)construção do corpo*. Blumenau: Edifurb, 2001. P. 22-3

do corpo através dos hábitos e comportamentos se modificaram em termos de discursos pela Sociedade do Hiperconsumo. Lipovetsky⁶⁹ apresenta esse novo conceito como a fase contemporânea da sociedade, em que a busca pela felicidade se dá a partir do consumo de produtos e serviços. Por isso, a narrativa para a venda desses produtos passa a ser diferente das outras fases, já que é mais pautada no prazer, nas sensações e nas mensagens de estímulo a essa felicidade (claramente ilusória). O corpo passa a consumir a si mesmo e os valores propagados são os de conforto e desejos imediatos. Não há mais o pensamento “funcional, objetivista, mecanicista”, conforme ilustra o autor:

Se a antiga modernidade celebrou a limpeza e a higiene como obrigações morais e sociais, o momento hipermoderno exalta “o prazer de estar limpo”, a volúpia das abluções, os géis de banho aromáticos, os sais de banho com óleos essenciais, os banhos de espuma e efervescentes. Da mesma maneira, as marcas e as publicidades de cosméticos servem discursos sobre a volúpia de cuidar de si próprio e o prazer de “reconciliar-se com sua sensibilidade”. Os produtos de cuidados pessoais certamente gabam a otimização da eficácia dos agentes, mas também um embelezamento “100% prazer”, a qualidade das sensações, o prazer como fator de sucesso dos tratamentos. Ao menos na ordem do discurso, o referencial técnico “rigoroso” recua diante de um modelo de consumo que conjuga eficácia e hedonismo, saúde e beleza, higiene e estética, apenas paralelamente à sacração da sensualização dos prazeres consumistas.⁷⁰

À medida que aumenta a possibilidade de escolhas sobre a oferta de produtos que permitem o prazer e a felicidade imediatos, mais é possível se perceber a propagação do que o autor chama de “psicologização e estetização dos prazeres”. Podemos pensar que, como o “bem-estar” se torna imperativo no discurso contemporâneo, as justificativas para as modificações corporais também passam pela mesma linha. As cirurgias plásticas já foram sinônimo de adequação social, *status*, necessidade, desempenho. Hoje, ainda se mantendo a multiplicação das cirurgias estéticas, sobretudo no Brasil, a demanda de quem procura por essas práticas continua sendo a busca por uma perfeição inalcançável, mas as razões apresentadas ao cirurgião normalmente serão objetivos mais modestos, de forma a “corrigir um defeito ostensivo, ganhar mais confiança, estar mais de acordo com sua plena personalidade”. Conforme aponta Lipovetsky⁷¹, são motivações essas que “traduzem menos a idolatria da perfeição que a dilatação do ideal de conforto, estendido ao domínio psicológico ou emocional”.

Nesse contexto, a prerrogativa do momento é a positividade, traduzida pelo “amor-

⁶⁹ LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal...* 2007. op. cit.

⁷⁰ Ibidem. P. 284.

⁷¹ Ibidem.

próprio”. Logo, “embelezar-se implica em afinar a escuta em relação ao próprio corpo”⁷², uma redescoberta do “eu”, que retoma a percepção da supervalorização do individualismo e, ao mesmo tempo, uma busca por um autoconhecimento, ou, em outras palavras, uma tentativa de liberdade individual. É um sentimento de dualidade na sociedade atual, posto que o que se espera é dominar o corpo, mas também libertá-lo; é “subjugá-lo e depender dele para sua felicidade”⁷³. E não basta apenas possuir uma atitude positiva e exercê-la na vida, é necessário tornar público, expor e transparecer. Como afirma Couto, “toda a corporalidade se converte em linguagem”⁷⁴, nesse sentido para ser plenamente feliz e ter um corpo livre, é imperativo que se mantenha permanentemente buscando o bem-estar (no sentido de saúde física e emocional).

Na sociedade do hiperconsumo, segundo Lipovetsky⁷⁵, somos o que ele classifica como “superconsumidores de intimidade”, isto é, já não existem fronteiras entre os espaços público e privado. A privacidade é consumida diariamente e de pessoas que não são mais os ideais admirados do passado, mas pessoas “reais”, cujas experiências são mais próximas das vividas por seus espectadores. É possível comprovar isso pela quantidade de público e espectadores que existem para programas de *reality shows* como Big Brother e A Fazenda (que ainda se mantêm presentes e com muita audiência e repercussão), além do aumento exponencial durante os últimos anos de canais no Youtube sobre assuntos diversos, que contam com milhares a milhões de seguidores, e não apenas se limitam a falar de seus conteúdos, mas exploram expor a vida pessoal de seus “apresentadores”/*influencers* através de vídeos em formatos de *vlogs* de viagens e tours pelas casas e locais de trabalho.

Vivemos uma “sociedade transparente”, no sentido de “mostrar tudo, dizer tudo, ver tudo”, não poder e nem querer mais esconder nada de um público, “para o qual um dos assuntos preferidos passou a ser o desvendamento dos estados de espírito”. É a era do exibicionismo e exposição dessa intimidade do homem comum, segundo Lipovetsky⁷⁶. Não há mais a busca por criar obras imortais, mas aparecer nas mídias, se tornar conhecido. Com base nessa reflexão, é possível entender que a fase contemporânea do consumo se tornou muito mais voltada para a estética, em todas as “dimensões da existência”, conforme descreve o

⁷² SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In.: SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de (org). Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais. 2a Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005. p. 136

⁷³ SILVA, Ana Márcia. O corpo do mundo: Algumas reflexões acerca da expectativa do corpo atual. In.: GRANDO, José Carlos (org). A (des)construção do corpo. Blumenau: Edifurb, 2001. p. 18

⁷⁴ COUTO, Edvaldo Souza. Gilles Lipovetsky: Estética corporal ... 2001. op. cit.

⁷⁵ LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal...* 2007. op. cit

⁷⁶ Ibidem.

autor:

Quanto mais a eficácia tecnomercantil governa o mundo, mais a oferta é estetizada e mais a demanda se vê marcada pelos desejos de apreciar as alegrias das “impressões inúteis”.⁷⁷

Nessa sociedade midiática na qual vivemos a espetacularização da vida transformou o corpo em jogada publicitária cujo objetivo é “a obsessão por um brilho efêmero”⁷⁸. O narcisismo contemporâneo poderia estar criando uma atmosfera ilusória sobre intimidades e mundos, em que as pessoas começam a confundir os valores e trocar o sentido dos princípios ou daquilo que realmente deveria ser importante socialmente ou pessoalmente. É uma embriaguez das imagens produzidas artificialmente pelo mundo das ideias e da tecnologia que nos afasta cada vez mais do real. Conforme descrito por Maia:

O principal desenvolvimento operado por Deleuze, interpretando construtivamente as investigações de Foucault acerca do biopoder, encontra-se na articulação dessa problemática com a caracterização de nosso tempo presente pela ideia de que “‘controle’ é o nome que Burroughs propõe para designar o novo monstro, e que Foucault reconhece como nosso futuro próximo”. Ou seja, aos mecanismos postos em funcionamento no tempo das disciplinas e dos espaços de enclausuramento típicos da Modernidade, sobrepõem-se as novas malhas de sujeição, potencializadas pelo desenvolvimento da tecnologia cibernética.⁷⁹

⁷⁷ Ibidem. P. 357.

⁷⁸ COUTO, Edvaldo Souza. Gilles Lipovetsky: Estética corporal... 2001. op. cit. P 47.

⁷⁹ MAIA, Antônio Cavalcanti. Biopoder, Biopolítica e o Tempo Presente. In.: NOVAES, Adauto (org). *Homem-máquina: a ciência manipula o corpo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003. P. 97

2.2. Saúde e Estigmatização

“Livre é o estado daquele que tem liberdade. Liberdade é uma palavra que o sonho humano alimenta, que não há ninguém que explique e ninguém que não entenda.”
Ilha das flores (1989)

Identificação é uma palavra que hoje conhecemos com várias interpretações. Usada como uma forma de categorizar e reconhecer o outro; de se reconhecer no outro; de buscar a si mesmo no ambiente (o famoso autoconhecimento). Contudo, quando discutimos uma sociedade, é importante ilustrarmos alguns parâmetros para entender como se dão determinados reconhecimentos e categorizações a fim de perceber como são criados os preconceitos, acima de tudo. Como explica Le Breton, “o processo de discriminação repousa no exercício preguiçoso da classificação: só dá atenção aos traços facilmente identificáveis (ao menos a seu ver) e impõe uma versão reificada do corpo. A diferença é transformada em estigma”⁸⁰.

Existem meios de categorizar as pessoas a partir de atributos comuns a cada categoria. São os ambientes sociais que estabelecem essas categorias e quem serão as pessoas que a elas pertencem. Ele explica que essas informações permitem que verifiquemos de prontidão determinadas características ao nos relacionarmos com outras pessoas, sem uma prévia reflexão. Esclarece Goffman:

Então, quando um estranho nos é apresentado, os primeiros aspectos nos permitem prever sua categoria e os seus atributos, a sua “identidade social” – para usar um termo melhor do que “*status social*”, já que nele se incluem atributos como “honestidade”, da mesma forma que atributos estruturais, como “ocupação”.⁸¹

Ao analisarmos historicamente, o preconceito é pautado em várias questões. Podemos identificar a partir da era industrial. Com a cultura de acumular riquezas, o lixo não pode fazer parte. O lixo, para a sociedade capitalista, é visto como um “um imenso amontoado de inutilidades, um aberrante descompasso entre essência e existência”⁸², de forma que numa atmosfera em que se cultuava o pragmatismo, a funcionalidade e o esplendor, se tornava impensável manter os restos à vista. Entende-se aqui como lixo os restos, mas também os

⁸⁰ LE BRETON, David. *A sociologia do corpo...* 2007. op. cit.

⁸¹ GOFFMAN, Erving. *Estigma – Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada*. 4ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2017. P. 11-12.

⁸² RODRIGUES, JC. *O corpo na história...* 1999. op. cit. P. 90

mortos. Não podemos deixar de salientar que o lixo é uma invenção dessa sociedade, dado que, na Idade Média, os restos não eram encarados como inúteis ou sujos, mas como naturais e organicidades da vida cotidiana. Consequentemente, nessa cultura industrial se torna imprescindível exterminar o lixo “como ‘etnocidamente’ tem procedido com relação a todos os outros que tem encontrado pelos caminhos de seu progresso e de sua expansão”.⁸³

Esse panorama mostra a evolução da configuração dos deslocamentos físicos nas cidades. Foucault⁸⁴ chama de “medo urbano” o temor nascido depois da Revolução Francesa, quando as ruas nas cidades começaram a ser pavimentadas e alargadas. Isso acontece para que sejam criados espaços próprios para cada classe social (o que se mantém até hoje), mas também para que se cumprisse a promessa de afastar a sujeira e o lixo da população (não de toda ela, como se imagina, apenas daquela detentora do poder). Dessa forma, as populações pobres são deslocadas para as áreas mais afastadas das destinadas às elites, que são as áreas que serão preservadas dos odores e problemas ocasionados pela imundice que assola a cidade, marginalizando cada vez mais essas classes, ou melhor dizendo, colocando-as nos lugares que acreditavam serem devidos. Percebe-se, então, que junto ao lixo e aos mortos, foram banidos os pobres, mas não apenas eles, também os desviantes morais e os doentes.

O ser humano entende e decodifica o mundo através dos sentidos, sendo que nenhum deles é puro, todos são passíveis de interpretações e dependem do repertório, da cultura e da vivência de cada pessoa. Nosso aprendizado depende dos sentidos na experimentação da vida. Para entender a estigmatização, é preciso compreender que essa interpretação do mundo depende dos nossos sentidos, não apenas pela compreensão imagética, mas também por outro sentido que possibilita uma “reflexão imediata do mundo”⁸⁵, que é o olfato. A partir do odor é possível para o homem entender o ambiente, já que, em sua maioria, a interpretação se baseia em julgamentos prévios. É o sentido mais forte ligado à discriminação, já que “define uma assentada a aliança ou a ruptura, a simpatia ou o ódio, abole a distância ou a aumenta ao infinito”⁸⁶.

Essa ideia é conhecida por disseminar racismos, por exemplo, pensando em um odor “étnico” que muitas vezes está ligado à cultura de determinado povo (falando a partir de hábitos e costumes, sejam eles alimentares ou mesmo de produtos cosméticos) ou ainda por conta de uma questão estrutural de um preconceito e discriminação voltados a um povo

⁸³ Ibidem; p. 90

⁸⁴ FOUCAULT apud RODRIGUES.JC. O corpo na história... 1999. op. cit.

⁸⁵ LE BRETON, David. *Antropologia dos sentidos*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2016. P. 335.

⁸⁶ Ibidem. P. 346.

específico, como os negros. O raciocínio se estende ainda para públicos excluídos socialmente, como doentes e corpos gordos, onde se associa não apenas a percepção destes através de sua imagem corpórea, mas ainda como malcheirosos, o que ajuda a manter um repúdio, além de serem também dirigidos àqueles de menor poder aquisitivo, se tornando assim um “sensor de limites sociais” e “definidor de xenofobias”.

Isso também se liga ao puritanismo, dado a partir do século XIX, quando a Igreja acredita que é possível assegurar a salvação das almas através do estado de graça e perfeição de conduta, com a moral passando a ser direcionada à saúde. Entendemos aqui um discurso higienista, voltado aos deveres sociais, de forma que os rituais de limpeza se tornam mais complexos para que promovam a proteção de si, mas principalmente às “negligências populares, aos fedores orgânicos, às promiscuidades descontroladas”⁸⁷.

Não foi da noite para o dia que o odor dos pobres e dos ricos foi estabelecido como divisor social, visto que se instituiu à época “o burguês ‘desodorizado’ e o povo ‘infecto’”⁸⁸ de tal modo que foi necessária uma “disciplinarização” para convencer as pessoas a se manterem limpas e a modificarem hábitos e entendimentos. Porém, aqui precisamos pontuar algumas consequências dessa higienização instaurada na sociedade.

Uma delas é o caso de permitir que a aparência dominasse a tal nível que um determinado tipo de pessoas se consideraria “pura”, a ponto de entender que poderia ser separada dos demais para não ser “contaminada” e por isso, deveria também dominar as demais “raças”. É o que vimos acontecer com o apartheid e o nazismo, mas em outros níveis enxergamos até hoje, com a discriminação que ocorre por conta de fatores simplesmente estéticos, ou seja, “um atributo que estigmatiza alguém pode confirmar a normalidade de outrem”⁸⁹

Segundo Goffman⁹⁰, é possível classificar os estigmas por três tipos. O primeiro são as deformidades físicas; o segundo, as culpas de caráter individual, no significado de fraqueza ou distúrbio de moral; e o terceiro, étnicos e religiosos (que ele inclui na mesma categoria). No caso, o estigma é uma característica não prevista socialmente, que foge da normalidade pensada e imposta, já que possui algo que chama a atenção acima de outras características. Se o “defeito” é percebido à primeira vista, a pessoa pode se sentir exposta de tal maneira que pareça uma invasão de privacidade por conta do julgamento alheio. Conforme explica

⁸⁷ RODRIGUES, JC. O corpo na história... 1999. op. cit. P. 118

⁸⁸ Ibidem. P. 119

⁸⁹ GOFFMAN, Erving, Estigma... 2017. op. cit. P. 13.

⁹⁰ Ibidem.

Rodrigues:

Como consequência coerente de tudo isso, os mínimos toques, ruídos, olhares, palavras... que violem as paredes da bolha que envolve cada um de nós e que atribuam ao corpo algum peso, fazendo-o existir, deverão ser conjurados imediatamente por ritos de desculpabilização ou por silêncios. Estes ritos e silêncios ocupam-se de missões significacionais, cujo objetivo imediato é tentar suprimir uma sensação de constrangimento ou de vergonha. Este doloroso sentimento de vergonha é passível de derivar da simples, mas gravíssima, falha de eu ter feito da presença de meu corpo um fardo. De eu singelamente ter feito dele um ser existente. E isto se explica em virtude de se terem tornado verdadeiros pesadumes – segundo esta primeira maneira de conceber a corporalidade – tanto a minha existência para o outro, como a dele para mim.⁹¹

Inclusive sobre isso, não apenas o olfato, temos a audição que é o sentido da interioridade. Ao contrário da visão que nos leva para fora do corpo, a audição possibilita que se leve o mundo para dentro de nós. Tendo isso, é possível entender como interiorizamos determinadas falas e afirmações feitas durante nossa vida, moldando comportamentos e pensamentos que podem ser levados desde a infância até a vida adulta. A audição nos permite decifrar nossa linguagem, que fará com que possamos compreender discursos de resistência perante essas questões.

Existe uma “disciplinarização” do corpo mas, para além disso, há padrões que geram sentimentos de culpabilidade. Como foram criados de forma que ficassem incrustados no inconsciente coletivo e na linguagem cotidiana, perpetuaram não apenas comportamentos, mas posições de determinados grupos. A questão é que o indivíduo se adaptou por tanto tempo a se submeter a essas práticas de poder que permitiu que falassem sobre seu corpo, mostrando seu fracasso “de não ter absorvido a mais fundamental das normas de existência na nova sociedade, que consiste na habilidade de subjetivar o coletivo macroscópico no individual mais íntimo”⁹², de modo a criar suas próprias restrições no meio social e restringir sua vivência, punindo-se por sua incompetência. Como explica Le Breton:

Em condições comuns da vida social, as etiquetas de uso do corpo regem as interações: circunscrevem as ameaças suscetíveis de surgir do que não se conhece, dão origem a referências que asseguram o desenvolvimento da troca. Diluído assim no ritual, o corpo deve passar despercebido, fundir-se nos códigos e cada ator deve poder encontrar no outro, como num espelho, as próprias atitudes e a imagem que não o surpreende nem o atemoriza. Como vimos, o apagamento ritualizado do corpo é socialmente costumeiro. Aquele que transgride os ritos que pontuam as interações, de modo deliberado ou para defender seu corpo, suscita o desconforto e a angústia.⁹³

⁹¹ RODRIGUES, JC. *O corpo na história...* 1999. op. cit. P. 186

⁹² Ibidem; p. 187

⁹³ LE BRETON, David. *A sociologia do corpo...* 2007. op. cit. P. 74.

Há uma questão importante sobre a estigmatização que quando traçamos um conceito de certo e errado para os comportamentos pertencentes à natureza humana, podendo classificá-los como normais ou anormais, criamos um pensamento de que é possível mudar o comportamento errôneo. O ponto é que, ao tentar corrigir o anormal, “demonizar” o diferente, não há questionamento sobre os valores presentes e se sustenta a norma vigente, tornando-a uma “verdade absoluta”, reforçando a culpabilização sobre o anormal.

O estigma é um conceito intrínseco à linguagem. Quando entendemos uma pessoa estigmatizada como “não completamente humana”, criamos uma ideologia de inferioridade e animosidade sobre esse indivíduo baseada nas suas características e diferenças. Com a utilização dos termos específicos como “retardado”, “aleijado”, “denegrir” ou mesmo expressões como “está surdo/cego?”, “mulherzinha”, “maricas”, entre outros (a lista é extensa) que estão nas falas cotidianas como metáforas e, em sua maioria, como ofensas, apenas reforçamos o caráter pejorativo que essas características possuem na sociedade, sem levar em consideração o seu significado original. Além disso, há expressões que designam papéis exercidos na sociedade, como quando alguém se refere a uma mulher apenas como “esposa” de alguém. Isso descaracteriza essa mulher, coloca ela exclusivamente neste papel dentro da sociedade reduzindo-a à sua “função” no casamento.

Douglas Tercitano, criador do blog e canal de Youtube “Eu conseguirei”, afirma que o pior para uma pessoa com deficiência, além até do que falam, é como os olham. Ele apresenta a dificuldade que é se relacionar com as pessoas, principalmente em termos de namoro. Mesmo utilizando plataformas como o *Tinder*, ao contar que possuía uma deficiência, não havia mais abertura para conversas. Isso acontece no presencial também, segundo ele, já que as pessoas precisam se sentir atraídas ao olhar para as outras, não dando a chance nem de conhecer ou conversar, fazendo com que as pessoas com deficiência acabem se sentindo inseguras e terminando por ficarem sozinhas. Para ele, o mundo ideal seria se todas as pessoas pudessem tratá-lo como seu melhor amigo o trata, como se ele não tivesse qualquer diferença⁹⁴.

A preocupação com a aparência é uma das “modalidades simbólicas de organização sob a égide do pertencimento social e cultural do ator”⁹⁵, que permite entender por que tamanho empenho em se manter dentro de padrões e “fazer parte”, “com o propósito de orientar o olhar do outro ou para ser classificado, à revelia, numa categoria moral ou social particular”⁹⁶. Contudo, esses padrões ou referenciais de beleza ou aceitabilidade dependem da

⁹⁴ Informação concedida à autora em conversa por videoconferência no dia 13/07/2021.

⁹⁵ LE BRETON, David. A sociologia do corpo... op. cit. p. 77

⁹⁶ Ibidem. P. 77

moda ou conjuntura da sociedade da época, como já vimos. Isso quer dizer que, durante toda a história, o corpo passou por mudanças de diretrizes e, com a evolução tecnológica e biotecnológica, os indivíduos puderam ter “margens de manobra” para alterar seus corpos e adequá-los a essa moda para serem aceitos a partir da avaliação dos outros.

Desde o século XVIII a medicina passou a ter uma presença influente na vida das pessoas, como uma espécie de dependência, em que os médicos poderiam exercer poder sobre os corpos. Conforme explica Foucault, “o médico se torna o grande conselheiro e o grande perito, senão na arte de governar, pelo menos na de observar, corrigir, melhorar o corpo social e mantê-lo em permanente estado de saúde”⁹⁷. E isso se mantém até a atualidade, em que a medicina se torna a ciência da Modernidade, visto que a “medicina social” permite “distinguir incessantemente o normal do patológico, impondo um sistema de normalização dos corpos, das subjetividades e dos afetos”⁹⁸.

Seguindo por essa linha, existe a “associação corpo-saúde”⁹⁹ e a maneira que ela pauta o modo como se vive na atualidade, visto que falamos com familiaridade sobre como os alimentos podem causar problemas em nossa saúde, assumindo-nos, ainda que sem qualquer capacitação profissional como nutricionistas, fisioterapeutas, bioquímicos ou médicos. Toda essa informação é adquirida em sites, redes sociais e até mesmo em publicidades, sendo transmitida de pessoa para pessoa sem o discernimento ou o embasamento factual para que se tenha certeza de que o que está sendo dito em tais notícias e informes é verdadeiro ou tem assentimento de um especialista. Seguimos com o pensamento higienista e do protecionismo de “blindagem da doença”, do desgaste temporal, sempre devendo justificar qualquer desvio das normas.

Essa inquietação com a exterioridade, essa ostentação de bem-estar constante, leva o indivíduo a se consumir, velando por todos os pontos que podem ser alterados no dia a dia. Isso abre precedentes para usar a saúde como “desculpa” para a discriminação, como agente justificador para atos e discursos contra pessoas que não se encaixam no padrão, para que se possa aproximar de dados factuais e alimentar o preconceito, um outro problema que encontramos constantemente na sociedade atual. A título de exemplo, quando tratamos da obesidade, que é uma condição reconhecida em termos médicos como doença, os atores do discurso discriminatório apontam que as pessoas que se mantêm nessas condições o fazem por

⁹⁷ FOUCAULT apud GRANDO, José Carlos (org). *A (des)construção do corpo...* 2001. op. cit. P. 69

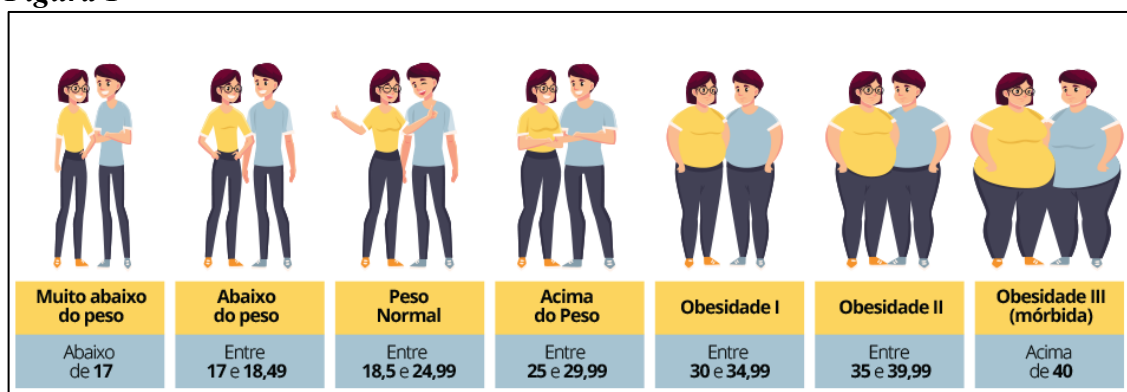
⁹⁸ SANTOS, D. K.; AMARAL, M. S.; TONELI, M. J. F. *Psicologia, Políticas do Corpo, do Gênero e das Sexualidades...* op. cit. P.315.

⁹⁹ KATZ, Helena. *Para ser contemporâneo da biopolítica...* 2012. op. cit.

culpa delas e que se não alterarem seus comportamentos estarão fadadas a sérios riscos à vida.

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a obesidade¹⁰⁰ é uma doença que se caracteriza pelo acúmulo de gordura corporal em diversas partes do corpo podendo desencadear fatores de risco à saúde. O diagnóstico para a condição é dado a partir do cálculo do Índice de Massa Corporal (IMC), que avalia o estado nutricional da pessoa considerando as medidas de peso e estatura, que confere uma tabela com índices para classificar os corpos conforme figura 1:

Figura 1



Fonte: <https://sp.unifesp.br/biofisica/noticias/diamundial-obesidade-2021>

Além disso, também são consideradas as medidas de composição corporal (para entender a distribuição da gordura pelo corpo) e a circunferência da cintura. Dado esse conceito, podemos compreender que o corpo gordo, não necessariamente obeso, é um dos preconceitos mais simples de perceber e analisar, já que a culpabilização recai diretamente sobre o possuidor do corpo. Contudo vale ressaltar que a condição da doença não é uma questão que é geral para todos os corpos gordos e isso não significa que eles precisam sofrer retaliação e desrespeito por suas condições e por seus corpos.

Diferentemente do preconceito contra pessoas com deficiência, idosos, LGBTQIAP+ ou preconceito racial, o preconceito contra o gordo tem uma característica importante a ser levantada. A condição do gordo, perante a sociedade geral, é uma das poucas que se entende como algo que pode ser alterado apenas com um esforço do indivíduo, que não é inerente à pessoa, mas que é um estado de momento, não de vida. Porém, conforme explica Lipovetsky, não há como jogar a culpa sobre esse corpo numa sociedade de hiperconsumo que ocasiona a “inatividade física de massa, bem como um imenso processo de desestruturação ou de

¹⁰⁰ Dados retirados do artigo da Unifesp intitulado “Obesidade é uma doença e deve ser tratada como tal”. Disponível em: <https://sp.unifesp.br/biofisica/noticias/diamundial-obesidade-2021>

relaxamento das disciplinas corporais”.¹⁰¹ No cotidiano, esse indivíduo é estimulado a sonhar com uma estética inalcançável e tem ao seu dispor uma indústria que permite sedimentar o sedentarismo, a alimentação inadequada, o trabalho de horas extensas dentro de um escritório em frente a um computador, uma vida atribulada e, muitas vezes, pouco tempo e pouco capital para investir nesse corpo. Para os outros grupos citados, mesmo que haja controvérsias da comunidade religiosa sobre a comunidade LGBTQIAP+ em relação a sua “cura” ou não, na prática, eles não podem fazer nada para alterar suas condições, apenas aceitar quem são.

No caso da velhice, no entanto, a única prática que ainda se permite fazer é postergá-la ao máximo (resquícios do protecionismo à vida da era higienista). Dessa forma, todo o avanço da biotecnologia que estiver ao alcance é válido, como se o passar do tempo fosse facultativo. Porém esse “embelezamento medicalmente assistido”¹⁰² é um investimento de alto custo e, portanto, pouco acessível, o que também volta a definir quem dita o que é beleza.

Os principais preconceitos/discriminações que encontramos na sociedade brasileira atual são os seguintes: classe social, religião, gênero, orientação sexual, raça/etnia e, por fim, o corporal. Dentro da questão do corpo existem alguns grupos específicos que fazem parte de outras classificações de preconceitos: LGBTQIAP+, corpos gordos ou fora do padrão (que não são magros e atléticos, por assim dizer), pessoas com deficiência, negros e indígenas (para pegar dois grupos que sofrem preconceitos de raça, apesar de ser de forma diferente, mas ainda muito presente no Brasil), idosos e mulheres (de maneira geral). A importância de fazer essa separação dos grupos é entender que cada grupo tem uma necessidade diferente e que sofre discriminação de formas diferentes. Estes grupos, contudo, ainda compartilham de aspectos comuns, como a busca por aceitação, respeito, visibilidade e equidade de direitos.

Sobre esse último ponto, faz-se necessário entender que boa parte dos preconceitos corporais (senão todos) citados previamente são estruturais e sistêmicos. Estruturais por serem um composto de técnicas institucionais, culturais e históricas que colocam esses determinados grupos em uma posição inferior a outros de forma constante e contínua a ponto de perpetuar as diferenças entre os grupos ao longo da História. E sistêmicos porque o sistema é formulado de tal maneira que configure um espaço que não acolhe determinado corpo e por isso torna sua vivência e sua permanência naquele espaço dificultadas. Esse corpo é reconhecido como diferente do aceitável, historicamente, seguindo o conceito de estigmatização. Todos os dias os corpos que são estigmatizados pela sociedade entendem e encaram, em diversas atividades

¹⁰¹ LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal...* 2007. op. cit. P. 278

¹⁰² SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014. P. 85

de suas rotinas, momentos que transparecem que eles não se encaixam, que não fazem parte e que nunca farão.

O sistema no qual vivemos foi criado de modo a nos informar que determinado corpo é bem-vindo e um outro tipo de corpo, não. A fobia (no sentido da aversão a determinados públicos, criminalizada, como a homofobia) é entendida como um modo de restringir que corpos tenham acesso ou sucesso em determinados espaços, de modo a discriminá-los. Os direitos que, em teoria, deveriam ser garantidos a todos os cidadãos de forma igualitária, não se aplicam a esses corpos, como acessibilidade a espaços públicos (transportes, acessos, assentos), oportunidades de trabalho, acesso a universidades, entre outros. É uma questão de que inserir os corpos diversos à normalidade (no sentido de norma) parece repugnante.

Isso é reforçado pela mídia de diversas formas, não apenas pela publicidade, mas, agora, principalmente pelas redes sociais, que disseminam as imagens com mais rapidez e influenciam públicos de diferentes tipos por não ter as barreiras de tempo e espaços físicos. Conforme explica Lenise Borges, fundadora do Grupo Transas do Corpo¹⁰³, para o documentário *O corpo é nosso!*:

Se antigamente a gente podia pensar num discurso mais autoritário, mais disciplinar, hoje os discursos estão muitos mais maquiados, mais sofisticados no sentido de associar essa ideia de controle em relação aos corpos com uma ideia de saúde. Então, as revistas vendem a ideia de que a mulher, se ela não se cuida, é uma mulher relaxada, é uma mulher descuidada, e acabam responsabilizando assim as mulheres porque não estão alcançando uma forma de se apresentar na sociedade da forma como se é esperado. É difícil das pessoas entenderem que isso também é uma forma de disciplinar os corpos porque está associado a essa ideia do saudável.¹⁰⁴

Há quem diga que pelo fato de hoje termos a possibilidade de alterar e transformar nosso corpo da forma que quisermos ou acharmos pertinente, somos mais livres. No entanto, ao analisar profundamente é um retrocesso histórico, já que a busca ao longo das décadas foi para que o corpo se livrasse das amarras governamentais e, principalmente, publicitárias. Como define Le Breton: “o homem só será ‘libertado’ quando qualquer preocupação com o corpo tiver desaparecido”¹⁰⁵.

¹⁰³ Organização civil de direito privado sem fins lucrativos, com finalidade educativa, cultural e de pesquisa que visa a redução das desigualdades de gênero, regida por estatuto próprio e pelas normas legais pertinentes. Apoiada pelo feminismo, luta pela cidadania, igualdade e justiça das mulheres.

¹⁰⁴ Documentário O CORPO é nosso! Direção de Theresa Jessouroun. Rio de Janeiro. KinoFilmes, 2019. 1 vídeo. (85 min.)

¹⁰⁵ LE BRETON, David. *A sociologia do corpo...* 2007. op. cit. P. 87

2.3. O Movimento Corpo Livre

*Toda revolução é primeiro simbólica, antes de ser estrutural.
Não apenas porque é mais fácil mudar as palavras do que as coisas,
mas porque a linguagem e o imaginário são uma dimensão do
real.*¹⁰⁶

(PERROT, Michelle)

Em meio a tanta repressão, como forma de resistência, uma das iniciativas mais antigas para trazer o assunto “revolução corporal” à pauta e dar luz às discussões é o movimento *Body Positive*. Suas raízes mais antigas se iniciam no movimento da Reforma Vitoriana¹⁰⁷, de 1850 a 1890, que defendia a aceitação do corpo das mulheres e as desencorajava a usarem espartilhos extremos ou mutilação corporal para se ajustarem ao padrão de uma cintura extremamente fina e/ou figura de ampulheta. Essa reforma ainda defendia que as mulheres não escondessem seus corpos sob muitas camadas de tecido em vestidos, além do direito de usar calças.

A primeira repercussão que ocorreu proveniente deste movimento foi em 1967, quando Steve Post, um apresentador de rádio de Nova York, realizou o “*fat-in*” para protestar contra a discriminação da gordura corporal, compondo cinco meses depois um ensaio intitulado “*More People Should be Fat!*”, em que testemunha a discriminação sofrida por sua esposa por conta de seu tamanho e peso. Esse ensaio iniciou um movimento que objetivava corrigir a questão da vergonha da gordura corporal e a crença de que ser gordo era o oposto de ser saudável.¹⁰⁸ Foi criada então a *National Association to Advance Fat Acceptance (NAAFA)*, que se dedica até os dias de hoje a eliminar a discriminação baseada em tamanhos corporais e a prover ferramentas de empoderamento pessoal para pessoas gordas, além de educação pública e suporte.

Após esse período, em 1996, foram criados nos Estados Unidos programas de exercícios para pessoas com sobrepeso e espaço para que pudessem se reunir para se exercitarem confortavelmente. No mesmo ano foi criada a organização *Body Positive* por Connie Sobczak e Elizabeth Scott, que tem como missão ajudar as pessoas através de uma plataforma educacional online que, segundo elas mesmas: “oferece uma variedade de recursos

¹⁰⁶ PERROT, Michelle. De Marianne a Lulu: As imagens da mulher. In.: SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo*: elementos para uma história das práticas corporais. 2ª Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005. p. 170

¹⁰⁷ History of Body Positivity". Passion Blog. February 26, 2018.

¹⁰⁸ COOPER, Charlotte. "What's Fat Activism?". University of Limerick. Retrieved 4 March 2019.

e programação para ensinar e inspirar jovens e adultos a valorizar sua saúde, beleza e identidade únicas, para que possam usar seus recursos vitais de tempo, energia e intelecto para obter resultados positivos. mudanças em suas próprias vidas e no mundo”.

A partir de 2012, com o desenvolvimento e a utilização cada vez maior das plataformas de mídias sociais, a presença do movimento aumentou, tratando de desafiar padrões irreais de beleza feminina. Foram criadas diversas *hashtags* na internet para normalizar e celebrar o corpo da forma como ele é, além de propiciar que o movimento rompesse as barreiras norte-americanas e atingisse uma escala global. Além disso, o *body positive* também visa ajudar as pessoas a entender como as mensagens populares da mídia contribuem para o relacionamento que as pessoas têm com seus corpos, incluindo como se sentem em relação a comida, exercício, roupas, saúde, identidade e autocuidado. Ao entender melhor o efeito de tais influências, a esperança é de que as pessoas possam desenvolver um relacionamento mais saudável e realista com seus corpos.

O desdobramento disso no Brasil, com um movimento com nome e bandeira nacionais, é bem mais recente, iniciado em 2019 pela *digital influencer* Alexandra Gurgel do canal de Youtube “Alexandrisomos”, que já conta com 495 mil inscritos¹⁰⁹. Ela é defensora da aceitação corporal, pois começou seu processo de autoaceitação em 2015 e desde então traz assuntos de notoriedade nas redes sociais, como empoderamento feminino, gordofobia e o próprio *body positive*. Em sua conta de Instagram a influenciadora possui 1 milhão de seguidores e seu “Movimento Corpo Livre” vem ganhando força especialmente entre mulheres que deixaram de usar biquíni em algum momento da vida. Isso porque o primeiro passo ou ideal do *#corpolivre* é que você aprenda a olhar para o seu corpo com mais amor, coloque um biquíni que se sinta confortável e pare de se privar de passeios ou de ir à praia por conta do seu corpo.

Em sua primeira postagem, o movimento se define da seguinte forma: “um movimento que busca equidade corporal entre todos os corpos, com os mesmos direitos, mesmos acessos e respeito! Aceitação corporal é pra todo mundo! Aqui neste Instagram você pode contar com uma curadoria de notícias, assuntos e conteúdos sobre CORPOS. Mande sugestões via dm! Queremos sempre conversar e trocar ideia para essa comunidade ser cada vez mais inclusiva! *#corpolivre*”. Sendo assim, sua principal plataforma é o Instagram, onde a iniciativa teve seus primeiros adeptos e se tornou o principal meio de comunicação sobre o assunto. A conta criada em 19 de agosto de 2019 já conta com 452 mil seguidores e com 2.153 publicações¹¹⁰. Sua

¹⁰⁹ Dados até 03.08.2021

¹¹⁰ Dados até 03.08.2021

principal *hashtag* (#corpolivre) passou de 278 mil postagens, em 2019, para 565 mil em 2021, sem contar suas derivações. Interessante perceber que através de plataformas de análise de *hashtags* é possível rastrear quais as principais palavras associadas a ela, conforme figura abaixo:

Figura 2



Fonte: Painel Site Brand 24. Disponível em: <https://app.brand24.com/panel/analysis/?sid=706452202#d1=2020-01-01&d2=2021-08-03&dr=w&va=1&cdt=days>

Assim como no movimento *Body Positive* em seu início, percebe-se uma exposição maior do corpo gordo, mas desde seu início é possível observar gradativamente algumas mudanças, com a inserção de outros tipos de corpos, como deficientes físicos, pessoas com alguma marca na pele e pessoas que sofreram de distúrbios alimentares e estão lutando contra isso.

Como principais atores políticos, é possível identificar os que seguem: *digital influencers* voltados ao combate à gordofobia; ativismo negro e LGBTQIAP+; ativistas ao combate e auxílio em casos de distúrbios alimentares; celebridades que apoiam o movimento como formadores de opinião e dando testemunhos sobre preconceito e discriminação que porventura sofreram; marcas de roupas e cosméticos, que se apropriam do ideal e utilizam como estratégia de marketing ao incluir em sua comunicação a *hashtag* “#corpolivre” para atribuir os valores do movimento ao posicionamento de mercado; revistas, ao trazerem matérias que disseminam a proposta do movimento, principalmente com entrevistas com a fundadora, Alexandra Gurgel; e, por fim, a própria criadora, que se apoia na abrangência e no alcance de seu canal de Youtube, além de sua visibilidade como formadora de opinião, dando

voz ao movimento.

É possível também observar atores políticos contrários ao movimento utilizando o negacionismo à ciência ou à saúde como justificativa do fato de não compactuarem com as ideias defendidas pelo movimento, como aceitação e liberdade corporais. Um influenciador conhecido como Izzy Nobre, por exemplo, acusa inclusive o movimento de negacionista quando trata do assunto de obesidade. Contudo, o que o movimento busca é respeito e equidade de direitos e acessos dentro da sociedade, entendendo que isso é um processo. Em nenhum momento a porta-voz do movimento se coloca como especialista da saúde ou pesquisadora, de forma que possa apontar algo sobre a saúde de qualquer pessoa, principalmente porque defende que todos devem cuidar da própria saúde, mas que sejam reconhecidos por suas especificidades e que tenham visibilidade e respeito, como qualquer outro corpo padronizado.

Por ser um movimento relativamente novo é possível perceber que existem desafios na proposta. A representatividade dos tipos de corpos, imagens e conteúdos, por exemplo, que aparenta ser o mais fácil de resolver e que já está sendo considerado ao longo do tempo. É percebido que as plataformas, sobretudo do Instagram, estão sendo usadas para dar espaço a outras vozes que representam esses diferentes grupos, ativistas e *influencers*, pessoas que realmente possuem o afamado “lugar de fala”, já que o movimento sozinho poderia ter dificuldades para apresentar as diversas necessidades de cada grupo (no sentido de realizar mudanças em políticas públicas, por exemplo). Aliás, perante esta última questão, como a precursora se encaixa em apenas três grupos (mulher, corpo gordo e LGBTQIAP+, por ser assumidamente lésbica) ela pode apenas trazer experiências próprias que vive dentro desses lugares, e deixa isso bem claro. Contudo, como até o final deste trabalho o movimento completou cerca de dois anos de existência – sendo que quase todo o período se passou durante uma pandemia – fica ainda mais difícil perceber um progresso efetivo que poderia ser medido ou que poderia se imaginar diferente se estivéssemos em uma conjuntura distinta em 2020 e 2021.

Mesmo assim, a iniciativa busca levantar discussões mais amplas sobre a perfeição ilusória criada pela sociedade capitalista na qual vivemos e qual é o papel da beleza dentro dela, deixando cada vez mais evidente a busca por respostas a perguntas como “a quem interessa manter padrões corporais ideais e inatingíveis?” ou “por que nossa cultura tem tanta dificuldade de aceitar a organicidade de seu povo e sua diversidade?”.

Como já foi dito no primeiro capítulo é nítido na História porque recai muito mais

sobre as mulheres a questão da pressão estética, por isso que mesmo dentro do movimento a presença de homens é minoria. Um nome que se destaca por participar dos conteúdos do canal e do perfil do movimento é o ciberativista Caio Revela, que conta atualmente com 115 mil seguidores no Instagram.¹¹¹ Além do Corpo Livre, ele também é ativista pela bandeira do LGBTQIAP+ e foi um dos alvos de alguns casos de gordofobia recentes relacionados à vacinação por comorbidades da Covid-19.

Evidentemente o movimento busca trazer uma mudança na questão da conscientização, o que foi possível ser feito em meio ao isolamento já que tudo foi feito de maneira remota/virtual. Assim, o conteúdo que já era digital se tornou intensificado, trabalhando os *trending topics* relacionados ao assunto “corpo” e uma disseminação de imagens de corpos cada vez mais variados para que o olhar do público mudasse e se acostumassem a ver um corpo que não é manipulado, que é real e, sobretudo, que não é padrão, a fim de tirar o vício do olhar que a publicidade colocou na sociedade.

No entanto, isso só é possível de ser feito para o público que chega até a página do Instagram, o que deixa o movimento novamente restrito. O mesmo acontece no Youtube, mas que talvez tenha mais possibilidades de oferecer esse conteúdo pela lógica diferente dos algoritmos. Como no Instagram só aparecem as publicações de pessoas que seguimos, ficamos sempre restritos a ver aquilo que gostamos e não experimentar ou ver outros conteúdos. Isso é alterado ao entrar, por exemplo, no Tiktok, que possui dois *feeds* diferentes, um para pessoas que você escolheu seguir e outro para pessoas de forma geral do Tiktok (famosas ou não). As análises posteriores realizadas sobre os vídeos do movimento e as redes se aprofundam mais nessa questão.

Isso coloca em pauta outra questão que precisa ficar mais clara: o movimento, por ser ainda muito recente, não possui um manifesto (como o feminista, por exemplo). Isso poderia ser uma ferramenta que ajudaria a dar uma diretriz mais clara para que as pessoas entendessem quem pode apoiar a causa, quem pode fazer parte do movimento, se é ou não para todo mundo e o que cada um pode fazer para ajudar e melhorar a causa.

A conscientização por si só não traz grandes mudanças sociais, ainda mais se estivermos tratando de uma mudança que seja individual, mirando em políticas públicas. Contudo é um primeiro passo importante para mudar o olhar para si e para o outro, já que isso pode transformar relações e alterar os caminhos da aceitação, do respeito e da visibilidade. É a partir da linguagem e da informação que a porta-voz pretende começar a semear essa

¹¹¹ Dados até 03.08.2021

revolução cultural.

Nuta Vasconcellos, criadora do projeto Chá de Autoestima e influenciadora digital que trata das pautas corporais desde 2008 (sendo umas das primeiras a falar do assunto), afirma que quebrar essa cultura é um movimento demorado, porque um corpo específico é associado a muitas coisas culturalmente, então para mudar isso só existe a mudança na cultura. Para mudar a cultura, temos que mudar a TV, a revista, a escola, etc. Por isso ela acredita que temos que focar em nossa transformação pessoal, falando especificamente de corpo, porque esperar que essa mudança venha do outro é uma longa trajetória, pois são crenças enraizadas na nossa cultura e na nossa sociedade (informação verbal)¹¹².

O foco do movimento, segundo Alexandra, é a evolução do pensamento, a desconstrução da ideia voltada à aparência. É uma questão de bem-estar mais do que qualquer outra coisa. Conforme afirma Le Breton sobre o corpo:

Torná-lo não um lugar da exclusão, mas o da inclusão, que não seja mais o que interrompe, distinguindo o indivíduo e separando-o dos outros, mas o conector que o une aos outros. Pelo menos este é um dos imaginários sociais mais férteis da modernidade.¹¹³

¹¹² Informação concedida à autora em conversa por videoconferência realizada no dia 31/05/2021.

¹¹³ LE BRETON, David. *A sociologia do corpo...* 2007. op. cit. P. 11.

2.3.1. O Movimento e O Feminismo

O feminismo é um movimento social e político que luta pela igualdade entre mulheres e homens, não apenas em direitos, mas em todas as esferas sociais e políticas da vida cotidiana. Deve ser reconhecido por sua pluralidade de pautas, já que envolve direitos e necessidades de grupos que se diferenciam em etnia, classe social, orientação sexual e identidade de gênero.

Ao longo da História, o feminismo repercutiu em ondas, sendo a mais recente a partir de 2010, quando novos coletivos começaram a ser organizados por mulheres mais jovens com a ajuda das redes sociais e a proliferação de sites e blogs feministas. O desencadeamento foi tamanho que impactou as relações institucionais e políticas, colocando em voga temas como representatividade e violência sexual.

Alguns movimentos foram icônicos para apresentar essa mudança, como a Marcha das Vadias que aconteceu no Canadá em 2011 e chegou ao Brasil no mesmo ano, além de outros países. Em 2018, no Brasil, as mulheres foram às ruas em protestos em diversas cidades contra o então candidato à presidência Jair Bolsonaro, manifestando oposição e subindo a #elenão nas redes sociais, utilizada até os dias de hoje. Essa foi considerada a maior manifestação de mulheres na história do Brasil. No ano seguinte, em 2019, a performance de feministas chilenas contra a cultura do estupro denominada “Un violador en tu camino” em que centenas de mulheres se reuniram na Plaza de Armas, em Santiago, viralizou nas redes sociais. O vídeo retratou o *flash mob* com uma coreografia ensaiada em que cantam frases como “o estuprador é você” e “o Estado opressor é um macho estuprador”. Em meio à crise que acontecia no país, foram registrados cerca de 70 casos de abusos sexuais cometidos por policiais contra mulheres detidas¹¹⁴.

Desde o início do feminismo moderno, o movimento conquistou diversos direitos que impactam a vida e a autonomia das mulheres. Eles envolvem direito à educação, direitos políticos, liberdades civis, direitos reprodutivos, integridade física, direitos contra violência, assédios e estupro. Contudo, mesmo que essas conquistas tenham sido alcançadas – nem todas de forma integral – o feminismo ainda é necessário e fundamental nos tempos atuais, já que a desigualdade ainda é vivenciada pelas mulheres. Segundo o estudo divulgado pelo World

¹¹⁴ Dados retirados da matéria do Jornal GGN. Disponível em:

<<https://jornalggn.com.br/editoria/cidadania/performance-de-feministas-chilenas-contr-a-cultura-do-estupro-viraliza-nas-redes-sociais/amp/>>

Economic Forum¹¹⁵ em 2020, levaria pelo menos 256 anos para acabar com as desigualdades entre homens e mulheres ao redor do mundo, dada a demora em seus avanços.

É por esse motivo que, para as mulheres, é preciso estar sempre vigilante para manter seus direitos, que são, como visto durante a História, constantemente questionados. Em um momento como o atual, em que é possível atuar de forma mais expressiva, angariar mais adeptos e propagar informação com acessibilidade, as pautas se mostram ainda mais necessárias e presentes, e é possível observar diferentes movimentos surgindo para discutir e colocar voz às questões atuais.

A partir do feminismo é que o movimento Corpo Livre tem a oportunidade de caminhar hoje, já que sem essa luta não seria possível vermos mulheres como a Alexandra liderando debates sociais e políticos, sem mencionar o fato de que muitos dos temas que envolvem o corpo dentro do movimento já foram discutidos no passado de maneiras parecidas e diferentes, referentes à época, mas ainda provenientes de uma vigilância constante por uma libertação das amarras criadas sobre o corpo da mulher, o que vai para além da estética.

¹¹⁵ Disponível em: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2020/key-findings/?doing_wp_cron=1638241907.3229351043701171875000>

3. A DESINFORMAÇÃO DO CORPO

3.1. Distopia e Dismorfia

Nessa visão de corpo padronizado com a mídia tendo papel fundamental e disseminador do pensamento, pode-se entender o que o filósofo alemão Ludwig Feuerbach escreveu em seu livro *A essência do capitalismo*: “Nosso tempo, sem dúvida... prefere a imagem à coisa, a aparência ao ser... O que é *sagrado* para ele, não passa de ilusão, pois a *verdade* está no profano. Ou seja, à medida que descreve a verdade a ilusão aumenta”¹¹⁶. Em uma sociedade em que não é possível mais separar a imagem da coisa, ou a coisa se torna a própria imagem, a manipulação dessa imagem, dessa aparência, traz uma verdade ilusória aos olhos de quem as consome ou aprecia.

Quando tratamos de avaliação de imagens, entendimento do mundo através da visão, entendemos que o homem projeta o mundo, apenas vê aquilo que se mostra. Em outras palavras, “a visão é um sentido ingênuo, já que aprisionada às aparências, contrariamente ao olfato ou à audição que desalojam o real das tinturas que o dissimulam”¹¹⁷. Seguindo esse pensamento e o que acreditava Platão, a imagem pode ocultar a essência do real, o homem enxerga o mundo através de imagens que podem ser apenas miragens, falseando o que há de verdadeiramente real. Numa sociedade tecnológica como a atual, a falsidade da realidade é cada vez mais presente e mais utilizada como forma de controle e perpetuação de comportamentos e pensamentos. Como descreve Le Breton:

A visão é associada ao conhecimento. “Ver” é sinônimo de “compreender”. Ver “com os próprios olhos” é um argumento sem apelação. O que “salta aos olhos” é um “evidente” não se discute. Na vida corrente, uma coisa deve em primeiro lugar ser acessível à visão para ser percebida como verdadeira.¹¹⁸

O conceito de verdade aqui, quando tratamos da imagem corporal propriamente dita, refere-se ao conceito da verdade de fato de Hannah Arendt¹¹⁹, em que a autora apresenta como sempre relativa a várias pessoas e estabelecida por testemunhos, sendo “política por natureza”. Ao trabalhar uma imagem individual em um ambiente que tem potencialidade de influência

¹¹⁶ FEUERBACH, Ludwig apud DÉBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. RJ: Contraponto, 1997. P. 13.

¹¹⁷ LE BRETON, David. *Antropologia dos sentidos*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2016. P. 69

¹¹⁸ Ibidem. P. 70

¹¹⁹ ARENDT, Hannah. *Verdade e política* [1967]. 1a ed. Tradução de Manuel Alberto. São Paulo: Relógio D'Água. 1995.

política, no sentido de sociedade, o autor dessa imagem está dando luz a uma questão que migra do privado e subjetivo ao público e expositivo.

O corpo trazido para a luz, seja por imagens médicas ou pelos meios de comunicação, é um corpo construído e que não traz esclarecimentos, apenas a intenção colocada nessa imagem que promove uma cognição e depende de uma identificação. Ao tratar de claro e escuro, se faz válida uma atenção ao obscurantismo muito presente na contemporaneidade, principalmente no intelectual, trazendo então à tona o negacionismo de ideias já comprovadas pela ciência. São exemplos disso o “terraplanismo”, o movimento anti-vacina e a negação das mudanças climáticas. Mas, para além dessas “crenças”, muitos outros problemas estão tomando força e sendo escancarados para a sociedade, sendo eles o racismo, o preconceito estrutural e a desigualdade (tanto econômica quanto social).

O que é muito utilizado como argumento dentro dessas “comunidades negacionistas” é a frase “mas isso é minha opinião”, o que Hannah Arendt bem explica em seu texto *Verdade e Política*:

Ainda que se deva distingui-los, os factos e as opiniões não se opõem uns aos outros, pertencem ao mesmo domínio. Os factos são a matéria das opiniões, e as opiniões, inspiradas por diferentes interesses e diferentes paixões, podem diferir largamente e permanecer legítimas enquanto respeitarem a verdade de facto. A liberdade de opinião é uma farsa se a informação sobre os factos não estiver garantida e se não forem os próprios factos o objecto do debate.¹²⁰

Dentro dessa disseminação do obscurantismo e negacionismo e de sua afiliação cada vez maior, existe o chamado “Efeito Adesão” ou “Heurística de Bandwagon”, em que as decisões de um indivíduo são amplamente influenciadas pela atitude de sua comunidade. As mídias sociais fizeram com que esse efeito se tornasse cada vez mais evidente através da popularidade dos posts, visto que uma publicação que tem um maior número de engajamento tem mais probabilidades de ser difundida, mesmo sem ter qualquer verificação de informação ou fatos. Isso é ainda amplificado quando essa informação tem o “aval” de uma pessoa conhecida. Como visto no artigo *Defining “Fake News”*¹²¹:

*Receiving information from socially proximate sources can help to legitimate the veracity of information that is shared on social networks. However, users seldom verify the information that they share.*¹²²

¹²⁰ ARENDT, Hannah. *Verdade e política...* 1967. op. cit. P. 11

¹²¹ TANDOC, E. C., LIM, Z. W. & LING, R. (2017). Defining “Fake News”. A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143 [online]. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1360143?journalCode=rdij20>> P. 139.

¹²² “Receber informações de fontes sociais próximas pode ajudar a legitimar a veracidade das informações que são compartilhadas nas redes sociais. No entanto, os usuários raramente verificam as informações que compartilham” (tradução nossa).

O negacionismo, no caso do movimento, é utilizado como uma ferramenta pelos atores políticos opositores às lutas defendidas pelo Corpo Livre, já que eles se dizem defensores da verdade e acreditam que o próprio movimento é negacionista por negar a ciência a partir do momento que defende que pessoas com obesidade (que é classificada como doença) podem ter uma vida normal e, principalmente, por afirmar que pessoas gordas podem ser saudáveis.

Ao mesmo tempo, percebe-se que o discurso sobre o corpo está em um campo de disputa atualmente. As informações travam batalhas diariamente a partir de diferentes narrativas para ver quem convence mais pessoas e quem ganha. Muitas vezes, esse convencimento não é feito de forma factual. Conforme vimos, a verdade nada tem a ver: crenças, emoções e aspectos não racionais entram em perspectiva, dificultando cada vez mais o avanço do debate. Sendo assim, o que os agentes da revolução estão tentando fazer é mudar os discurso que é bem efetivo; ou até mesmo utilizando os conhecidos *memes*, que se por um lado podem ser utilizados como *Fake News*, por outro podem ser utilizados para reforçar uma informação importante, pois chamam atenção.

Quando existe um interesse por trás da criação de um padrão, interesse esse que perpetua as classes hegemônicas, existem formas às quais o biopoder¹²³ utiliza para a manutenção desse poder. Como explica Hannah Arendt, “a falsidade deliberada, a vulgar mentira, desempenha apenas o seu papel no domínio dos enunciados de facto”¹²⁴. Esse controle social se dá pelo poder sobre um saber específico e o domínio das informações, o bem mais valioso nos dias de hoje.

Para tal prática, vemos dentro da Definição das *Fake News* criada por Edson C. Tandoc Jr, Zheng Wei Lim e Richard Ling a conhecida manipulação de imagens, que tem o poder de “criar falsas narrativas” a partir de imagens reais, cada vez mais facilmente feitas com o desenvolvimento de tecnologias e aplicativos. Essas imagens propagadas pelas mídias sociais (tanto de figuras públicas e privadas quanto de marcas), distorcem a realidade e permitem que seja imputado no inconsciente coletivo aquilo que deve ser almejado e valorizado dentro de uma sociedade. Essas práticas criadas especialmente pela publicidade e pelo jornalismo (de moda) servem para seduzir os espectadores e consumidores, bem como uma embalagem de alimento mostra uma imagem “meramente ilustrativa”, mas que influencia na decisão de compra e no desejo por aquele produto. Isso ainda demonstra como o corpo é

¹²³ FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder* (17ª Edição). Rio de Janeiro: Ed. Graal, 2002.

¹²⁴ ARENDT, Hannah. *Verdade e política...* 1967. op. cit. P. 6

tratado em sua representação, há décadas, por estereótipos e objetificação, contribuindo para os distúrbios de imagem tão presentes em nossa sociedade. Como descrito por Katz:

São as imagens difusoras de certo tipo de corpo que pautam o nosso comportamento, nossas normas de convívio e a economia capaz de dar forma à sociedade na qual hoje vivemos.¹²⁵

Atualmente é mais evidente a percepção de imagens que são alteradas visualmente de forma artificial e é possível dizer que tais imagens, dependendo do grau de manipulação, acabam gerando polêmicas em torno de quem as produziu e sobre a ética e honestidade da mídia, já que “a imagem criada digitalmente vira uma nova e dominante realidade, toma caráter de norma – não se trata apenas de uma digitalizada, mas também de uma imagem digitalizante”¹²⁶.

A discussão acerca do efeito negativo da exposição de imagens idealizadas aparece em diferentes frentes. Revistas publicaram editoriais com maior “honestidade epistêmica”¹²⁷, mas ainda assim na mesma edição é possível ver matérias que continuam a instituir o que é admissível em termos de beleza e como consegui-la, o que faz dessas iniciativas pouco eficientes e bastante superficiais. As imagens produzidas na modernidade pela tecnociência traçam uma nova dimensão de “superfícies lisas, fragmentadas, peles de luz ou de papel”¹²⁸, sendo assim, parece distante traçar uma realidade dentro de uma apresentação de corpos “feitos de pura luz”¹²⁹.

A noção do corpo no universo digital para de fazer sentido, as limitações se reduzem, as verdades são diferentes, as construções podem ser elaboradas pelo próprio usuário já que se trata de um lugar imaterial em que é possível experimentar identidades diferentes e o indivíduo não precisa passar pelo constrangimento ou julgamento dos outros sobre seu corpo. Le Breton declara:

Não importam sua idade, seu sexo, nem mesmo se está doente ou é deficiente, ele é livre para mover-se à vontade e segundo sua competência em um universo de dados.

¹²⁵ KATZ, Helena. Para ser contemporâneo da biopolítica... 2012. op. cit. P. 22

¹²⁶ MESQUITA e SIBILIA apud SCAGLIUSI, B. Fernanda e SANTOS, Roberto Manoel dos. Beleza.jpg – Borrando os limites da realidade. In.: MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

¹²⁷ SCAGLIUSI, B. Fernanda e SANTOS, Roberto Manoel dos. Beleza.jpg – Borrando os limites da realidade. In.: MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. P. 34

¹²⁸ SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo:...* 2005. op. cit P. 18

¹²⁹ Ibidem. P. 18

Seu corpo físico, comparado a múltiplos corpos virtuais, não é senão uma prisão, uma necessidade antropológica que de bom grado ele dispensaria.¹³⁰

O ciberespaço é um mundo com culturas, linguagens e ideologias próprias. Consegue ser um mundo real e imaginário ao mesmo tempo, que confunde o usuário sobre a questão da realidade. Por ser uma rede os conceitos de espaço e tempo não existem de forma concreta como no mundo analógico, isto é, as fronteiras se apagam e o corpo pode ser manipulado. Como é um espaço em que existe uma “proteção” da tela, em que muitas vezes os indivíduos pouco sabem uns dos outros, o corpo não tem a importância do mundo real, sendo “livre de coerções”, sem a preocupação da abordagem ou o incômodo do encontro, num jogo de situações que “produz todas as aparências da verdade”¹³¹.

Essa atmosfera favorece a interação entre múltiplos contatos de forma que a comunicação pareça ser ainda mais próxima e os vínculos sociais ainda mais profundos, criando comunidades que podem compartilhar intimidades. Contudo, conforme explica Rodrigues, “a parafernália de comunicação, que se justifica como um facilitador de comunicação, não é senão o sintoma dessa dificuldade bastante típica de uma sociedade de ‘eus’ desvinculados de quaisquer ‘nós’”¹³², o que demonstra como o distanciamento das relações interpessoais modificou nossos vínculos para começarmos a buscar em outros lugares o pertencimento, facilitado pela tecnologia.

Seguindo essa linha é concebível pensar que essas experiências mediadas pela tecnologia transformam a experiência do corpo, por conta principalmente da internet e da realidade virtual, que permitem que a simulação apreendida do mundo seja praticamente real, modificando a percepção do ambiente e da corporalidade em si. Aqui é interessante trazer a Teoria Corpomídia¹³³, que coloca o corpo como uma “coleção sempre cambiante de informações (por conta das suas contaminações incessantes com os ambientes por onde circula)”¹³⁴, entendendo que todo o espaço que envolve o indivíduo e o corpo influencia de alguma forma para sua construção social e para que absorva os signos a fim de uma constituição identitária de si mesmo.

Com tecnologias virtuais fornecendo alterações corporais diariamente ao alcance das mãos, a percepção sobre a realidade do seu próprio corpo acaba sendo deturpada e sustentando

¹³⁰ LE BRETON, David. Adeus ao Corpo. In.: NOVAES, Adauto (org). Homem-máquina: a ciência manipula o corpo. São Paulo: Companhia das Letras, 2003. P. 124

¹³¹ Ibidem. P. 127

¹³² RODRIGUES, JC. *O corpo na história...* 1999. op. cit.

¹³³ KATZ, Helena; GREINER, Christine. A natureza cultural do corpo, em lições de dança. Rio de Janeiro: Editora UniverCidade, 2003. v. 3, p 77-102

¹³⁴ KATZ, Helena. Para ser contemporâneo da biopolítica: corpo, moda, trevas e luz. In.: Idem; p. 23

uma obsessão por corpos irreais, moldando um desejo que gira todo um mercado. Além disso, a apreensão do que é real sobre as “imperfeições” do corpo natural passa a ser visto com aversão, conforme afirmado Jean-Jacques Courtine:

[...] o desejo de obter uma tensão máxima da pele; o amor pelo liso, pelo polido, pelo fresco, pelo esbelto, pelo jovem; ansiedade frente a tudo o que na aparência pareça relaxado, franzido, machucado, amarrotado, enrugado, pesado, amolecido ou distendido; uma contestação ativa das marcas do envelhecimento no organismo. Uma negação laboriosa de sua morte próxima.¹³⁵

É importante atentar que o trabalhador também é consumidor, mas, ao mesmo tempo, é mercadoria, inclusive a mais valiosa atualmente. O petróleo de hoje são os dados. Em um estilo de vida como o do presente, em que o modelo de trabalho é menos fabril e mais computacional, não há vantagem em libertar o corpo que se constrói facilmente diante desse cenário. Diante de um computador, além das imposições óbvias relacionadas às atividades físicas (ou à falta delas), existe ainda uma questão que as redes sociais têm manipulado com maestria: os algoritmos. A partir deles é possível traçar perfis específicos que permitem que toda a informação que chega ao usuário seja cada vez mais personalizada, mais atraente, porém manipulativa e com interesse capitalista (não nos enganemos). Com acesso ao indivíduo durante praticamente 24 horas por dia, qual o nível de influência que as empresas de dados têm?

Com isso podemos falar sobre Democracia. Entendida como a “forma de governo em que a soberania é exercida pelo povo”¹³⁶, é o regime fundamentado no conceito de liberdade, igualdade, equidade e cidadania. A cada dia mais nos afastamos desse conceito básico encontrado no dicionário, não apenas quando nos deparamos com a política governamental, mas com a liberdade ilusória que cotidianamente cremos ter. Conseguimos enxergar o modelo discriminatório da sociedade inclusive ao pautarmos a democracia da informação. Numa era substancialmente digital, é evidente aos olhos atentos (ou para quem pode ter acesso a essas informações) a quantidade de filtros e critérios que determinados conteúdos passam para chegarem até as massas, articuladas de tal maneira pelos grupos detentores do poder que se permite que exista uma ilusão coletiva de que é possível ter liberdade de escolha, liberdade de pensamento e de opiniões.

Utilizando o pensamento de Chantal Mouffe sobre hegemonia e antagonismo é

¹³⁵ COURTINE, Jean-Jacques. Os stakhanovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo. In.: SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo*: elementos para uma história das práticas corporais. 2a Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005. P. 86.

¹³⁶ Significado da palavra “democracia” segundo o dicionário Michaelis Online. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/democrACIA/>>

possível ilustrar o que acontece. A sociedade, historicamente, trabalha para excluir as possibilidades que vão além da categorização e do poder. A ordem social acontece de forma com que o objetivo seja um contexto de contingência. A autora nomeia isso como “práticas hegemônicas”¹³⁷, explicando que a articulação da ordem e o significado das instituições dentro de determinada sociedade é feita de maneira fixada, ou seja, exclui outras possibilidades de abordagem entendendo “ordem” como “sempre a expressão de uma certa configuração das relações de poder”¹³⁸. Dessa forma a visão que temos de determinados assuntos será articulada de maneira a expressar a preferência ou o pensamento de uma determinada “classe” ou “recorte” da sociedade que possui o poder, seja ele de influência política, econômica ou ambos.

Ao trazer essa visão de sociedade para a pauta do corpo, da imagem do corpo e do preconceito corporal no Brasil, existem alguns pontos que precisam ser elucidados para abranger a discussão de modo completo. O primeiro tópico a ser analisado é a questão da “indústria da cultura”, que cotidianamente empenha-se em propagar um tipo de comportamento e ideologia no inconsciente coletivo caminhando para a alienação social, de forma que “impede a formação de indivíduos autônomos, independentes e capazes de decidir conscientemente”.¹³⁹ Numa realidade como a nossa, conectada diariamente, bombardeada por diferentes tipos de informações e, sobretudo, pautada em uma fantasia de uma vida perfeita criada por imagens, filtros e redes sociais, a pressão estética é cada vez mais evidente. As redes sociais criam uma narrativa ficcional que descreve o estilo de vida e as características do ser humano exemplar, uma produção virtual realizada por aplicativos de tratamento de imagens e *selfies* modificadas. Ademais estão o mercado e as indústrias (de cosméticos, farmacêuticas, alimentares, de moda, entre outras), que permanecem de prontidão para oferecer os mais variados produtos com a promessa de atingir os padrões irreais criados nessa ficção. Parece inegável notar que esse mercado já não se interessa em produzir produtos em si, mas em fabricar consumidores, dado que é a partir da insatisfação constante e da busca pelo inalcançável que a oferta é guiada.

Essa conjuntura tomou tamanha proporção que já existem distúrbios psicológicos causados (e outros agravados) pelas redes sociais e seus filtros. Um dos primeiros a ser apontados, em 2018, ficou conhecido como “Dismorfia do Snapchat”, fazendo referência à rede social pioneira na criação de filtros para *selfies*. Este transtorno faz parte de um outro distúrbio

¹³⁷ MOUFFE, Chantal. *Agonística: pensar el mundo políticamente*. – 1ª ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2014. P. 21. (tradução nossa)

¹³⁸ Ibidem. P. 22. (tradução nossa)

¹³⁹ ADORNO, Theodor W. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. P. 2

denominado “Transtorno Dismórfico Corporal”, mais afamado e presente até os dias atuais. Ambos os casos consistem em uma pessoa que passa a ter uma visão distorcida de seu próprio corpo, enxergando defeitos sutis ou até mesmo inexistentes na aparência, que podem causar ansiedade, baixa autoestima, depressão e procura por procedimentos estéticos, conforme explicado pela psicóloga Andreza Wurzba em entrevista para a Revista Glamour em abril de 2021. Além disso, a psiquiatra Christiane Ribeiro, psiquiatra do Hospital das Clínicas da UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), esclarece que esse transtorno pode levar a uma prática conhecida como “body checking”, em que a pessoa verifica o corpo com frequência e pode levar até a casos de grande vergonha de sua aparência.

Para comprovar que as redes sociais estão ligadas aos distúrbios foi realizada uma pesquisa em dezembro de 2020 pela *Edelman Data & Intelligence*, consultoria global e multidisciplinar de pesquisa, análise e dados, para analisar o impacto do uso das redes sociais e dos filtros de imagens na autoestima de meninas entre 10 e 17 anos no Brasil. Foram entrevistadas 503 meninas entre essas idades e 1.010 mulheres de 18 a 55 anos. Os dados revelam que 84% das jovens brasileiras com 13 anos já aplicaram um filtro ou usaram um aplicativo para alterar suas fotos e 78% delas tentam mudar ou ocultar pelo menos uma parte ou característica de seu corpo que dizem não gostar antes de postar em suas redes sociais. Além disso, 89% das jovens relataram que compartilham *selfies* esperando receber a aprovação de outras pessoas.

Uma pesquisa realizada pela Academia Americana de Cirurgia Facial, Plástica e Reconstructiva em 2017 afirmou que 55% dos cirurgiões atenderam pacientes que queriam passar por cirurgias para aparecer melhor em *selfies*, sendo um aumento no número de clientes com menos de 30 anos. Esses pacientes utilizam os filtros como referência de como querem se parecer após as cirurgias, acreditando ter expectativas mais realistas perante os resultados e baseados no próprio rosto (mesmo que seja modificado artificialmente).

O cenário da pandemia de Covid-19 gerou agravantes ao assunto. Outro estudo realizado no Reino Unido pelo *Personality and Individual Differences* em 2021 descobriu que a ansiedade e o estresse ligados à pandemia podem estar causando problemas de imagem corporal entre homens e mulheres. Segundo a médica nutróloga Marcella Garcez, diretora e professora da Associação Brasileira de Nutrologia (Abran), “este estudo se soma a pesquisas recentes que indicam que medos em torno da COVID-19 e as consequências das restrições introduzidas para ajudar a combatê-las podem estar contribuindo para uma série de problemas

graves de saúde mental”¹⁴⁰. Adicionado a isso o cirurgião plástico Márcio Farinazzo, chefe do setor de Rinologia da Unifesp, afirma que “como estamos conectados a todo momento, há uma influência indireta para o risco acentuado de desenvolver também distúrbios de imagem, como a dismorfia, que, segundo estudos, nos últimos anos já vem crescendo em virtude do uso do Instagram”¹⁴¹.

Na mesma pesquisa de 2020, 35% das jovens disseram se sentir “menos bonitas” ao verem fotos de influenciadores/celebridades nas redes sociais e que quanto mais tempo essas meninas passam editando suas fotos, mais elas relatam baixa autoestima corporal. Todos esses estudos e apontamentos realizados por profissionais revelam a distopia estética que a pressão e a padronização estabeleceram. Os conteúdos disseminados que criam as narrativas são irreais e os filtros idealizam padrões imaginários além de, claramente, trazerem alterações para traços eurocêntricos, o que permite entender qual o padrão e quem dita esse padrão na sociedade (hegemonia).

É fundamental ressaltar que essa “beleza” apresentada pelos influenciadores/celebridades também é uma ilusão, posto que esse padrão não está disponível nem para eles mesmos a partir do momento que tratam suas fotos com aplicativos e criam essa falsa realidade na internet. O documentário da HBO, *Fake Famous*, de 2020, elucida isso de forma clara quando apresenta depoimentos de influenciadores norte-americanos que contam que não quiseram participar de trabalhos presencialmente pois sabiam que suas fotos eram completamente tratadas e a realidade seria diferente do que eles apresentavam em suas redes.

Conforme explanado por Raquel Recuero, a mídia social é concebida como “um efeito das ações dos atores nos sites de rede social, publicando e republicando informações de modo a dar visibilidade para determinados discursos em detrimento de outros”¹⁴². A partir da dinâmica de funcionamento das redes sociais é possível entender como a manipulação dos discursos se dá, visto que quando um assunto é muito disseminado, a plataforma tende a entender que aquele determinado *post* é relevante, portanto, acaba ganhando maior

¹⁴⁰ Matéria Jornal Estado de Minas. Dezembro, 2020. Disponível em: https://www.em.com.br/app/colunistas/anna-marina/2020/12/10/interna_anna_marina,1219071/estudo-revela-que-pandemia-pode-levar-a-problema-de-imagem-corporal.shtml

¹⁴¹ Entrevista dada para a matéria do Jornal Estado de Minas. Dezembro, 2020. Disponível em: https://www.em.com.br/app/colunistas/anna-marina/2020/12/10/interna_anna_marina,1219071/estudo-revela-que-pandemia-pode-levar-a-problema-de-imagem-corporal.shtml

¹⁴² RECUERO, Raquel. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 2020. P. 386. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbla/a/vKngbPRMJxbypBVRLYN3YTB/?lang=pt&format=pdf>

visibilidade. Esse fenômeno pode gerar o efeito de “falso consenso”¹⁴³ que, conforme explicado pela autora, se refere “a uma impressão de consenso em que as pessoas tendem a acreditar naqueles discursos que a maioria dos demais parece apoiar”¹⁴⁴. No caso que tratamos aqui, a informação discursiva se dá de diversas formas: escrita, falada (no caso de vídeos) e especialmente imagética. Aqui o consenso aparece a partir do momento que se percebe que é unânime que ao encontrar *influencers*/celebridades vivendo vidas irreais em suas plataformas, apresentando um estilo de vida e uma imagem (que não condiz nem com o que ela é e nem com o que ela realmente vive), seus seguidores passam a se espelhar nelas. É a premissa do marketing aspiracional, que ainda permite que com o poder de persuasão que têm, os *influencers* apresentem produtos e/ou métodos para seus seguidores alcançarem vidas e estéticas como as que eles criam em suas redes.

Ainda relacionado a isso, a desinformação, conforme descrito por Recuero¹⁴⁵, permite que as pessoas possam confirmar seus próprios pontos de vista, criando falsas concepções. As indústrias, os influenciadores *fitness*, os ditadores da beleza e do corpo de forma geral trabalham com a desinformação a partir desse conceito. O que já é disseminado amplamente pela mídia é reforçado por eles, trazendo soluções milagrosas de pessoas que se usam como exemplos de sucesso para venderem uma falsa ideia de que qualquer pessoa pode alcançar o padrão de beleza irreal, que muitas vezes eles mesmos não alcançaram com os métodos por eles propostos. Além disso, muitos não são certificados, não há embasamento científico, autoridade ou expertise que comprovem que essas informações sejam verdadeiras e eficazes, sendo um desserviço para a sociedade e para o público que os consome.

A influência é um dos maiores poderes (no caso das redes sociais), quando tratamos de uma sociedade capitalista, sobre potenciais consumidores. Contudo, a influência nas redes precisa ser credibilizada, depende de um público que siga e compartilhe das mesmas ideologias com o ator dos discursos. No mundo da ficção e da imagem tratada como é o virtual a legitimação do ator se dá pelo seu poder de autoridade e pelo seu status (no sentido daquilo que é amplamente almejado e aceito na sociedade padronizada). Essa questão abre um precedente para outro quesito das narrativas, quando se trata do discurso transmitido por pessoas de corpos diversos (gordas, deficientes, transsexuais, entre outros) que sofre retaliação

¹⁴³ SOON; GOH apud RECUERO, Raquel. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 2020. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1984-6398202014635>> .

¹⁴⁴ RECUERO, Raquel. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. in *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 2020. p. 385.

¹⁴⁵ Ibidem.

ou algum tipo de tentativa de “descredibilização” para com seu conteúdo. Para exemplificar imagine que um gordo que faz exercícios posta em suas redes sociais vídeos com esse conteúdo, mas afirma que não vê motivos para emagrecer. Ele pode ser acusado de apologia à obesidade ou “romantização” da obesidade, já que obesidade é tida como doença, o que por si só já justificaria a represália sobre a pessoa. Contudo, uma pessoa magra que posta um vídeo comendo um prato de comida gigantesco ou um chocolate de proporções absurdas dificilmente receberá o mesmo tratamento de opressão.

Baseado no conceito de desinformação descrito como “informações fabricadas ou manipuladas, de interesse público, espalhadas com a intenção de manipular ou influenciar a opinião pública”¹⁴⁶, parece um pouco distante olhar para o exemplo citado como integrante dessa categoria. Entretanto, ao analisarmos as relações de poder, a desinformação aparece a partir da ideia de que como a pessoa tem uma aparência socialmente aceita e seu poder de influência e de aceitação é legitimado, se ela quiser “romantizar a obesidade” postando o vídeo conforme descrito ela não sofrerá danos, mas a pessoa que é marginalizada será sistematicamente “colocada em seu lugar” pelo consenso criado e pela massa que a desaprova socialmente, conforme é entendido que deve ser feito, já que nesta sociedade ela não pertence, elucidado a partir do que explica Recuero:

Está assim intrinsecamente conectada ao conceito de poder, onde um sujeito pretende a aceitação do outro. Para ser aceito de modo voluntário este poder precisa ser compreendido como digno de obediência, legítimo. A legitimação, assim, é constituída como uma justificativa para a ordem institucional de uma dada sociedade, obtida através do discurso (VAN LEEUWEN, 2007). Assim, esses discursos contribuem com as impressões de consenso (SOON; GOH, 2018) não apenas pela sua presença, mas, também, pelas suas estratégias de legitimação.¹⁴⁷

Neste quesito é possível associar e entender o antagonismo conceituado por Mouffe¹⁴⁸, quando afirma que a política atualmente acontece na “esfera moral”. A autora descreve a dicotomia do “nós/eles” em termos morais definidos pelo “certo e errado”, de forma que os adversários nesse confronto são enxergados como inimigos a serem destruídos. Ao levarmos essa discussão para o âmbito digital, o conflito é a massificação das opiniões, que muitas vezes são reafirmadas a partir das *fake news*, desinformações ou consensos coletivos. No caso do corpo ou mesmo no exemplo descrito, as opiniões consensuais serão aquelas que farão questão de manter o lugar de marginalidade e opressão do corpo invisibilizado pela sociedade e, à

¹⁴⁶ DERAKHSHAN E WARDLE apud RECUERO, Raquel. #FraudenasUrnas... 2020. op. cit.

¹⁴⁷ RECUERO, Raquel. #FraudenasUrnas... 2020. op. cit. P. 388

¹⁴⁸ MOUFFE, Chantal. Agonística: pensar el mundo políticamente. – 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2014.

medida que existem comunidades de pessoas que compartilham dos mesmos pensamentos, as proporções podem ser catastróficas. Em um ambiente em que as pessoas tendem a acreditar na impunidade, já que existe a falsa sensação de estarem protegidas por uma tela, é possível perceber como um comentário em determinada publicação pode gerar uma onda de opiniões concordando e discordando de determinado conteúdo, gerando um debate vazio e de cunho extremamente pessoal.

Considerando essa questão, lembramos aqui que a sociedade é composta por corpos diversos, mas sua configuração é feita para ressaltar e validar apenas aqueles que a hegemonia aprova, os que não pertencem a essa realidade são excluídos e invisibilizados. A pesquisa supracitada (realizada pela *Edelman Data & Intelligence*) revelou ainda que 70% das jovens brasileiras dizem que não se sentiriam julgadas e ficariam menos preocupadas com sua aparência se se sentissem representadas no meio digital, o que confirma a necessidade da criação de ambientes seguros para a geração que é mais conectada e de ferramentas para lidar com essas questões no futuro, validando ainda mais a presença e a importância de um movimento social como o Corpo Livre.

Mouffe traz uma reflexão sobre desconstrução de identidades voltada ao feminismo que podemos também equiparar ao Movimento Corpo Livre no que se refere à representatividade. Como o Movimento procura abranger corpos diversos, em esferas diversas, com características completamente diferentes e necessidades distintas, é possível utilizar o pensamento da autora para pensar em como se faz necessário trabalhar politicamente o movimento na construção das “diferentes posições de sujeito”, conforme explica:

[...] a *desconstrução* das identidades essenciais teria que ser vista como a condição necessária para uma compreensão adequada da variedade de relações sociais onde se teriam que aplicar os princípios de liberdade e igualdade. Só quando descartarmos a visão do sujeito como um agente ao mesmo tempo racional e transparente de si mesmo, e descartarmos também a suposta unidade e homogeneidade do conjunto de suas posições, teremos possibilidades de teorizar a multiplicidade das relações de subordinação. Um indivíduo isolado pode ser um portador desta multiplicidade: ser dominante em uma relação e estar subordinado em outra. Poderemos então conceber o agente social como uma entidade constituída por um conjunto de “posições do sujeito” que não podem estar nunca totalmente fixadas em um sistema fechado de diferenças; uma entidade constituída por uma diversidade de discursos entre os quais não tem que haver necessariamente relação, mas um movimento constante de superdeterminação e deslocamento. A “identidade” de tal sujeito múltiplo e contraditório é portanto sempre contingente e precária, fixada temporalmente na interseção das posições do sujeito e dependente das formas específicas de identificação. É, portanto, impossível falar do agente social como se estivéssemos lidando com uma entidade unificada, homogênea. Em lugar disso, temos que nos aproximar dele como uma pluralidade dependente das diversas posições de sujeito através das quais é constituído dentro de diferentes formações discursivas.¹⁴⁹

¹⁴⁹ MOUFFE, Chantal. Feminismo, cidadania e política democrática radical. *Debate Feminista*. (Ed. Especial Cidadania e Feminismo), México / São Paulo, 1999. P. 32-33.

Um movimento político como o Corpo Livre se propõe a ser preciso, garantir o alcance de seu discurso e a clareza da representatividade a que está comprometido. Ao longo de sua trajetória foi possível perceber que o movimento fez inclusões em suas pautas para atingir diversos corpos. Contudo, o conceito de Corpo Livre dá margem a uma problemática que é “para quem é o movimento?”. A abrangência ampla do movimento e o fato de querer libertar todos os tipos de corpos acaba trazendo para o questionamento se os corpos que sofrem por serem invisibilizados, discriminados e marginalizados socialmente deixam de ser devidamente representados. Assim como a narrativa ficcional criada pela hegemonia consegue atingir o público e criar uma ideologia influenciando e formando opiniões, a proposta do movimento precisa utilizar da mesma estratégia para ser efetiva e criar narrativas, mas com o intuito de tirar as massas do inconsciente e trazer para o consciente as questões de suas pautas, de maneira profunda e entendendo a pluralidade da representatividade que o movimento abarca.

No Brasil, país marcado pela desigualdade, ainda há outro agravante nesse caso: a exclusão digital. A informação está disponível para uma elite que tem esse acesso, que dispõe financeiramente de recursos para se manter informada por diversas plataformas e em diversos meios digitais. As redes sociais mais utilizadas pelos brasileiros são Facebook e Whatsapp por serem aplicativos gratuitos, ou seja, não utilizam os pacotes de dados nos planos das operadoras de celular. Isso restringe muito as possibilidades de acesso do público, seja de informações, seja de alcance e interação. Para o Movimento Corpo Livre, por exemplo, isso já é um fator excludente. O movimento foi criado para a plataforma do Instagram, em princípio, e ao longo de sua trajetória expandiu para Twitter (ainda que de forma pouco expressiva) e, atualmente, para o Tiktok. No Youtube tudo sobre o movimento é vinculado ao canal da criadora, Alexandra Gurgel.

Avaliando a partir destes dados o mesmo público que só tem acesso ao Facebook e ao Whatsapp, sendo acometido por discursos de desinformação, pressão estética, influência imagética, não acessará o discurso de aceitação, conscientização e libertação do movimento. E não apenas isso, mas quando tratamos de reforçar a disseminação de informação de qualidade e com base factual, combatendo as desinformações, vale ressaltar que esses mesmos pacotes de dados das operadoras liberam as redes sociais, mas nenhum tipo de buscador, o que impossibilita a busca por fontes críveis ao se receber qualquer tipo de informação por outra via.

O Movimento Corpo Livre não é apenas um discurso vago ou superficial, assim

dizendo, não se vale apenas de um texto sem ações, de palavras sem fundamentação ou embasamento. Assim como outros movimentos culturais, ele é a porta de entrada para que possam surgir ações políticas efetivas que sejam levadas para o âmbito legislativo e, por isso, faz parte do exercício da democracia. Pensando nisso, conforme afirmado por Orlando Silva em entrevista para a Revista Aurora (2020):

Para que nós possamos garantir a democracia, temos que garantir inclusão digital, temos que garantir acesso à internet para todo mundo. Legal ter praça com wifi, legal ter wifi no ônibus, mas nós temos que ter wifi nos territórios que concentram a grande massa de população no Brasil. Porque se não o nosso risco é, até que o Parlamento altere sua posição e introduza mecanismos colaborativos, ficar concentrado num estrato da sociedade que tem acesso à internet.¹⁵⁰

Ao pensarmos nesse acesso como medida estrutural para criar ambientes seguros para as gerações futuras, que são as mais conectadas e mais expostas, Orlando acredita que a saída é a educação midiática, de forma a garantir a alfabetização digital e a democratização de informações. Ainda mais imprescindível é a educação básica, a alfabetização não apenas digital precisa ser melhorada no país, o que reforça como a democracia e a informação atual de fato não é para todos. Na questão do corpo e na luta contra as pressões estéticas, para entender toda a conjuntura, são diversos os acessos que se fazem necessários para igualar as possibilidades dos diversos públicos, que hoje não partem das mesmas premissas e não lidam com as mesmas realidades.

Outro ponto significativo é um pensamento¹⁵¹ que acredita que mesmo que o contato entre pessoas estranhas esteja sujeito a reações aos estereótipos, conforme elas vão se aproximando e criando um vínculo mais íntimo é possível cultivar e crescer simpatia e compreensão, até mesmo aceitação das condições e qualidades do outro. Dessa forma é possível pensar que na verdade o estigma seria uma forma muito mais pautada numa construção pública e política e, por isso, a informação é necessária para que se minimizem as inseguranças, mitos e primeiras impressões errôneas, estreitando os mundos e quebrando as barreiras das diferenças.

Goffman¹⁵² traz um grupo de estigmatizados que é importante para fazer a tarefa de disseminação de informação e histórias de vida, que ele denomina “oradores”. Eles exercem a função de representantes de determinado grupo estigmatizado, sendo “nativo” e compartilhando histórias sobre a existência real e sua “vinculação” com o grupo. No geral,

¹⁵⁰ Orlando Silva em entrevista para a Revista Aurora (2020). P. 9

¹⁵¹ GOFFMAN, Erving, *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 4ª Ed. Rio de Janeiro: LTC., 2017. P. 61-2.

¹⁵² Ibidem.

essa pessoa expõe suas queixas, posicionamentos políticos, ideologias, além de contar coisas cotidianas que muitas vezes são dúvidas para outras comunidades. É o que encontramos hoje nos *influencers* digitais, sejam eles do Instagram, Youtube, Tiktok ou blogueiros que na maioria das vezes tem o discurso de que para minimizar o preconceito é preciso ter informação, acreditando que quanto mais se entende do outro, menos se julga. Como bem explica Mesquita:

Problematizar vale a pena, não propriamente para produzir críticas panfletárias, mas sim para promover reflexões produtivas, capazes de levantar questões aptas para fazer germinar algo de “novo” nos modos de praticar profissões que se relacionam com essa instância.¹⁵³

3.1.1. Cirurgias Plásticas – Expressão da Desigualdade

O Brasil se destacou, em 2019, por atingir a marca de primeiro lugar no ranking de cirurgias plásticas, ultrapassando Estados Unidos e México. Os principais procedimentos realizados são na cabeça, no rosto e no corpo, segundo a pesquisa da ISAPS¹⁵⁴ (International Society of Aesthetic Plastic Surgery). Como esse estudo apenas contabiliza as cirurgias feitas legalmente, acaba excluindo uma realidade muito presente que expressa a desigualdade de oportunidade para quem busca modificar o corpo e realizar cirurgias, por motivos diversos.

As cirurgias clandestinas são responsáveis por mortes noticiadas todos os anos, segundo pesquisas, algumas não chegam a ser contabilizadas por problemas burocráticos, mas estima-se que só no procedimento de lipoaspiração, a cada 100 mil cirurgias, 3 resultam em morte. Como a cirurgia plástica é um procedimento estético, não é coberta por convênio médico e seus custos para que sejam feitos com qualidade são elevados, visto que um cirurgião precisa cumprir no mínimo 14 mil horas de treinamento para exercer a profissão, dois anos de cirurgia geral mais três anos de cirurgia plástica, além de ser certificado, isso sem mencionar os custos de materiais.

Com isso, para quem não dispõe desse valor, a alternativa é buscar opções mais baratas, que estão disponíveis no mercado mas não são confiáveis, apesar de aparentarem ser. Médicos não certificados, médicos não especializados e pessoas que nem médicas são, vendem os

¹⁵³ MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. P. 12.

¹⁵⁴ Fonte: <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/Global-Survey-2019.pdf> ; Acessado em 23.11.2021

procedimentos e não os realizam de forma correta, cobram valores mais baixos, porém colocam em risco o paciente, muitas vezes o deixando em situações traumáticas.

Para alguns pacientes essas cirurgias são as únicas opções possíveis para realizar sonhos de vida, como foi o famoso caso de Lorena Muniz, mulher trans que morreu em fevereiro de 2021. Sua morte despertou para questões relacionadas ao fato de que para esse público e pessoas que não possuem poder aquisitivo esse tipo de “médico” ou “clínica” (que oferecem cirurgias com um valor muito abaixo do mercado) acaba sendo atrativo na busca por modificar seus corpos para se encaixarem no que vislumbram (no caso dos corpos trans, estar de acordo com o gênero com o qual se identificam ou, no caso de outras mulheres, se encaixar em padrões por pressão estética social). A forma como isso é realizado demonstra o abismo que há entre as possibilidades de alcance e encaixe social da elite em comparação às classes periféricas e minoritárias. É a expressão da desigualdade social dentro da pressão estética que perpetua ainda hoje quem pode ditar e quem pode ter ou não o que é considerado beleza.

Além das cirurgias clandestinas ou ilegais existe um outro mercado, de consórcio para cirurgias plásticas, que funciona como uma opção para pagar pelos procedimentos sem a incidência de juros, tornando-os mais acessíveis. Esse modelo reúne um grupo de pessoas com o mesmo interesse para pagar um valor correspondendo a uma cota, que será reunido e utilizado numa carta de crédito. Posteriormente, será repassado pela administradora para o médico e local da cirurgia em forma de pagamento. O acesso a essa carta pode ocorrer através de sorteios mensais ou por lance, em que a pessoa oferece um valor a mais e se for o mais alto do mês pode ter acesso à carta. O consórcio é visto como vantajoso se comparado a um financiamento ou pagamento a vista porque pode antecipar a realização da cirurgia e diminuir os custos finais, mas não deixa de ser uma forma de contrair uma dívida, pois uma vez que o adquiriu, não pode se tornar inadimplente, correndo o risco de ter o nome negativado.

3.2. Bolhas Sociais e Cibernéticas

Em se tratando do conceito de Schiller¹⁵⁵ traçamos aqui a ideia de interesses estabelecidos pelas mídias e disseminados por plataformas moldadas para aprisionar o usuário através de suas preferências e consumos a partir de um perfil, a fim de que parem de pensar por si mesmos e passem à alienação induzida. Por conta disso, Marcuse¹⁵⁶ aponta que as classes responsáveis pelo curso da história (burguesia e proletariado) deixaram de ser agentes transformadores para se tornarem defensores do *status quo*, visto que o progresso da técnica tornou a vida dos grupos confortável a ponto de o ímpeto revolucionário cessar. Neste contexto, a revolução passará a ser acionada pelos grupos minoritários à margem da sociedade, dos quais a ascensão social não foi permitida ou não era de interesse incorporar (incluir) socialmente, que é o que vemos acontecer nos movimentos sociais e nas lutas culturais da atualidade.

São essas as lacunas administrativas deixadas pelo Estado que permitem uma política participativa que, com a internet e a capacidade de angariar um público que comungue das mesmas ideias, possibilita que movimentos cresçam e se façam presentes na agenda pública, ganhando espaço mesmo que não alcancem centralidade. É indispensável ressaltar que estamos tratando aqui de uma visão cyberotimista, em que se espera que o déficit de participação democrática seja suprido ou pelo menos melhorado a partir do uso das redes sociais, mas não leva em consideração que isso pode ser apenas uma questão de potência do uso da internet e não obrigatoriamente de um ato concreto, já que pode não se ter um uso politizado das redes.

Neste cenário a internet, como meio interativo, permite que o cidadão passe de receptor para emissor de informação. Ele se torna ainda um contestador, incluindo as informações que partem dos veículos tradicionais da comunicação. Contudo, em um universo digital em que todo dado é manipulado e que dessa forma modela comportamentos, o olhar sobre o diferente e o outro se distancia e acontece um agravamento do individualismo.

À vista disso dá-se a ideia de Schiller¹⁵⁷ de uma humanidade ética (ou estética) que só poderá surgir a partir do equilíbrio entre o homem sensível e o homem moral. Segundo ele, para esse terceiro caráter do homem “seria preciso separar, portanto, do caráter físico do

¹⁵⁵ SCHILLER, F. *A Educação Estética do Homem – numa série de cartas*. Iluminuras, SP, 2002.

¹⁵⁶ MARCUSE, Herbert. *A Ideologia da Sociedade Industrial – O Homem Unidimensional*. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

¹⁵⁷ SCHILLER, F. *A Educação Estética do Homem*, 2002. op. cit.

arbítrio, e do moral a liberdade – seria preciso que o primeiro concordasse com leis e que o segundo dependesse de impressões; seria preciso que aquele se afastasse um pouco da matéria e este dela se aproximasse um tanto.”¹⁵⁸ Para tal, aplicando ao ideal do movimento, é preciso que os olhares sejam ampliados e que os indivíduos comecem a olhar de fato para seus semelhantes de forma humanizada, a entender que podem existir leis de convívio, mas que possam abranger o bem-estar social realmente geral.

Indispensável atentar para a escolha de utilizar o Instagram como plataforma de disseminação de conteúdo e mensagens para o Movimento Corpo Livre, visto que é uma rede social que tem a interação predominantemente imagética e que teve papel fundamental na distorção da percepção do indivíduo perante o corpo com a utilização de filtros e imagens manipuladas sendo divulgadas, mantendo o poder sobre o corpo alheio. O movimento, ao optar por utilizar essa plataforma, faz um movimento de resistência utilizando as mesmas “armas” e aparelhos e fazendo política através dessa interação possibilitada pelas redes, trazendo participação e atenção para o assunto.

Com isso faz-se necessário ressaltar outro grande desafio do Movimento Corpo Livre, talvez o mais necessário de ser pelejado: o de ser imperativo compreender os agentes reacionários para os quais é interessante manter o *status quo* atual. As indústrias da moda e do corpo (que incluem cirurgias plásticas, academias, dietas e cosméticos) se valem da manutenção do padrão de beleza inalcançável e estipulado na sociedade. Para a primeira, a ignorância (proposital ou não) perante o assunto de inclusão social do corpo se torna conveniente, já que muitas marcas ainda acreditam que deve ser estimulada a exclusão daquele que está fora do padrão e não querem de maneira alguma vincular sua imagem a indivíduos que vivem de certa forma à margem da sociedade. Sendo assim, essa indústria continua a disseminar imagens manipuladas com padrões estéticos que não podem ser alcançados e desconsiderando as necessidades dos diferentes nichos de mercado. Para a segunda, o interesse se dá porque só é possível alcançar o corpo de padrão estético estipulado a partir de intervenções, sejam elas cirúrgicas, cosméticas ou aquelas que se valem de um investimento monetário e de um esforço físico, como as academias, profissionais de nutrição e dietas. Assim sendo, incentivar esse padrão quase inatingível mantém a insatisfação do indivíduo que vai buscar no consumo as mudanças necessárias para se encaixar, mantendo o poder sobre essa sociedade consumidora, o mercado girando e essas indústrias funcionando, muito condizente com o pensamento da ética materialista proposto por Schiller e visto anteriormente.

¹⁵⁸ Ibidem. P. 25

Menos importantes que os dois grupos citados previamente, mas com grande poder de ingerência, existem ainda os *influencers fitness*, que são compostos por *personal trainers*, *coachs* de emagrecimento e outros profissionais que apoiam o pensamento contrário ao do Movimento Corpo Livre, já que assim como as indústrias, lucram em seus empreendimentos com o esforço dos indivíduos em se adequar no padrão social de beleza.

Essa pluralidade de opiniões é a base fundamental da política e para isso se faz necessário que os sujeitos em determinada sociedade tenham pensamentos e desejos díspares, para que a política seja mandatária. Quando se trata de uma sociedade em que o sujeito se vê em uma bolha ilusória em que todos concordam entre si e com ele mesmo, não há motivo para que haja uma postura ativa para modificações no viver social, o que é uma ampla adversidade para que o movimento em questão alcance e possa modificar o pensamento ou, minimamente, abrir o olhar para a política a que se pretende.

Para romper bolhas digitais e sociais a vigilância constante é imprescindível, visto que o sujeito é vigiado ininterruptamente pelas redes sociais e tecnologias dos smartphones. Esse trabalho árduo depende de esforço ativo de pensamento e posicionamento nas redes, sendo que, dentro de um ambiente propício a fazer com que cada pessoa se mantenha online sem perceber o passar do tempo em feeds infinitos, raramente isso é viável. É possível tentar driblar as redes distribuídas, mas é mais simples, sem dúvida, se manter naquilo que é confortável de ler e ver, já que agrada mais e exige menos empenho intelectual.

Finalmente, trazendo o pensamento de Eagleton sobre a obra de Adorno, entendemos que “não pode haver verdade sem ideologia, transcendência sem traição, nem benefícios que não sejam comprados à custa da infelicidade do outro”¹⁵⁹. Se a sociedade moderna mantiver essa visão e o ser humano não conseguir enxergar o outro como um ser humano também, não há como transformar a situação, mesmo com lutas culturais e movimentos sociais. O autor ainda complementa que “[...] é só quando tivermos percebido o seu absurdo que a iluminação poderá se dar.”¹⁶⁰

¹⁵⁹ EAGLETON, T. *A ideologia da estética*. Jorge Zahar Ed., Rio de Janeiro, 1993. p. 146

¹⁶⁰ Ibidem; p. 147

4. PESQUISA DE ANÁLISE DAS REDES

4.1. Metodologia

Com o objetivo de realizar a análise de conteúdo¹⁶¹ dos grupos que o movimento abrange e como se dão suas situações na sociedade, foi realizada uma pesquisa nas redes tanto do movimento como de forma geral a fim de entender se com a diversificação das pautas foi possível chegar a resultados diferentes que pudessem já ser observados e coletados.

Primeiramente a pesquisa compreende uma análise dos vídeos do Canal Alexandrismos no intuito de traçar o entendimento de quem é a criadora do Movimento Corpo Livre e como se dá a mensagem passada por ela para seus seguidores, visando perceber se, dentro da proposta deste presente trabalho que trata sobre o preconceito e a visão que as pessoas têm sobre o próprio corpo e o alheio, alguma mudança foi realizada a partir da influência dela.

Após essa análise trazemos uma caracterização das plataformas, explicando cada especificidade dentro delas (linguagem, público, singularidades). Analisaremos o crescimento do movimento dentro dessas redes e seus desdobramentos desde o início. Além disso, vamos analisar fora das plataformas as repercussões que podem ser reflexo dessa discussão trazida pelo movimento.

O objetivo é conseguir responder à pergunta: “Qual o papel do Movimento Corpo Livre no Brasil para o debate sobre a corporalidade?”. Assim, ao concluir, analisaremos como o movimento tem alterado a percepção sobre o corpo nos diversos grupos em que atua, a conscientização sobre os preconceitos e a aceitação, trazendo mudanças que já podem ser vistas de forma significativa na sociedade.

¹⁶¹ BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y3cc9d9w>>

4.2. As Plataformas Digitais e Suas Características

Houve uma capilarização da pauta nas redes sociais e uma diversificação das plataformas. Isso gerou uma diversificação, portanto, nas linguagens, visto que cada plataforma trabalha com um formato e uma linguagem específica. Abaixo estão discriminadas as características de cada uma delas, lembrando que estamos nos baseando nas que são utilizadas pelo público brasileiro.

INSTAGRAM

Teve início em 2010 e é uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos pertencente ao grupo do Facebook (que alterou seu nome para Meta em 2021). É conhecida por oferecer muito engajamento na internet e ao longo dos anos alterou sua plataforma para se tornar cada vez mais comercial, oferecendo uma área própria para localizar lojas e produtos.

Como qualquer outra rede social, trabalha com algoritmos, valorizando algumas publicações em detrimento de outras, além de oferecer a possibilidade de divulgar de forma paga os conteúdos. Uma de suas principais práticas é o uso de hashtags (#), que são utilizadas para que os usuários encontrem as publicações de forma mais rápida e para ajudar o algoritmo a entender a relevância daquele tipo de conteúdo. Os usuários interagem com as fotos no aplicativo através de curtidas e comentários escritos apenas.

Também ficou muito conhecido por conta da possibilidade da criação de Stories, que são fotos ou vídeos criados para durarem apenas 24 horas, além do fato da utilização de filtros, não só nas fotos do feed como na dos stories, que entrou em concorrência com o aplicativo Snapchat. Como o feed (linha do tempo em que aparecem os conteúdos) do Instagram é caracterizado por aparecer apenas publicações de perfis que a pessoa segue, é entendido que a plataforma limita o conteúdo apenas para aquilo que aquele usuário tenha interesse, criando uma bolha extremamente restrita àquilo que foi de sua escolha.

Seu maior público compreende a faixa etária de 18 a 24 anos. A plataforma é gratuita para cadastro, mas sua utilização depende do uso de pacote de dados de internet da maior parte das operadoras de celulares ainda no Brasil, o que limita seu uso diário e acessibilidade total ao público.

FACEBOOK

É uma das plataformas mais completas dentre as redes sociais visto que engloba diversos tipos de conteúdos em um mesmo lugar, além de permitir diversas estratégias de marketing para as empresas e pessoas.

Gratuita, assim como o Instagram, trabalha com um feed de perfis seguidos pelo usuário, além de contar com recursos como mensagens, grupos privados e públicos, páginas de compras, páginas de marcas e locais, possibilidade de criação de eventos e aplicativos. Recentemente, incluiu uma área para relacionamento.

Os perfis dos usuários são mais completos do que nas outras plataformas, com mais informações, fotos e possibilidade de associar outros usuários em forma de árvore familiar.

Apesar de ser uma plataforma completa, ao longo dos anos se tornou uma plataforma utilizada mais pelo público mais velho, sendo de 34 a 55 anos a maior parte do perfil de seus usuários. Isso é importante para analisar em que plataforma investir quando se quer discutir e transmitir ideias com determinados tipos de públicos ou abranger públicos diversos.

TWITTER

Rede social que trabalha como um serviço de microblog, permitindo que os usuários enviem e recebam atualizações pessoais dos contatos (em textos de até 280 caracteres chamados “tweets”) dentro do website ou aplicativo.

Esses “tweets” aparecem no feed do perfil do usuário em tempo real e são notificadas para os seguidores e outros usuários que não o seguem que o algoritmo considere que tenham interesse, caso o perfil seja muito relevante e de grande alcance. A ideia é que os textos sejam notícias rápidas e dinâmicas, sendo mensagens objetivas, para serem lidas em pouco tempo e gerar discussões dentro da plataforma. Diferentemente, porém, das outras plataformas, o algoritmo não dificulta a entrega das mensagens na timeline, por isso, todos os seguidores do usuário receberão o “tweet” postado da mesma maneira.

Também é uma plataforma que se valeu do uso das hashtags (#), assim como o Instagram, de forma a localizar as informações e envolver grandes ações que acontecem na internet.

O interessante da plataforma é que ela é muito utilizada como fonte de informação rápida, já que permite ler “manchetes” e notícias de forma objetiva sendo que o usuário escolhe

se vai se aprofundar no assunto clicando no link ou não. Além disso, é utilizada para entender quais os principais assuntos estão sendo tratados no momento pela internet local e global, visto que trabalha com o "Trending Topics", que são basicamente os conteúdos mais comentados e engajados daquele período. Por tudo ser feito em tempo real, é uma plataforma interessante para avaliar o comportamento do público perante determinados assuntos, polêmicas ou discussões políticas e ideológicas, por exemplo.

O forte da plataforma é o texto, mas é possível utilizar imagens e vídeos, além de gifs (formato que o Instagram e o Facebook não permitem). Mais da metade da população brasileira utiliza a plataforma, sendo bem aceita pelo público.

O serviço, como todas as outras plataformas, é gratuito, mas utiliza o pacote de plano de dados das operadoras, já que a maior parte não oferece a utilização de forma gratuita também.

TIKTOK

Basicamente trata-se de uma plataforma de publicação de vídeos. Ficou mundialmente conhecida mais recentemente, em 2017, quando passou a ter aplicativos para Android e iOS. Permite que os usuários criem vídeos de 15 segundos a 3 minutos e está disponível em mais de 150 países.

Por essa abrangência global possibilita que os conteúdos sejam compartilhados de diversos lugares do mundo para qualquer lugar, sem limitar os vídeos à localização. Os algoritmos utilizam inteligência artificial para selecionar o melhor conteúdo de acordo com as preferências do usuário, já que é dividido em dois feeds: um para pessoas que o usuário segue e outro geral, em que aparecem vídeos de pessoas que o usuário segue e que não segue, mas que vão sendo filtrados de acordo com suas preferências e com o que ele assiste (tempo de visualização dos vídeos – se assistiu ao vídeo até o final; curtidas e perfis que seguiu). Por isso, há grande possibilidade de conseguir muitas visualizações.

Isso também permite que os usuários não fiquem presos em sua própria bolha de informação e conteúdo, visto que mesmo que o algoritmo filtre as preferências, é possível ter contato com mais conteúdos fora daquilo que se segue, já que aparecem conteúdos de pessoas que o usuário nunca teve contato anteriormente. Isso também acontece porque se o usuário estiver próximo de outro usuário e eles estiverem vendo o TikTok juntos, os feeds vão se mesclar, por uma configuração da inteligência artificial do algoritmo, fazendo com que ele entre em contato com conteúdos ainda mais diversos.

Utiliza das hashtags (#) para organização dos conteúdos, mas é possível buscar vídeos apenas com palavras-chave. É possível compartilhar os vídeos através de mensagens, via link, WhatsApp e ainda salvar o vídeo dentro do seu perfil ou baixar o vídeo no próprio celular quando o perfil que produziu o vídeo permite. Além disso, é possível interagir curtindo e comentando nos vídeos como no Instagram.

Uma das grandes características presentes no TikTok é a utilização de filtros, assim como no Snapchat e no Instagram, que inclusive foram alvos de problematizações na plataforma pela distorção da realidade e padronização de rostos (além de questões raciais).

É uma plataforma com grande poder de viralização e, por isso, muito utilizada por artistas para divulgação de seus trabalhos. Além disso, os usuários criam os chamados “desafios”, que são brincadeiras dentro da plataforma em que várias pessoas têm que reproduzir o mesmo tipo de vídeo tentando fazer a mesma proposta. Seu sistema é feito de forma que permita que usuário faça a edição de seus vídeos utilizando as ferramentas do próprio aplicativo, o que o deixa ainda mais atrativo.

Os TikTokers (como são conhecidos os influenciadores digitais da plataforma) podem ser remunerados pelos próprios seguidores que os presenteiam em lives feitas no aplicativo. Além disso, há outras maneiras de recompensas feitas pelo próprio TikTok como forma de compartilhamento de conteúdo que são remuneradas para gerar mais popularidade.

O público da plataforma é variado, sendo que mais de 60% de seu público está na faixa etária de 10 a 29 anos (geração Z, conhecidos como criadores de tendência pelo mercado). É uma rede social gratuita, mas utiliza pacote de dados como todas as outras. Está sendo amplamente divulgada pela mídia de massa, patrocinando inclusive programas da Rede Globo.

PINTEREST

Lançada em 2010, a plataforma é uma rede social de compartilhamento de fotos que permite que seus usuários gerenciem e compartilhem imagens em categorias diversas de suas escolhas. É conhecida por ser um banco de imagens para referências, já que é utilizada para buscar ideias sobre determinados assuntos. É pensado para criar quadro de inspirações de imagens e selecionar por assuntos imagens que trazem ideias a partir do que o usuário determinar.

Seu feed de imagens trabalha com o mesmo princípio das outras plataformas, apresentando o conteúdo baseado naquilo que o usuário demonstrou ter preferência a partir das

imagens salvas em suas pastas (que são os formatos de organização criados nos perfis do Pinterest). Quem alimenta essa plataforma são os sites e os próprios usuários, sejam eles pessoas comuns ou marcas/empresas.

Os usuários podem salvar as imagens de qualquer perfil, além de poderem comentar. Atualmente trabalha com um modelo de links patrocinados em que há imagens que são patrocinadas por empresas para aparecerem em forma de anúncios nos feeds dos usuários no mesmo formato das imagens convencionais, assim como acontece no Instagram. Seu principal público é composto por mulheres, sendo 77% dos usuários, sendo que 34% têm de 18 a 29 anos e 35% de 30 a 49 anos.

Por ser uma plataforma de referência é importante para comunidades e profissionais que trabalham com tendências, já que é possível entender e perceber o que há de mudanças a partir das imagens e de buscas feitas na plataforma. É uma plataforma gratuita, mas utiliza pacote de dados das operadoras.

YOUTUBE

Criado em 2005, o site permite que os usuários compartilhem vídeos e interajam com os criadores e seguidores através de comentários e curtidas. É uma plataforma apenas de vídeos, que podem ter diversos tamanhos e formatos, até trabalhando com o formato de lives, além de permitir que os usuários incluam seus vídeos em outros sites e blogs.

O impacto social da plataforma foi tornar o compartilhamento de vídeos uma das partes mais importantes da cultura da internet, já que sua facilidade de compartilhamento de conteúdo e a possibilidade de qualquer pessoa se tornar um criador permitiu uma variedade enorme de tópicos, além de ter abrangência mundial, em que qualquer pessoa pode ver um vídeo de qualquer lugar do mundo.

O Youtube atualmente se tornou também relevante por ser uma plataforma de disseminação de informação, sejam elas pessoais ou não. Por ser gratuita, pode ser transformada em plataforma educacional em alguns canais com conteúdos voltados a conhecimentos diversos, popularizando e tornando acessível a muitos um material produzido por pessoas qualificadas de todas as partes do mundo. Mais ainda, a plataforma tornou evidente o “voyeurismo” da vida alheia, já que vlogs sobre a vida pessoal de pessoas comuns cresceu desde sua criação e se mantém até hoje como muito populares. Por todos esses motivos o Youtube permitiu transformar pessoas anônimas em famosas, além de conseguir receber investimento

de marcas para fazer publicidades e a própria remuneração do site, permitindo criar uma área nova de empreendedorismo.

Dentre as plataformas o Youtube é a mais democrática em termos de abrangência e disseminação, permitindo que as bolhas digitais sejam mais quebradas do que em outras plataformas. O algoritmo ainda funciona como nas outras, entendendo e apresentando aquilo que parece ser a preferência do usuário naquele momento, a partir das palavras ou vídeos buscados no site. Contudo, mesmo trabalhando dessa forma, os conteúdos mostrados são diversos pois trabalham com palavras-chave que podem conter muitas informações diferentes com significados diferentes para a mesma palavra, diferente de uma hashtag, que é mais específica.

WHATSAPP

Criado em 2009, é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas. Nasceu como uma alternativa para o envio de mensagens via SMS e se tornou uma das plataformas de comunicação mais populares em todo o mundo. Foi comprada pelo Facebook em 2014, mas atua até os dias atuais como aplicativo independente.

Ao longo dos anos e com o crescimento rápido investiu na melhoria de seus recursos, possibilitando chamadas de voz, vídeo, áudio, imagens, arquivos diversos, além de compartilhamento de localização em tempo real entre os usuários. Ficou popular também pela criação de figurinhas, que davam à conversa outro recurso de linguagem. Segundo a empresa, o foco é possibilitar a quebra nas barreiras de comunicação entre as pessoas em qualquer lugar do mundo. Possibilita também a criação de grupos dentro da plataforma, mas com limite de pessoas (265 apenas) e recursos.

É muito utilizado por pessoas e marcas para manter o contato diário, como as chamadas “newsletters” informando promoções, novidades e informativos de seus negócios. Com isso também foi criado o recurso de lista de transmissão, que permite enviar mensagens prontas para um número grande de pessoas de uma vez. A partir disso, em 2018, o Whatsapp criou uma vertente para empresas e negócios chamada *Whatsapp Business*, que possui recursos diferentes do aplicativo convencional e é voltado para vendas e comunicações comerciais.

O aplicativo é gratuito e assim como o Facebook está incluído nas opções das operadoras para não utilização do pacote de dados, possibilitando ser mais acessível a um público maior de pessoas.

TELEGRAM

Assim como o Whatsapp, o Telegram é um aplicativo de mensagens instantâneas. Criado em 2013, permite envio de mensagens de texto, vídeo, documentos, áudio, figurinhas e chamadas assim como seu concorrente, mas com formatação diferente. Por seu conteúdo ficar armazenado na nuvem, é mais rápido no envio de mensagens e conteúdos “pesados”.

Seu principal foco é a segurança de dados, já que oferece criptografia de todas as mensagens, no envio e recebimento, além de não divulgar informações a terceiros. Seu crescimento se deu a esse fato e por apresentar algumas vantagens perante o Whatsapp, incluindo ferramentas que permitem uma privacidade maior nas conversas (como mensagens autodestrutivas).

Sua popularidade cresceu principalmente com a instabilidade das outras plataformas, já que todas pertencem à mesma empresa (Whatsapp, Facebook, Instagram). Quem conheceu a plataforma acabou encontrando algumas vantagens perante o concorrente.

O aplicativo permite que sejam criados grupos com até 200 mil pessoas. Nesses grupos os conteúdos podem ser controlados de forma muito facilitada pelo administrador, já que podem ser feitas enquetes, controlar se só o administrador pode falar ou não e enviar mensagens específicas para uma pessoa sem sair do grupo, além do fato de que se uma pessoa entrar no grupo muito depois dele já ter sido criado, ela ainda terá acesso às informações anteriores à entrada dela. Os canais de transmissão do Telegram também têm número de seguidores ilimitado, o que facilita para marcas ou pessoas manterem o contato diário com um segmento de público específico.

Não existe um Telegram Business, mas há uma ferramenta de análise de dados própria do aplicativo, sem que seja necessário baixar outro ou que seja necessário instalar ou criar algo a mais para isso. A única desvantagem do Telegram atualmente é que ele ainda não é tão popular no Brasil quanto o Whatsapp.

A plataforma é gratuita, mas utiliza pacote de dados, não estando incluída no uso ilimitado das operadoras como o Whatsapp, o que atrapalha ainda mais sua popularidade.

4.2.1. O Movimento Corpo Livre Dentro das Plataformas

Conforme visto, cada plataforma tem uma peculiaridade em termos de ferramentas, utilização, alcance de público, linguagem e acessibilidade. O Movimento Corpo Livre faz uso de apenas algumas dessas plataformas, por isso, após a análise, é possível concluir e determinar algumas questões sobre o emprego e a escolha de plataformas, apesar de não podermos afirmar de forma categórica os motivos pelos quais uma plataforma foi escolhida em detrimento de outra pelo Movimento, visto que não foi possível obter essa informação de fonte direta.

A utilização do Instagram como primeira e principal plataforma de disseminação e concentração de conteúdo permite que ela seja um ponto focal para todas as novidades do movimento. Contudo a falta de espelhamento, que poderia ser feita para outras plataformas a partir do Instagram, espelhando o mesmo conteúdo para o Facebook e o Twitter, que são plataformas que utilizam formatos de mensagens/posts condizentes com os utilizados pelo Instagram, já poderiam potencializar a disseminação da mensagem, além de poder conversar com públicos diferentes e até ser trabalhado de formas diferentes, mesmo que seja o mesmo conteúdo.

Já as outras plataformas não foram utilizadas ou, quando utilizadas, não foram exploradas ou mantidas. No Tiktok, por exemplo, existe uma conta com o nome @movimentocorpolivre que possui apenas 2 vídeos desde sua criação. Todos os vídeos sobre o movimento ficam concentrados no perfil da criadora Alexandra Gurgel, o que contribuiu para que o perfil do movimento estagnasse em termos de crescimento dentro da plataforma, que tem grande potencial de atingir um público grande, fora da bolha criada pelo Instagram, além de ser um público jovem, que tem um poder ativo e de viralização na plataforma de grande impacto. Como observado por Nuta Vasconcelos, essa nova geração, que é a utilizadora da plataforma, está focada na experimentação, de forma que primeiro conhecem suas possibilidades e depois escolhem ou entendem aquilo que faz sentido para ela ou não. Esse movimento é contrário à geração anterior, que primeiro se apresentou da forma como foi imposto pela sociedade, depois foi entendendo ao longo da vida o que fazia sentido para cada um. Assim, acredita que com esse público estamos caminhando para um futuro em que falar “corpo padrão” não terá mais sentido, apesar de ainda ser uma realidade distante e haver muito a ser desconstruído.¹⁶²

Ao mesmo tempo, como já visto, não utilizar plataformas que são gratuitas para os utilizadores de smartphones no Brasil por conta dos planos de operadoras, como o Whatsapp e

¹⁶² Informação concedida pela autora por videoconferência realizada no dia 31/05/2021.

o Facebook, acaba limitando o acesso de um público importante, o que pode ser visto pela discrepância e a desigualdade no acesso às cirurgias plásticas, caso já apresentado nesta dissertação. Além disso, essas duas plataformas atingem dois públicos importantes para o movimento: os mais velhos (idosos) e aqueles que são mais atingidos por Fake News, já que a disseminação via Whatsapp é muito mais frequente e rápida.

O mesmo do TikTok acontece com o Youtube, apesar de não haver um canal com o nome do movimento, todas as informações sobre o Corpo Livre estão concentradas no Canal Alexandrismos. Isso dificulta entender quando a porta-voz está trabalhando conteúdo pessoal e conteúdo sobre o movimento, além de dificultar que exista um ponto focal dentro da plataforma que, pelas características do próprio Youtube de ser acessível e democrático no sentido do conteúdo, permita que atinja um público ainda mais diverso, que esteja buscando saber mais sobre o assunto ou possa acabar recebendo a informação e se interessar, por uma lógica de algoritmo, como já explicado anteriormente.

Fica claro, portanto, que falta ao Movimento Corpo Livre uma organização de seus conteúdos e uma disseminação que seja menos limitada que a atual. Percebe-se a necessidade de diversificar a linguagem, expandir as frentes em termos de plataformas e realmente pensar nos públicos que são atingidos, não apenas ficar na bolha com aqueles que geralmente concordam com o pensamento, visto que o ativismo é para quebrar essas barreiras.

YOUTUBE - ANÁLISE DOS VÍDEOS

Ainda analisando o Youtube e para entender melhor quem é a criadora do movimento, seu posicionamento e qual a abordagem desde o início da trajetória do Corpo Livre, fez-se necessária uma análise dos vídeos produzidos pela Alexandra Gurgel. Como o movimento não possui um canal próprio, os vídeos são do Canal Alexandrismos, sendo que alguns são compartilhados em mais de uma plataforma além do Youtube, como o Instagram dela, o do Corpo Livre e o Tiktok do Alexandrismos. O período analisado foi de junho de 2019 até julho de 2021, tendo como preceito a data de início do movimento no Instagram.

Ao todo são 10 vídeos analisados e os critérios de análise dos vídeos foram elencados com base na análise do contexto social e político desenvolvido ao longo desta dissertação, entendendo que o movimento traz um confronto de discursos que coloca em pauta pontos por cada uma de suas funções dentro deste contexto, sendo eles:

- **Linguagem:** tem o intuito de entender a qual tipo de público se dirige o conteúdo, em que formato é feito o discurso e a maneira que ele é passado para melhor entendimento da mensagem. Sendo assim, é classificado como informal, formal, vocabulário utilizado e tipo de tom – humorístico ou sério, por exemplo.
- **Pesquisas utilizadas:** como o debate é pautado sobre o que é fato e o que não é, analisamos se há utilização de referências bibliográficas para dar embasamento aos argumentos apresentados nos vídeos;
- **Ideologias:** com a polarização dos discursos, sobretudo políticos, se fez necessário entender o repertório e a construção ideológica de quem está dando voz a uma causa. Por isso, a análise é para entender o pensamento da criadora e seu posicionamento, sobretudo, político;
- **Opinião/experiência pessoal:** Ainda pensando na confusão entre o que é fato que o é opinião, é importante perceber em que situações o discurso traz esse tipo de linguagem, para que a mensagem seja traduzida dessa forma e possa ser analisada corretamente. Assim, veremos se o vídeo trata mais de uma visão pessoal da influenciadora em que ela dá um testemunho de uma situação do que analisa algo com uma visão alheia;
- **Análise de situação polêmica/notícia:** Analisando como o tema tem repercutido nos últimos tempos e é sintoma do momento atual, é importante verificar se o vídeo trata de um assunto que está em voga no período em que foi lançado e como a criadora busca trabalhar as informações sobre o tema.
- **Saúde:** A saúde é analisada de muitas formas por muitos atores políticos nesse movimento, por isso, é importante entender como o tema é trabalhado e o discurso é feito pela criadora dentro dos vídeos, pensando na questão também de embasamento científico e factual, além de rebater os opositores ao movimento.

Haja vista, será discriminado nas informações dos vídeos em qual plataforma eles se encontram. Isso será importante para entender em cada uma delas como a repercussão pode ser diferente.

LEGENDA DO YOUTUBE

O Youtube utiliza critérios para monetizar os vídeos na plataforma. Esse pagamento é feito através de publicidade visualizada antes do vídeo de cada canal. Para que um criador de

conteúdo trabalhe de forma remunerada no Youtube ele precisa cumprir alguns requisitos¹⁶³, que servem também para avaliar o sucesso do canal e do conteúdo criado por esse influenciador. São eles:

- Ter mais de 1.000 (mil) seguidores;
- Contabilizar pelo menos 4 mil horas de vídeos assistidos nos últimos 12 meses;
- Ter mais de 18 anos;
- Ser aceito no Programa de Parcerias do Youtube;
- Produzir conteúdo original e de acordo com as Regras e Diretrizes da plataforma;
- Publicar com regularidade no canal;
- Ter uma conta no AdSense, que é a plataforma de anúncios do Google.

Para entender uma média, alguns dos maiores canais de Youtube brasileiros possuem os seguintes dados:

1. Canal KondZilla

- Total de inscritos: 64,8 milhões;
- Total de views nos vídeos: 35,3 bilhões;
- Categoria: música

2. Felipe Neto

- Total de inscritos: 43 milhões;
- Total de views nos vídeos: 13,7 bilhões;
- Categoria: entretenimento.

3. Você Sabia?

- Total de inscritos: 41,5 milhões;
- Total de views nos vídeos: 6,6 bilhões;
- Categoria: entretenimento

4. GR6 Explode

¹⁶³ Fonte: <https://blog.eadplataforma.com/tecnologia/quanto-ganha-youtuber/#>

- Total de inscritos: 35,8 milhões;
- Total de views nos vídeos: 21,1 bilhões;
- Categoria: música.

5. Nostalgia

- Total de inscritos: 14 milhões;
- Total de views nos vídeos: 1,3 bilhão;
- Categoria: entretenimento e história.
-

Sendo assim, será utilizada a legenda abaixo para guiar os números e métricas dos vídeos do Canal Alexandrismos, analisados a seguir.

Figura 3



Fonte: Dados coletados disponíveis em: t.ly/ISV5

Vídeo 1 - “Ser gorda é uma opção?”



- **Plataformas:** Youtube (Alexandrismos)
- **Data da publicação:** 19 de junho de 2019
- **Endereço Eletrônico:** <https://youtu.be/ISQpkfAt3XA>
- **Duração:** 10 minutos e 06 segundos
- **Acessos/Views:** 60 mil visualizações
- **Likes:** 8.200
- **Dislikes:** 344
- **Comentários:** 509
- **Principais elementos:**

O vídeo traz uma reflexão que Alexandra Gurgel teve a partir de um comentário feito por outra *influencer* que afirmou que ela só era gorda porque queria. Em vista disso Alexandra traz elementos para falar sobre como a sociedade entende o que é normal e anormal em termos de corpo. Ela se mantém firme apontando o fato de que “ser gordo não quer dizer que não é saudável”, é possível ser gordo e ser saudável e afirma que não está fazendo apologia à obesidade. Ela defende que quem tem que estar se sentindo bem com o corpo é quem o possui e não os outros, e define as pessoas magras que julgam os gordos por não conseguirem emagrecer como “privilegiadas”, no sentido de terem acesso a todo o investimento para fazer isso e não levarem em consideração os motivos pelos quais uma pessoa é de fato gorda.

No vídeo não há nenhuma pesquisa ou embasamento técnico, mas um relato pessoal, praticamente em formato de reflexão e “desabafo” para compartilhar com seus seguidores algo que os faça repensar a questão do que é certo e errado quanto ao corpo gordo. A linguagem tem um tom de sarcasmo em alguns pontos, começa com um pouco de humor, mas pelo assunto ser sério, o vídeo se mantém mais num tom de “revolta” até o fim.

As informações sobre as quais ela informa no vídeo são trazidas a partir de opiniões em todos os pontos, de forma que ela generaliza muitas das questões trazidas quando afirma que “a maioria dos gordos é saudável”, por exemplo. Ela expressa muito fortemente seu descontentamento e seu tom de represália quando afirma “que não optou por ser gorda, mas por ser humana”. Quando traz em seu discurso a fala de que a pessoa que fez o comentário sobre ela estar “no alto de seu privilégio de magra”, acaba por entrar numa problemática complicada sobre o corpo magro, principalmente em se tratando da criadora de um movimento que tem o discurso e a bandeira de abraçar todos os tipos de corpos sem preconceitos. Apesar de entender que o “privilégio” do qual ela fala significa a facilidade de acesso, direitos e aceitação que a sociedade tem perante os corpos magros e padrões, uma fala como essa tende a ser carregada de uma manifestação contrária ao pregado pelo Corpo Livre.

Os comentários em sua maioria são elogiosos, mas vale salientar que ao final do vídeo Alexandra, ao pedir que comentem, diz que apaga o “ódio”, ou seja, afirma que não deixa os comentários negativos ou de discurso de ódio presentes no vídeo. Por isso, dificilmente encontram-se esses tipos de comentários. É possível, no entanto, encontrar alguns falando sobre a questão de não ser saudável novamente e, dentre os elogiosos, alguns relatos afirmando como o conteúdo de seu canal tem ajudado a esclarecer dúvidas sobre a aceitação do corpo e olhar o corpo de forma diferente (em geral falando sobre si mesmos).

Vale ressaltar que, se a criadora do conteúdo alega apagar os comentários negativos de seus vídeos (mesmo que isso seja direito seu), abre um precedente para que quem está ouvindo o discurso entenda que ela apenas endossa, pode demonstrar um tolhimento das ponderações sobre a pauta.

Vídeo 2 – “5 razões pra não postar antes e depois”



- **Plataformas:** Youtube
- **Data da publicação:** 25 de agosto de 2019
- **Endereço Eletrônico:** https://youtu.be/_2WKDwTQ1k8
- **Duração:** 7 minutos e 12 segundos
- **Acessos/Views:** 56 mil visualizações
- **Likes:** 7 mil
- **Dislikes:** 264
- **Comentários:** 252
- **Principais elementos:**

Neste vídeo Alexandra apresenta uma visão interessante sobre a questão das imagens disseminadas de antes e depois (sejam elas de emagrecimento, cirurgias ou outros procedimentos). Para isso ela apresenta 5 razões que acredita serem prejudiciais de compartilhar esse tipo de conteúdo, como o fato de ser basicamente apenas focado na aparência, endossa a “cultura do corpo perfeito” no sentido de apontar o que é certo dentro da sociedade e a insatisfação com relação ao fato de alguns antes e depois terem datas e por isso parecer que são milagrosos (pensando que sempre existirá um produto ou serviço que permitirá você a atingir aquele resultado naquele tempo, de forma irreal muitas vezes).

O que leva ao próximo ponto é que as fotos do depois não dão qualquer garantia de que não foram manipuladas digitalmente, o que atualmente é muito simples de se fazer e acontece com muita frequência, criando um corpo completamente fora da realidade. Por fim existe a questão da identificação das pessoas com as fotos do antes, que normalmente são as fotos do fracasso, e isso não quer dizer que esse antes seja um modelo de algo ruim ou errado, mas a

indústria quer que seja acreditado que sim. Alexandra incentiva que sejam feitos antes e depois voltados a uma evolução de pensamento, de desconstrução ou para o bem-estar com a *#meurealantesedepois*. Essa hashtag conta, até novembro de 2021, apenas com 38 publicações no Instagram.

Uma das falas da Alexandra no vídeo é dizer que o conteúdo de antes e depois sobre tratamentos estéticos ou focados em emagrecimentos, por exemplo, são coisas “fúteis e supérfluas”, defendendo ainda que se não for algo que a pessoa faça para “querer se exhibir” pode sim ser incentivado e endossado. Contudo, uma afirmação dessas é arriscada, já que o se exhibir tem muitas faces, a partir do momento em que a pessoa está buscando um momento de aceitação, como ela mesma propõe, a sua exibição ou maior exposição na internet pode ser uma forma de entrar nesse processo. Além disso, vale ressaltar que existem antes e depois de tratamentos estéticos que podem ter a ver com autoestima, não necessariamente sendo considerados fúteis ou supérfluos, se analisado o contexto da pessoa. Falar da maneira como foi colocado no vídeo é generalizar muito a situação.

Ainda sobre isso, ela fala sobre não focar na aparência ao subir a *hashtag* *#meurealantesedepois*, mas focar em evolução interna. Contudo, por mais que aparência não seja realmente algo que precise ser considerado o foco ou única e exclusivamente algo a ser valorizado por si só, ainda é algo que faz parte da pessoa, conforme analisado por esse trabalho, pois o corpo é a representação do ser. Dessa forma, acreditar que é possível se desvincular completamente talvez seja uma mensagem ilusória a ser passada, por mais motivacional que queira ser, já que a aparência ou mesmo a aceitação pode passar pela aparência e não necessariamente pela mudança na aparência, mas por um olhar sobre si próprio diferenciado, o que retoma a questão de se expor nas redes sociais.

Vídeo 3 – “A gorda gordofóbica”



- **Plataformas:** Youtube
- **Data da publicação:** 1 janeiro de 2020
- **Endereço Eletrônico:** https://youtu.be/IDFQ5GFg5_o
- **Duração:** 8 minutos e 57 segundos
- **Acessos/Views:** 74 mil visualizações
- **Likes:** 8.800
- **Dislikes:** 511
- **Comentários:** 564
- **Principais elementos:**

O vídeo tem um ar de humor de início. Trata o tema generalizando, afirmando que a sociedade de forma geral é preconceituosa e gordofóbica. Apresenta sobre a questão de a infraestrutura da sociedade não ser preparada para as pessoas gordas e por isso as pessoas gordas são gordofóbicas. Traz a questão sobre ter empatia com as pessoas gordas que são gordofóbicas pois ainda estão num processo de desconstrução do que é ser vítima ou não da sociedade, mas ela acha que precisa entender que há uma diferenciação entre as pessoas que não conseguiram entender ainda por não terem acesso à informação necessária e outras que sabem o que é gordofobia, mas que se autodepreciam para ganhar fama.

Nesse vídeo, como na maior parte de seus vídeos, ela apresenta experiências pessoais de como foi a mudança dela para mudar o pensamento gordofóbico que tinha na adolescência para o que ela acredita na atualidade.

Os comentários do vídeo são em geral elogiosos. Muitos são relatos de experiências de preconceitos que os seguidores sofreram ou então de pessoas que estão se assumindo

preconceituosas, mas que com o conteúdo do canal estão conseguindo se desconstruir. A predominância do público é de mulheres, mas ainda existe um público masculino que comenta esse tipo de mudança de pensamento.

Há também relatos de pessoas que usavam muitos filtros ou Photoshop para alterarem suas fotos, mas ao consumirem o conteúdo do canal e terem acesso a essas informações, começaram a tentar ir pelo caminho da auto-aceitação.

Esse é um vídeo em que ela demonstra que ela também já foi uma pessoa gordofóbica em um momento da vida e relata isso, mesmo dizendo que nem sempre foi consciente. Ela afirma que o “mundo é gordofóbico”, de forma a trazer a visão de que o sistema não é preparado para esse tipo de corpo e que as pessoas serão ensinadas a lidar com o corpo gordo de forma preconceituosa. Quando associamos isso ao machismo, por exemplo, é compreensível pensar que em uma sociedade em que o sistema é moldado de tal forma que o pensamento instaurado faz com que todos tenham um pensamento ou um crescimento machista em algum momento da vida, já que entrarão em contato com essa visão em diversos campos (seja trabalho, em casa, escola etc.) até que isso possa ser mudado com a informação e o conhecimento mais aprofundado sobre o assunto. No caso da gordofobia a ideia que a Alexandra traz é a mesma, de que é possível alterar a visão a partir do momento em que se tem esse conhecimento e está disposto a ouvir a discussão.

Interessante perceber que em uma de suas falas ela utiliza o termo “gorda maior”, já que dentro da comunidade não se usa mais o termo gordinho(a) para referir ao tamanho do corpo, mas apenas gordo como característica. Contudo, fica visível que se viu uma necessidade de expressar a diferenciação entre os corpos gordos e seus tamanhos, visto que se incluiu um adjetivo à característica de gordo, como “gordo maior”, “gordo menor”. Isso pode implicar em uma discriminação, no sentido de categorização, dentro do próprio grupo, visto que o gordo não é apenas um tipo e o “gordo menor” não está no mesmo patamar de um “obeso” ou “gordo maior”.

Ela afirma em um ponto do vídeo que gostaria de ter tido uma Alexandra na adolescência para ouvir esses discursos na época e deixar de ter os pensamentos preconceituosos que ela tinha. Contudo vale ressaltar que ela ainda fala com uma bolha, os esforços são válidos e necessários, mas ainda precisam crescer e atingir um público maior para que esse conhecimento seja tão impactante que se consiga então modificar um comportamento estrutural, como afirmado inclusive por ela.

Vídeo 4 – “Somos musas fitness? (fizemos o teste!) ft Caio Revela”



- **Plataformas:** Youtube
- **Data da publicação:** 8 de janeiro de 2020
- **Endereço Eletrônico:** <https://youtu.be/QhVACnLmegY>
- **Duração:** 18 minutos e 32 segundos
- **Acessos/Views:** 34 mil visualizações
- **Likes:** 3.400
- **Dislikes:** 284
- **Comentários:** 314
- **Principais elementos:**

O vídeo tem como objetivo responder a um teste do site Wikihow de “como ser modelo fitness” e conta com a participação do *influencer* já citado anteriormente, Caio Revela. Ao lerem as questões, os dois participantes debatem sobre como se sentem sobre cada uma das dicas dadas pelo site, se acham que fazem sentido ou não. Inclusive apontam que algumas das medidas apresentadas são opressoras, até pelo sentido de que pessoas fitness acabam querendo “pregar a palavra” do estilo de vida e impor que outras as sigam para serem “saudáveis”. No entanto vale ressaltar que a matéria aponta dicas para quem busca ser modelo ou fisiculturista.

Eles finalizam o vídeo com o recado de que se amar e se aceitar, ser saudável sendo gordo não é apologia à obesidade. Seguem afirmando a aceitação e a libertação das opressões estéticas da sociedade.

Os comentários desse vídeo foram bem divididos, alguns elogiosos como os relatados anteriormente, inclusive falando que ao ver o vídeo entenderam que não precisam ir à academia

todos os dias como uma obrigação moral; outros no entanto foram bastante críticos, afirmando que a Alexandra não entendeu para quem se dirigia a matéria, dizendo que ambos os *influencers* eram “desnecessários” e “hipócritas”, principalmente por afirmarem que ela só concordava com quem concorda com ela.

Uma observação precisa ser feita aqui: foi a partir de 2020 que o movimento, o canal Alexandrismos e Caio Revela tiveram seus conteúdos questionados pelo canal do *influencer* chamado Izzy Nobre, *youtuber* com canal focado em games que é contrário ao movimento e gosta de criar algumas intrigas em suas redes, segundo ele “apenas apontando fatos”.

Uma coisa importante a ser apontada é que em um momento do vídeo Alexandra afirma: “imagina como é uma pessoa que não sabe como é fazer uma dieta? Não sei o que é ter essa vivência, sabe?” e o Caio concorda dizendo que também não sabe. Isso traz uma questão que é o fato de que ambos os influenciadores apenas podem afirmar posições sobre seus “lugares de fala”, a partir do momento que trazem suas vivências de vida. Mas afirmações como essa demonstram como não houve uma conversa com pessoas diferentes da vivência deles para entender as dores e talvez problemas com preconceitos corporais que essa mesma pessoa pode sofrer em sua vida ou mesmo abrir a discussão para entender a visão dessas pessoas, até mesmo pessoas que gostariam de seguir uma carreira como fisiculturistas, por exemplo.

Isso também abre um precedente para perguntar até que ponto é aberto o debate para pessoas de qualquer tipo de corpo no movimento. Se um movimento se propõe a abraçar todos os tipos de corpo, significa que corpos magros também poderiam estar fazendo parte do movimento a partir do momento que o discurso não seja discordante do que o movimento prega em termos de respeito e direitos iguais.

Vídeo 5 - “‘Eu amo a magreza’ – EXPLICADO”



- **Plataformas:** Youtube e Instagram (Alexandrismos)
- **Data da publicação:** 12 de janeiro de 2020
- **Endereço Eletrônico:** <https://youtu.be/eeLKCaMjmGg>
- **Duração:** 3 minutos e 20 segundos
- **Acessos/Views:** 86 mil visualizações
- **Likes:** 10 mil
- **Dislikes:** 363
- **Comentários:** 441
- **Principais elementos:**

O vídeo trata da questão de que quando se tem um corpo, seja ele da forma como ele for, independente de quem seja a pessoa, ele pode ser amado. Ela aborda uma informação que foi disseminada na mídia de massa de que a pessoa magra não pode se amar. Dessa forma, traz em pauta que todas as pessoas, de maneira geral, se sentem pressionadas de alguma maneira esteticamente.

Alexandra explica de forma rápida em seu vídeo o que é explicado mais profundamente nessa dissertação em relação ao fato de que o corpo é um produto e que a sociedade capitalista trabalha para que todos estejam sempre insatisfeitos e que os nossos desejos provavelmente não são nossos, mas imposições do mercado. É importante destacar aqui que os padrões corporais são expressões da dinâmica social e ocorrem antes mesmo do capitalismo, visto que o pensamento mercantil do capitalismo, como visto ao longo dessa dissertação, contribuiu para

transformar o corpo em uma mercadoria e a partir disso impor valor aos corpos de diversas maneiras.

No vídeo novamente ela repete a pauta de que pessoas gordas que se amam não estão romantizando a obesidade, que a aceitação corporal não tem a ver com isso e que todos deveriam se amar sim, que isso é para todo mundo.

Os comentários para esse vídeo tanto no Youtube quanto no Instagram, em sua maioria, são positivos, apenas elogiando e dizendo que o vídeo era necessário. Alguns relatam algumas de suas histórias pessoais com relação a serem magros demais e como lidam com isso atualmente, mesmo assim acharam pertinente o vídeo de forma geral.

Alexandra em seu vídeo, diferente dos outros, mesmo sendo um vídeo mais breve, traz o pensamento mais próximo do que é pregado no movimento, já que afirma que não há problema se a pessoa quiser fazer o que quiser com o corpo dela a partir do momento que ela entenda que aquela vontade é genuinamente dela. Dentre os vídeos analisados até então é o primeiro em que ela acolhe o corpo magro de forma que afirma que a pessoa magra pode se amar assim como qualquer outra, contudo, ainda assim aponta em seu vídeo que a pessoa gorda precisa se justificar quanto a sua alimentação e saúde e a pessoa magra não. Ela em seu vídeo fala que o assunto está sendo discutido em larga escala, está ganhando mais força, atingindo mais gente. É possível perceber nos resultados desse trabalho, mas não há dados que comprovem a fala no vídeo em si.

Vídeo 6 – “Magrofobia existe?”



- **Plataformas:** Youtube e Instagram (Alexandrismos)
- **Data da publicação:** 19 de janeiro de 2020
- **Endereço Eletrônico:** <https://youtu.be/4rEsDcptnT0>
- **Duração:** 5 minutos e 27 segundos
- **Acessos/Views:** 44 mil
- **Likes:** 6.100
- **Dislikes:** 309
- **Comentários:** 497
- **Principais elementos:**

Um dos vídeos bem polêmicos do canal e do Instagram. Alexandra apresenta a questão de que magrofobia não existe, comparando inclusive com os conceitos de “racismo reverso” e “heterofobia”, já entendidos de forma mais ampla como absurdos e irreais. Apresenta nesse vídeo que as mulheres são as que mais sofrem com a pressão estética e utiliza um argumento sobre o “mito da beleza”, se referindo ao conceito de Naomi Wolf (mesmo este não sendo a melhor referência em termos científicos)¹⁶⁴.

Apesar da Alexandra trazer embasamentos em sua fala, explicando a questão estrutural do preconceito e da gordofobia, mostrando que o Google nem sequer entende o termo “magrofobia” e ainda afirmando que as pessoas magras também sofrem, mas que não é um problema social e que pessoas magras têm privilégios perante os outros corpos, os comentários

¹⁶⁴ Fonte: <https://www.uol.com.br/universa/colunas/carla-lemos/2021/03/04/naomi-wolf-icone-feminista-e-cloroquiner-e-antivacina-e-agora.htm>>

tanto no Youtube quanto no Instagram são bastante negativos. A repercussão do público a acusa de falta de empatia com quem é magro e até com outros tipos de minorias ou estigmatizações. O que muitas vezes faz parecer que o discurso de ódio precisa ser direcionado a alguém, ou mesmo que a problematização não encontrou o limite certo da discussão.

Ainda há aqueles que concordam com a fala dela, e Alexandra se mantém apenas respondendo a essas pessoas, ou àqueles que fazem alguma pergunta que ela considera pertinente ou que não seja contrária nesse nível de negar ou acusar seu discurso de algo que seria puramente interpretativo.

Alexandra afirma que pessoas magras são privilegiadas em relação a pessoas gordas e a sociedade está completamente preparada para recebê-las, por esse motivo, ser magro não é um problema social, mas individual. Ela pergunta se a dor de ser magro é uma dor que incapacita a pessoa e se isso faz com que ela perca direitos, para abrir uma reflexão. De fato, a gordofobia é um problema estrutural e sistêmico, por esse mesmo motivo é certo dizer que a “magrofobia” não poderia existir, pois a sociedade está de fato preparada e de braços abertos para receber esse tipo de corpo.

Contudo a afirmação de que “a maioria das pessoas são magras” não tem base, pois ao analisarmos as últimas pesquisas sobre peso no Brasil¹⁶⁵ verificamos que 60,4% da população adulta está acima do peso. Novamente é um vídeo em que ela defende sua posição como pessoa gorda, já que é seu lugar de fala e grupo do qual ela faz parte, mas limita de certa forma a discussão com pessoas magras ao mesmo tempo que tenta suavizar o discurso afirmando que não está “brigando” com ninguém, apenas explicando o porquê da expressão não existir.

Mesmo que ela entenda que não seja seu próprio papel trazer essa discussão, já que ela faz parte do público que mais sofre com a posição contrária, e mesmo não sendo uma competição de qual dor é maior, ela é a porta-voz do movimento. O que é dito em seus vídeos também faz parte do que é defendido pelo Corpo Livre, já que foi criado por ela. Então, por mais que ela queira expressar uma visão pessoal, precisa também se posicionar como fundadora e ativista do movimento que busca acolher todos os tipos de corpos.

¹⁶⁵ Dados da Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) de 2019 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/saude/brasil-tem-86-2-da-populacao-adulta-acima-do-peso/>>

Vídeo 7 – “#corpolivre é pra TODXS?”



- **Plataformas:** Youtube, Instagram Corpo Livre, Instagram Alexandrismos.
- **Data da publicação:** 17 de maio de 2020
- **Endereço Eletrônico:** <https://youtu.be/jn7x90asC9c>
- **Duração:** 3 minutos e 5 segundos
- **Acessos/Views:** 17 mil visualizações
- **Likes:** 2.400
- **Dislikes:** 76
- **Comentários:** 99
- **Principais elementos:**

Segundo o vídeo basta ter um corpo para ter uma insatisfação com ele. Por isso todas as pessoas podem participar do movimento. Ela acredita que não só o julgamento de si mesmo, mas também o julgamento em relação aos outros pode mudar, e isso tudo através da informação. Afirma que todo mundo tem o direito de se sentir bonito e que se amar não vai mudar o mundo, mas é um começo que pode levar o movimento para vários lugares.

No Instagram tanto do Movimento quanto no da Alexandra, os comentários são positivos em sua maioria, visto que fazem parte da bolha que já a segue e que comunga e entende do que ela está tratando neste vídeo especificamente. Contudo no Youtube os comentários já são diferentes, ainda contém maioria elogiosa, mas há alguns que se posicionam negativamente, utilizando outra vez o argumento da saúde.

Apesar da proposta do vídeo ser dar a resposta à pergunta “#CorpoLivre é pra TODXS?”, ao final do vídeo a mensagem ainda não fica clara, visto que os únicos grupos

falados no discurso da Alexandra são os corpos gordos e magros, no sentido de citação. Ela fala de forma abrangente citando em um ponto do vídeo a questão do tempo, com relação à insatisfação com as rugas, mas aos outros grupos os quais o movimento teoricamente diz abarcar e lutar pelas causas, nada é dito, apenas fica subentendido que todos aqueles que sofrem com as “doenças da cultura da beleza”, como ela se refere, podem ser incluídos.

Além disso, o vídeo também não explica a que o movimento se propõe nem qual é a ideia de participar em si. Essa questão não fica totalmente clara já que não é um manifesto, é apenas uma tentativa de responder uma pergunta. Este poderia ou deveria ser o vídeo mais importante sobre o movimento, já que é o primeiro do Canal Alexandrismos que menciona diretamente o Corpo Livre e que tem a chance de explicar ao público a necessidade de se ter uma ação social como essa nesse momento.

Vídeo 8 – “5 motivos para não fazer cirurgia plástica”



- **Plataformas:** Youtube, Instagram Alexandrismos, Tiktok Alexandrismos (vídeo dividido em dois)
- **Data da publicação:** 7 de abril de 2021
- **Endereço Eletrônico:** <https://youtu.be/lapfXLvAZV4>
- **Duração:** 5 minutos e 57 segundos
- **Acessos/Views:** 9 mil
- **Likes:** 1.400
- **Dislikes:** 33
- **Comentários:** 121
- **Principais elementos:**

O vídeo propõe-se a fazer uma reflexão sobre fazer ou não uma cirurgia plástica e de onde os motivos vêm efetivamente, se é algo genuinamente interno da pessoa ou se é algo que pode ter sido imposto pela sociedade. A influenciadora Alexandra elenca os 5 motivos para repensar se é necessário ou não realizar o procedimento, de forma a dar um direcionamento do pensamento ao espectador e trazer a ponderação sobre a decisão. Todos os motivos são questionamentos para provocar quem está ouvindo, mas também são explicados pela Alexandra na maior parte das vezes em forma de testemunho, já que ela mesma fez alguns procedimentos cirúrgicos estéticos.

Um ponto importante neste vídeo é que ela trata sobre uma questão de percepção psicológica e imagética do corpo em relação à mudança que a cirurgia pode proporcionar, não de maior aceitação, mas de um não reconhecimento do próprio corpo. Por isso ela recomenda

um acompanhamento terapêutico, profissional, o que demonstra seu posicionamento perante sua falta de expertise sobre o assunto e aconselha para que se busque ajuda de quem pode oferecer as melhores ferramentas.

Alexandra também aborda um ponto indispensável que o Corpo Livre prega. Em nenhum momento do vídeo ela afirma o fato de que as pessoas não deveriam de maneira nenhuma fazer cirurgia plástica, inclusive diz que “se isso for fazer se sentir melhor, não tem problema algum”, mas reforça as ideias de que é necessário examinar melhor as escolhas e entender que a aceitação não diz respeito à estética pura e simplesmente, mas a um processo interno (que é o discurso mais preconizado dentro do movimento).

No Youtube e no Instagram a quantidade de comentários é bem expressiva e eles são, de forma geral, elogiosos quanto ao conteúdo do vídeo, reafirmando a relevância e necessidade de tratar do tema. Contudo muitos deles trazem testemunhos de pessoas que já realizaram procedimentos cirúrgicos (dizendo que se arrependem ou não) e conta com comentários de pessoas que dizem que ainda pensam em fazer, mesmo depois do vídeo. Há também comentários que discordam afirmando que o corpo de cada um só diz a respeito à pessoa e ela faz dele o que quiser.

O Tiktok, por sua vez, apresenta uma quantidade bem reduzida de comentários (tendo 16 no primeiro vídeo e 15 no segundo – visto que o vídeo foi dividido em duas partes). No geral são apenas emojis concordando, comentários positivos e elogiando a própria Alexandra. Há a presença de alguns que apenas discordam sem embasar muito o porquê e, analisando os vídeos do perfil dela nessa plataforma, isso acontece com muita frequência. É necessário avaliar aqui que como o Tiktok (conforme dito anteriormente) atinge públicos diferentes que não estão acostumados a consumir o conteúdo do perfil, ao se depararem com o assunto se posicionam de forma contrária e expõem os preconceitos muito mais claramente do que nas outras plataformas. Alexandra raramente responde a esses comentários.

Vídeo 9 – “obesidade é doença agora?”



- **Plataformas:** Instagram Alexandrismos
- **Data da publicação:** 31 de maio de 2021
- **Endereço Eletrônico:** https://www.instagram.com/tv/CPjWSN_B-xa/?utm_medium=copy_link
- **Duração:** 5 minutos e 56 segundos
- **Acessos/Views:** 281 mil
- **Likes:** 42,7 mil
- **Dislikes:** 0
- **Comentários:** 1.484
- **Principais elementos:**

A Alexandra deixa claro ao longo de vários vídeos além desse seu posicionamento político, que ficou evidente para muitas pessoas nesse período de pandemia. No vídeo em questão ela apresenta uma explicação sobre a obesidade ser comorbidade para a fila da vacinação contra a Covid-19, já que sofreu críticas quando em um vídeo anterior explicou quem eram os grupos prioritários (principalmente dos gordofóbicos, segundo ela).

Além da informação de saúde pública, ela traz pesquisas para embasar a questão de como é entendida a obesidade e conta com a participação de uma especialista em transtorno alimentar e obesidade. Apresenta dados do preconceito médico que pessoas com o corpo gordo

sofrem e mostra como o fato da obesidade ser uma comorbidade, segundo os dados da OMS, determinar que é um direito desse grupo se vacinar antecipadamente. No vídeo Alexandra traz dados sobre o fato do IMC ser um sistema obsoleto mesmo ele sendo utilizado até os dias atuais como o método para classificar a obesidade. Ela afirma que segundo as pesquisas que ela apresenta ele não consegue apresentar o quadro clínico completo de uma pessoa, não podendo afirmar que uma pessoa é saudável ou não apenas com esse dado.

Pode-se especular que, pela sua proximidade com o influenciador Caio Revela, já citado em outra análise, o vídeo venha auxiliar na disseminação de informação correta perante a retaliação que ele sofreu em suas redes sociais ao postar sua foto se vacinando e incentivando as pessoas com obesidade a se vacinarem também.

Esse vídeo afirma que, perante as disputas de narrativas presentes contra o movimento, o que está sendo feito é contrário ao negacionismo e à desinformação. Alexandra se mostra, em vista disso, disposta a enfrentar as críticas com embasamento teórico e de forma racional.

Vídeo 10 - “Victoria’s Secret cancela Angels: o que Rihanna fez?”



- **Plataformas:** Youtube, Instagram Alexandrismos, Tiktok Alexandrismos (vídeo em versão reduzida)
- **Data da publicação:** 14 de julho de 2021
- **Endereço Eletrônico:** <https://youtu.be/ndD4N0j1WJI>
- **Duração:** 7 minutos e 47 segundos
- **Acessos/Views:** 28 mil
- **Likes:** 4 mil
- **Dislikes:** 82
- **Comentários:** 309
- **Principais elementos:**

Esse vídeo apresenta a notícia de que as *Angels*, modelos que desfilavam em um show de final de ano para a marca de lingerie Victoria’s Secret, não representarão mais a marca e esse show, que existe desde 1995, não existirá mais. Alexandra apresenta as informações sobre a notícia, que pode ser considerada polêmica pela repercussão que o vídeo causou nos comentários, trazendo à tona a marca de lingerie da cantora Rihanna, Savage X Fenty, marca criada com foco na diversidade corporal que realizou um desfile em formato de show que enalteceu múltiplos tipos de corpos femininos na passarela e foi assunto no jornalismo de moda.

Para Alexandra, essa marca passou uma mensagem de representatividade, iniciativa e poder de forma que um ganhou espaço no mercado que foi “difícil de ignorar” pela Victoria’s Secret. Dessa forma, a VS começou a rever sua cultura organizacional e modificou sua marca

para atender o mercado e, segundo o vídeo, olhar para o que as mulheres querem, não mais para o que os homens querem.

A influenciadora afirma que essa notícia representa uma vitória muito grande na mudança de pensamento com relação à diversidade, visto que ser uma *Angel* já foi o sonho de muita mulher, pois elas representavam um padrão de beleza "glamourizado" em muitos sentidos, pois vinha acompanhado de fantasias e um espetáculo, além de corpos cultuados que não representavam qualquer tipo de diversidade.

Os comentários tanto no Youtube quanto no Instagram se dividem. Muitos concordam com as falas da Alexandra sobre os avanços do pensamento, mas outros acreditam que seja uma “jogada de marketing” ou uma tentativa de lucrar às custas da ideia de diversidade, de forma que as marcas não se aprofundam em saber sobre as causas ou ajudar de fato a melhorar essas questões dentro da sociedade. Há também comentários que criticam a fala da Alexandra quanto ao padrão de beleza das modelos, afirmando que se incomodam com o modo como ela fala de ser magro, parecendo ser algo ruim, até chamando de “demonização do corpo magro”.

No Tiktok, diferentemente do vídeo anterior, a repercussão foi maior, com 132 comentários. A maior parte segue a mesma linha dos comentários das duas plataformas analisadas acima, mas alguns comentários são em tom de “deboche” ou tentativa de desacreditização, já que comentam “é essa que romantiza a obesidade?”, “bora jogar body race?”¹⁶⁶, “ser gordo é minoria?” e outros comentários críticos nesse sentido. Ressaltando algumas informações sobre essa plataforma em questão, além das ditas no vídeo anterior, os vídeos do Tiktok são ranqueados no algoritmo de relevância pelo tempo que as pessoas assistiram, além das interações, assim ele vai sendo passado para mais pessoas. Esse vídeo teve 65 mil visualizações na plataforma e muitas das pessoas que assistiram, ou a maior parte, não fazem parte da comunidade que segue a influenciadora. Isso diz muito sobre a questão de que a mensagem, além de ter o poder de atingir diferentes públicos e assim poder disseminar mais o recado, também pode sofrer uma retaliação maior, pois está mais exposta fora da sua bolha.

¹⁶⁶ *Body Race* é um jogo para celular em que uma garota está numa jornada para perder peso e para atingir essa meta ela deve evitar comer as comidas de *fast food* que aparecem em seu caminho e comer apenas os vegetais e outros alimentos que definirão a silhueta dela. O jogo foi criticado em vídeo pela Alexandra por ser gordofóbico e, por esse motivo, muitos dos comentários feitos no Tiktok são provocativos mencionando o jogo.

CONSIDERAÇÕES GERAIS DAS ANÁLISES DOS VÍDEOS

Para concluir a análise dos vídeos é possível perceber que há uma evolução ao longo da trajetória (já que foram organizados em ordem cronológica para a análise), que o discurso foi evoluindo e sendo refinado para que pudesse ir abarcando mais tipos de corpos e falando de mais temas além do corpo gordo. Isso não é observado apenas nessa análise, como em seu Canal, que se mantém ativo, já que convidou pessoas que fazem parte de outros grupos dos quais ela não faz parte para conversar, como *drag queens*, travestis, mães, mulheres que estão fazendo transição capilar seja para deixar o cabelo crespo/natural, seja para manter os cabelos brancos. Mesmo assim, ainda existe uma falta grande de representação de pessoas idosas ou deficientes físicos, por exemplo, que são retratados no Instagram do movimento, mas não no Canal.

A maior parte de seus vídeos traz relatos sobre sua própria vivência e experiência ou mesmo uma “autopromoção”, como no caso de seu segundo livro. Ao pesquisar sobre o movimento Corpo Livre no Google, a notícia mais recente que aparece é a divulgação do segundo livro que Alexandra está lançando, chamado: “Comece a se amar”. Neste sentido, parece haver um problema de separação entre o que é o conteúdo da Alexandra como influenciadora digital (que pode ter um conteúdo falando sobre ela mesma, mesmo que ainda levante as bandeiras como ativista corporal) e o que é conteúdo do Movimento Corpo Livre, já que tudo está misturado de forma a confundir e deixar com que o único ponto de acesso a informações do movimento em si seja o Instagram, que torna a discussão e o debate muito limitados.

4.3. Repercussões Do Movimento Corpo Livre

Desde o início de sua jornada, o movimento fez progressos em termos de abrangências, adeptos e defensores/ativistas em seu nome. Algumas de suas conquistas, que são apresentadas em seus canais oficiais, têm associação com a divulgação de mudança que é vista de forma geral na sociedade: em marcas, no comportamento, na cultura, na arte e no alcance das pautas. Mesmo não podendo associar diretamente, de forma nominal, aos esforços do Movimento Corpo Livre, as repercussões citadas no presente trabalho mostram como as pautas e o momento são os mais propícios para que um movimento desse aconteça e como os esforços da pauta tem surtido efeito em diversas áreas para mudanças que podem ser o começo de algo maior.

ANÚNCIOS DO PINTEREST

Em julho de 2021 o Pinterest proibiu anúncios com textos e imagens sobre perda de peso em sua rede social. A ideia, segundo eles, é evitar a ideia de uma padronização de corpos na busca do “corpo perfeito”, depreciando outros tipos de corpos. Para além disso a nova política da empresa também passou a proibir: testemunhos sobre perda de peso e produtos para emagrecimento, linguagem ou imagem idealizando ou depreciando certos tipos de corpos, referências a índice de massa corporal (IMC) ou índices semelhantes e produtos que alegam facilitar a perda de peso ao serem aplicados sobre a pele.

Essa medida foi uma ampliação da política já existente que proíbe anúncios sobre procedimentos como lipoaspiração, queima de gordura ou que tenham informações com resultados irreais a partir do uso de cosméticos. Isso inclui os anúncios de fotos de antes e depois de perda de peso.

REVISTA WOMANSPLAINING

Outra repercussão que o movimento permitiu foi a criação de artigos e pesquisas sobre o assunto em revistas. Um estudo realizado em 2020 pelas alunas do curso de Jornalismo da Cásper Líbero e divulgado na Revista Digital Womansplaining, que se coloca como uma revista para trazer todas as informações sobre os movimentos feministas e marcas, apresenta o olhar de diferentes perspectivas e perfis de públicos que fazem parte do Corpo Livre, a fim de entender se ele ajudou essas pessoas a se aceitarem e se amarem.

Para mulheres gordas, a pesquisa mostrou que a ideia delas dentro do movimento é “desestigmatizar a palavra gorda com a missão de se tornar um adjetivo que não é mais usado para humilhar uma pessoa”. Como a Organização Mundial da Saúde (OMS) trabalha com o IMC (Índice de Massa Corporal) para considerar que uma pessoa é saudável, mesmo que não indique o quadro clínico, a sociedade acabou por excluir as pessoas gordas e considerá-las automaticamente como doentes.

Flávia Durante, fundadora da feira Pop Plus¹⁶⁷, relatou em entrevista¹⁶⁸ que não conseguiu se filiar a um convênio por conta de seu peso, por conta da gordofobia, já que ela afirma que para os planos de saúde quem é gordo já é doente, por isso ela já geraria mais gastos para o plano pois teoricamente poderia querer fazer uma bariátrica ou algo parecido. Afirmou ainda que se tornou ativista por uma questão de sobrevivência, para conseguir ter respeito, tendo criado também o Pop Plus pela necessidade de uma experiência de compra mais satisfatória e para encontrar marcas com tamanhos para o corpo em um lugar só, trazendo representatividade para o público.

Sobre o movimento, Flávia acredita que cada vez mais pessoas se conscientizam de exigir seus direitos básicos e da importância de se posicionar. Acredita que ainda precisa melhorar, mas que é importante que o assunto esteja sendo mais colocado em pauta. Sobre o fato de disseminar a mensagem de autoaceitação nas redes, ela acredita que há um conflito entre um lado de um movimento de diversidade de corpos e outro em que ainda há uma padronização grande, as redes sociais ajudam a padronizar e as classes mais altas também permanecem presas a padrões.

Para as mulheres magras, o estudo mostra atrizes que são influenciadoras digitais que passam por muitas intervenções cirúrgicas mesmo já tendo o corpo que é considerado ideal pela sociedade e seu poder de influência faz com que tenham um impacto grande em seus seguidores. Contudo, também há artistas que fazem o contraponto, apresentando em suas redes sociais os riscos e se posicionando contra as intervenções cirúrgicas para fins puramente estéticos para se encaixar a padrões.

Na pesquisa foi entrevistada uma estudante de psicologia, Laura Amado Scerni, de 21 anos, para compreender como as pessoas fora do meio artístico lidam com as pressões estéticas. Segundo ela, que também já cogitou fazer procedimentos, é uma questão que deve ser levada

¹⁶⁷ Pop Plus: feira de moda e cultura plus size que acontece quatro vezes por ano em São Paulo. Reconhecido como o maior evento de moda plus size da América Latina. Em 2019, contou com 90 expositores e um público de cerca de 13 mil pessoas.

¹⁶⁸ Entrevista concedida à Revista Womansplaning de 27/11/2020.

com cuidado pois pode colocar riscos à saúde da pessoa. Ela acredita também que as pessoas podem realizar os procedimentos a partir do momento que a vontade seja dela mesma e não dependa de como a sociedade espera que ela seja.

Já as mulheres trans, que passam por uma situação de um corpo em transição de gênero, trazem uma discussão diferente sobre o tema. A conversa foi com Ariel Pinheiros Gomes, mulher trans de 18 anos que afirmou que antes da transição não se preocupava com o corpo estar dentro do padrão feminino, mas passou a sentir a pressão estética maior, dentro dos estereótipos de uma mulher cisgênero¹⁶⁹. Afirmo ainda que algumas das críticas que recebe em relação ao corpo, não diretamente ao corpo dela, são relacionadas ao que seria considerado feminino (mesmo sabendo que não existe apenas um tipo de corpo de mulher) e que ela acaba cedendo em fazer nas cirurgias para se sentir respeitada dentro do gênero que se identifica. Em outras palavras, ela sabe que ela faria por “pura pressão estética”. Ela se sente dividida com relação ao que sente em termos de aceitação, já que vê que por um lado existe o movimento Corpo Livre que ensina que existem diversos corpos e não apenas um que precisa ser padrão e utilizado como ideal, mas por outro existe a pressão da sociedade para que ela se encaixe no que é entendido de forma estereotipada como feminino, sendo para ela de maneira ainda mais intensa, pois depende disso para conseguir garantir aceitação em várias áreas de sua vida, incluindo mercado de trabalho. Afirmo que gostaria de se aprofundar mais no movimento para aprender e repassar os aprendizados e lutar contra os padrões, para não buscar o respeito do modo que busca hoje.

A pesquisa ainda traz o olhar do movimento pelas mulheres que aderiram à não-depilação. A questão que é considerada polêmica atualmente também é tema dentro do movimento, assim como também já foi no feminismo. Para as entrevistadas, manter os pelos naturais no corpo se tornou uma questão de afrontar os padrões, se tornando uma forma de resistência em uma sociedade machista, além de ser uma libertação com relação àquilo que a mulher pode ou não fazer com o próprio corpo, apenas por ela querer. Para Ruth Ciribelli, entrevistada pela Revista, o movimento Corpo Livre teve papel de ajudar a libertá-la em relação ao seu corpo, à sexualidade e às relações sociais. Enxerga que é um movimento que tem foco em ensinar o amor-próprio e o cuidado de cada um.

Por fim, o estudo apresentou as mulheres que aboliram o uso do sutiã. Para a entrevistada, Bruna Abreu, 19 anos, o sutiã faz sentido quando é para ter uma funcionalidade,

¹⁶⁹ Cisgênero: Relativo a ou que tem uma identidade de gênero idêntica ao sexo que foi atribuído à nascença, por oposição a transgênero (ex.: pessoas cisgênero). Dicionário Priberam. Disponível em: t.ly/vvLz

como por exemplo no esporte ou para quem precisa de uma sustentação por conta do tamanho dos seios ou por incômodos, mas não por uma questão estética ou para a sociedade, por uma questão de ser feminina ou mesmo por ser algo relacionado a sensualidade. A decisão deve ser de cada pessoa a partir de sua vivência.

Como conclusão o estudo entende que o Corpo Livre é apenas “uma fagulha” dentro da revolução dos padrões de beleza ditados por empresas e pela mídia, podendo ser o primeiro passo para que haja uma mudança concreta, já que está conseguindo criar um sentimento de pertencimento entre seus adeptos, além de conseguir reverberar em muitas causas diferentes.

PEOPLE’S CHOICE AWARDS

Bielo Pereira foi indicada na categoria de Influenciador do Ano na premiação do People’s Choice Awards de 2021. A categoria foi criada em 2020 para os influenciadores brasileiros, contando com a indicação da criadora do movimento Corpo Livre, Alexandra Gurgel, no mesmo ano. Mesmo não tendo ganhado o prêmio, é uma grande indicação de como a influência das pautas está cada vez mais relevante.

Bielo se define como bigênero, transexual, gorda, preta e fala sobre a pluralidade de si mesma em suas redes sociais. É youtuber e traz pautas voltadas ao racismo, gordofobia e transfobia, mas busca falar com positividade sobre a realidade que enfrenta. Fez parcerias em perfis famosos como “Razões para Acreditar” e “Quebrando o Tabu”, além de ter seu próprio programa no canal de Youtube da GNT. É forte representante do movimento Corpo Livre e levanta a bandeira da causa em suas redes.

Vale ressaltar que os critérios de escolha dos indicados a influenciadores da premiação não são baseados em números ou quantidades de seguidores, são subjetivos, sendo normalmente pela relevância e representatividade da pessoa naquele momento (poder de influência). Quem faz a escolha são os produtores do programa do Canal E!.

VERSACE E AVON

É possível perceber que os tempos mudaram e tudo teve que acompanhar, assim como as marcas e a expressão artística de maneira geral. Foram esses novos tempos que permitiram que a discussão sobre o corpo pudesse ser trazida e pautada em diversos campos, como a moda

e a publicidade. A Versace, marca italiana de moda de luxo conhecida pela extravagância, já foi uma marca que se ateu aos padrões corporais, visto que não apresentava qualquer tipo de diversidade em suas passarelas e coleções. Isso mudou há alguns anos quando Donatella Versace, líder criativa da marca, passou a apresentar desfiles com diferentes tipos de corpos, apresentando uma diversidade que não se via antes, tanto no que se refere ao formato dos corpos, quanto pelas etnias. Ela mesma afirmou, em entrevista para a Revista Vogue¹⁷⁰, que “o mundo mudou e nós mudamos. Estamos repetindo isso, quase como um mantra”

Assim como ela, outra marca que apareceu ainda este ano com uma campanha muito mais inclusiva no quesito público-alvo e discurso foi a Avon, marca americana de cosméticos e maquiagens. Como uma marca que sempre valorizou o discurso de empoderamento feminino, como ela mesma se apresenta, sua nova campanha de 2021 chamada “Avon ta on”, divulgada principalmente no reality show Big Brother Brasil, explorou um apanhado diferente de personalidades em sua propaganda. As mulheres representadas trazem traços mais diversos com relação aos corpos, tipos de cabelo, cor de pele, além de trazer também o público LGBTQIAP+. A empresa esclareceu que a ideia da campanha era promover uma conversa ativa sobre lutas por causas que transformam a sociedade, como equidade de gênero, combate à violência contra a mulher, representatividade LGBTQIAP+ e independência financeira feminina.

A publicidade, muito além da arte como expressão da vida, é um dos pontos importantes em que se percebe em que tempo estamos. Na publicidade acaba sendo refletido o que é dos tempos atuais, pois quando não retrata isso, fica fora de contexto e não dialoga com quem deveria. Dessa forma, é um termômetro interessante para perceber como são os tempos atuais que permitiram que movimentos como o Corpo Livre pudessem ganhar terreno, é a urgência dos novos tempos.

EXPOSIÇÃO “OH, I LOVE BRAZILIAN WOMEN!”

A partir do dia 14 de janeiro de 2022 a Apexart de Manhattan, em Nova Iorque, começou a apresentar a exposição coletiva “Oh, I Love Brazilian Women!”, concebida pela curadora e tradutora Luiza Testa. Na mostra, doze artistas brasileiras questionam a “erotização do corpo feminino brasileiro no imaginário internacional, estereotipado, objetivado e violentado por falas

¹⁷⁰ Entrevista concedida à Revista Vogue em 25 de setembro de 2020. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/moda/noticia/2020/09/seja-fiel-ao-que-voce-ama-continue-lutando-e-seja-integro-em-entrevista-donatella-versace-conta-tudo-sobre-seu-verao-apresentado-na-semana-de-moda-de-milao.html>>

e atos sexualmente agressivos”¹⁷¹.

Segundo a curadora, “a mulher brasileira sofre com o assédio tanto no Brasil quanto no exterior. A diferença é que, muitas vezes, no exterior, há uma sensação maior de insegurança devido ao fato de estarmos em um ambiente menos conhecido”¹⁷². Ela ainda afirma que o assédio sofrido no exterior tem uma ligação forte com o fato das mulheres serem brasileiras, enquanto no Brasil o assédio é apenas por ser mulher mesmo.

Luiza ainda acrescenta que a exposição trará uma visão sobre a questão de o Brasil trazer a carga da colonização, da escravidão que permeia a ideia de ser um território disponível no olhar do estrangeiro. O exotismo do país faz com que os homens estrangeiros vejam uma abertura da mulher estrangeira que é ilusória. E acrescenta que “em muitos países europeus, as mulheres brasileiras estão associadas à prostituição, como se isto autorizasse de alguma maneira a importunação sexual. O homem enxerga o corpo de uma prostituta como sendo público, uma mulher que julga ser promíscua ou propositalmente sensual”.

Uma exposição como essa mostra como a pauta é sintomática e o momento é oportuno. A curadora enxergou que, a partir de sua pesquisa do mestrado, a visão que ela tinha era de um feminismo, do ponto de vista histórico, muito branco, muito ocidental, ou seja, muito excludente. Dessa forma, a exposição veio com a intenção de poder falar de outras narrativas, de outras vivências e o Brasil é um bom lugar para falar disso quando pensamos nas diferentes realidades em um só país. “Não é possível abarcar todas elas numa exposição, mas é possível trazer um pouco a pluralidade do Brasil, mas mostrar que as mulheres brasileiras são objetificadas e mostrar que podemos ser sexuais e sensuais, mas somos mais que isso. Tem a ver com o momento que se está vivendo, a informação está mais acessível hoje, existe uma literatura sobre o assunto”¹⁷³.

IFMSA E O MOVIMENTO CORPO LIVRE

A IFMSA (International Federation of Medical Students Association)¹⁷⁴ publicou em 10 de novembro de 2020 uma live¹⁷⁵ em seu canal de Youtube com o tema “Movimento Corpo

¹⁷¹ Matéria de 30/11/2021 do Jornal O Globo. Disponível em: https://oglobo.globo.com/celina/assedio/a-sexualizacao-da-brasileira-por-que-nossas-mulheres-sao-tao-assediadas-no-exterior-25300035?utm_source=Instagram&utm_medium=Social&utm_campaign=O%20Globo

¹⁷² Ibidem.

¹⁷³ Informação fornecida pela curadora Luiza Testa via áudio de Whatsapp no dia 05/12/2021 para a autora.

¹⁷⁴ Organização não-governamental sem fins lucrativos criada em 1951, reconhecida pela ONU, UNESCO e OMS. Dados disponíveis em: <https://www.facebook.com/ifmsabrazilufu>

¹⁷⁵ Disponível em: <https://youtu.be/YuqGPE36YjY>

Livre: a gordofobia e o estigma do peso na saúde”, com a participação da Professora Doutora Marina Rodrigues Barbosa, Coordenadora do Grupo de Estudo, Pesquisa e Prática em Comportamento Alimentar (GEPPCA) e docente no curso de Nutrição da Universidade Federal de Uberlândia; Daniela Ferreira Araujo Silva, doutora em Ciências Sociais e mestra em Antropologia pela Unicamp, co-diretora do Centro Brasileiro de Mindful Eating e instrutora de Mindful Eating; e Izabel Gimenez (@izxbxl), influencer digital e ativista do Movimento Corpo Livre.

Dentro da live as participantes discutiram as questões das discriminações de peso, a mortalidade que esse tipo de preconceito causa, como isso tem a ver ou não com a saúde de fato e quais questões sociais estão associadas a isso. Com base em pesquisas científicas trazem também que existe uma “patologização” do corpo gordo quando falam da obesidade como diagnóstico, pois reduzem a pessoa ao tamanho do corpo dela baseada em um dado apenas, que é o IMC (já citado anteriormente). Na discussão apresentam que o que deveria ser o foco é a promoção de saúde e não a diminuição de tamanho do corpo. Seria pensar no processo de como aquele corpo precisa estar em termos de alimentação, exercício e não de estética, pois apresentam um estudo que mostra que os profissionais que cuidam da obesidade também têm um viés de preconceito sobre o peso das pessoas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta dissertação foi responder se o Movimento Corpo Livre já contribuiu para a aceitação corporal e para a diminuição de preconceitos no Brasil. A partir de uma análise teórica aprofundada para traçar o contexto histórico, social e político do corpo e dos preconceitos corporais foi possível criar uma linha do tempo que pudesse demonstrar a necessidade de um movimento como o Corpo Livre nos dias de hoje e porque o agora é o melhor momento para que ele tenha impacto.

Na análise histórica do corpo é possível perceber que o problema estético é mais antigo do que se imagina. É algo que foi construído e distorcido ao longo dos anos, influenciado pelas culturas e pelos sistemas de cada época. Na política é possível observar, conforme definido pelos diversos autores aqui apresentados, que o corpo passou por transformações para atender um sistema que buscou controlá-lo e dominá-lo de todas as formas que a estrutura complexa criada pudesse fazer.

Como o movimento acontece basicamente no universo digital, analisar essas características se tornou imprescindível. Dessa maneira, entender que a “disciplinarização” dos corpos se deu e se dá a partir das mídias, sobretudo as sociais, perceber que esse espaço impõe, hoje, as referências, as normas e manipula mensagens e ideologias, faz com que seja possível compreender os desafios colocados para o movimento em questão. Além disso, ao analisar as questões das bolhas cibernéticas e a digitalização dos corpos, podemos entender como a percepção sobre o que é real e o que é imaginário se tornou cada vez mais distante. O impacto da normatização e da padronização é catalisado pelo poder de influência que as redes sociais permitem atualmente.

As pesquisas sobre as dismorfias corporais possibilitaram desenharmos uma conjuntura do problema atual em termos de entendimento sobre o corpo e como isso afeta principalmente a geração mais nova que, conforme visto nesta dissertação, tem um grande poder de transformação futuro, mas também é a mais conectada e por isso a mais influenciada nessa questão. Associado a isso concluímos que a situação pandêmica agravou quadros voltados à estética e percepção corporal de tal forma que, mesmo o movimento atuando em meio a essa situação, demonstrou quão necessária é sua pauta.

A partir disso determinamos que o tema está em um campo de disputas, sobretudo de narrativas, traçando as questões sociais e as desigualdades que permeiam o acesso a informações no meio digital. Isso é de fundamental importância para que se coloque em

discussão o alcance do discurso do movimento, ou seja, a quem ele realmente se destina e se cumpre o que propõe, mesmo que seja apenas no campo da comunicação, não propriamente das ações.

Para além disso, essa análise concebe como a comunicação se modificou ao longo dos anos e como o Corpo Livre precisa trabalhar sua estratégia para se adequar a esse novo contexto, visto que busca começar um embate com instituições que utilizam dessas ferramentas com estratégias avançadas e têm um poder sobre elas muito maior do que o movimento atualmente possui.

O Corpo Livre, assim como os ativismos que vemos como reflexos de uma libertação de corpos e lutas por direitos humanos, são sintomáticos. Mostram a urgência de um tempo, mas uma luta antiga, um estado de vigilância constante, já que a permanência e a perenidade são ilusórias. As possibilidades aumentadas pela comunicação ajudam e atrapalham ao mesmo tempo, criando bolhas que protegem comunidades e tornam outras ainda mais hostis. A aproximação da internet é muito mais teórica do que prática, por isso, a reafirmação de determinados comportamentos sendo endossados por outros que pensam de forma igual se torna perigosa a partir do momento em que uma sociedade se fecha ao diálogo. Não há possibilidade de democracia e progresso quando não existe debate.

Na análise das redes digitais, em que decompomos os vídeos e as plataformas digitais, bem como as repercussões que aconteceram sobre a pauta, foi possível perceber que há muito a ser feito e melhorado em termos de discurso, organização e conteúdo para o movimento. Ainda há uma confusão entre as vozes e a quem esse movimento está buscando atingir, bem como a mensagem principal daquilo que o movimento se propõe a fazer, visto que, como dito neste trabalho, não existe um manifesto ou um documento que possa guiar os seguidores e adeptos na causa e no entendimento da luta. A repercussão do debate sobre o corpo responde como o movimento é necessário para o momento e como é sintoma dos tempos atuais, possibilitando o mapeamento da importância do tema bem como suas ramificações em diversas frentes (moda, arte, publicidade, medicina, jornalismo e mídia de massa).

No entanto, foi possível perceber com esta pesquisa que o Corpo Livre (apesar de ter uma importância e um impacto grande) é apenas uma peça de um grande movimento e uma onda de lutas que já se iniciaram há anos, mas que as redes potencializaram. Esse movimento está dando, ainda, seus primeiros passos para fazer mudanças significativas da aceitação corporal.

REFERÊNCIAS

Livros e artigos

ADORNO, Theodor W. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

AGAMBEN, Giorgio. *Homo Sacer: o poder soberano e a vida nua I*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

ARENDT, Hannah. *Verdade e política*. 1a ed. Tradução de Manuel Alberto. São Paulo: Relógio D'Água. 1995.

AS 10 REDES Sociais mais usadas no Brasil em 2021. *Hostmídia*, s.d Disponível em: <<https://www.hostmidia.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas/>> - Acessado em 22/11/2021

BARBOSA, M. R; MATOS, P. M & COSTA, M. E. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. *Revista Psicologia & Sociedade*, vol. 23, n.1, jan – abr 2011. P. 24-34.

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARNHART, Brent. Dados demográficos de mídias sociais para orientar a estratégia de sua marca em 2021. *Sprout Social*, 09/03/2021. Disponível em: <https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics-pt_br/> Acessado em 23/11/2021

BATISTA, Aline. TikTok: o que é e tudo que você precisa sobre a rede social. *Zoom*. 27/05/2021. Disponível em: <https://www.zoom.com.br/celular/deumzoom/tiktok?og=18000&gclid=CjwKCAiAqIKNBhAIEiwAu_ZLDpxu5dHMjWPR5xwWTulB2pNwsGVoWP6YtiINvilxWEJFAok7BVXREhoCZ5wQAvD_BwE> . Acessado em 23/11/2021

BAUDRILLARD, Jean. *La société de consommation*. Paris: Gallimard, 1970.

BRASIL é o top 1 mundial em número de cirurgias plásticas. *Portal Hospitais Brasil*, 04/10/2021. Disponível em: <<https://portalhospitaisbrasil.com.br/brasil-e-o-top-1-mundial-em-numero-de-cirurgias-plasticas/>>. Acessado em: 23/11/2021

CASTILHO, Kathia. *Moda e Linguagem*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

CERQUETANI, Samantha. *Dismorfia Corporal: a distorção da imagem que causa sofrimento em excesso*. Revista Viva Bem, 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2021/03/15/dismorfia-corporal-a-distorcao-da-imagem-que-causa-sofrimento-em-excesso.htm>>

COURTINE, Jean-Jacques. Os stakhanovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo. In.: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. 2a Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

COUTO, Edvaldo Souza. Gilles Lipovetsky: Estética corporal e protecionismo técnico nas culturas higienista e desportiva. In.: GRANDO, José Carlos (org). *A (des)construção do corpo*. Blumenau: Edifurb, 2001.

EAGLETON, T. *A ideologia da estética*. Jorge Zahar Ed., Rio de Janeiro, 1993.

ECO, Umberto. *História da Beleza*. Rio de Janeiro: Record. 2004

FELIX, Victor Hugo. O que é o tiktok. *Tecnoblog*, c2020. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/337651/o-que-e-tiktok/>>. Acessado em 23/11/2021

FISCHLER, Claude. Obeso Benigno, Obeso Maligno. In.: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo*: elementos para uma história das práticas corporais. 2a Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder* (17ª Edição). Rio de Janeiro: Ed. Graal, 2002. (Edição original de 1979).

_____. *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes, 1975.

GOFFMAN, Erving. *Estigma – Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada*. 4ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2017

GOLDENBERG, Mirian. *O corpo como capital: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira*. 2ª ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

GOLGENBERG, Mirian. Invisíveis ou inclassificáveis? Gênero, corpo e envelhecimento na cultura brasileira. In.: MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

GONÇALVES, M.A. S. *Sentir, Pensar e Agir*. Papirus: Campinas, SP, 1994.

GRANDO, José Carlos. As concepções de corpo no Brasil a partir de 30. In.: GRANDO, José Carlos (org). *A (des)construção do corpo*. Blumenau: Edifurb, 2001.

HELDMAN, Caroline. Sexual Objectification. Part 1: What is it? 2012. Disponível em: <<https://carolineheldman.wordpress.com/2012/07/02/sexual-objectification-part-1-what-is-it/>>. Acesso em: novembro de 2013.

HÜNING, Simone M. e GUARESCHI, Neuza M. F. “‘Ligeiramente humana’: novas biotecnologias e a experiência de si no contemporâneo”. In: SOUZA, Solange Jobim; MORAES, Marcia. *Tecnologias e modos de ser no contemporâneo*. Rio de Janeiro, Ed. PUC-Rio, 2010. pp. 185-218.

KATZ, Helena. Para ser contemporâneo da biopolítica: corpo, moda, trevas e luz. In.: MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

KATZ, Helena; GREINER, Christine. A natureza cultural do corpo, em lições de dança. Rio de Janeiro: Editora UniverCidade, 2003. v. 3, p 77-102

LAZZARATO, Maurizio. *O governo do homem endividado*. São Paulo: N-1 Edições. 2017.

LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. 2ª ed. tradução de Sônia M.S. Fuhrmann. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

_____. Adeus ao Corpo. In.: NOVAES, Adauto (org). *Homem-máquina: a ciência manipula o corpo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003

_____. A síndrome de Frankenstein. In.: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. 2ª Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

_____. “Introdução” e “Uma antropologia dos sentidos”. *Antropologia dos sentidos*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2016.

LIMA, Juliana Domingos de. Feminismo: origens, conquistas e desafios no século 21. *Nexo Jornal*, 07/03/2020. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/explicado/2020/03/07/Feminismo-origens-conquistas-e-desafios-no-s%C3%A9culo-21>>. Acessado em 22/11/2021

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____. *A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MACHADO, Roberto. Por uma Genealogia do Poder. In: FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

MAIA, Antônio Cavalcanti. Biopoder, Biopolítica e o Tempo Presente. In.: NOVAES, Adauto (org). *Homem-máquina: a ciência manipula o corpo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

MARCUSE, Herbert. *A Ideologia da Sociedade Industrial – O Homem Unidimensional*. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

MARINA, Anna. *Estudo revela que pandemia pode levar a problema de imagem corporal*. *Jornal Estado de Minas*, 2020. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/colunistas/anna-marina/2020/12/10/interna_anna_marina,1219071/estudo-revela-que-pandemia-pode-levar-a-problema-de-imagem-corporal.shtml>

MCCARTHY, Niall. O Facebook está se tornando reduto dos mais velhos? *Revista Forbes*, 13/03/19. Disponível em: <<https://forbes.com.br/colunas/2019/03/o-facebook-esta-se-tornando-uma-rede-para-o-publico-mais-velho/>>. Acessado em 22/11/2021

MENEGUIN, Giovana. *Entenda o que é a Dismorfia do Snapchat e como ela está afetando os jovens*. Coluna Vida e Estilo. Terra, 2021. Disponível em:

<<https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/entenda-o-que-e-a-dismorfia-do-snapchat-e-como-ela-esta-afetando-os-jovens,a65ac361b168fffd9ddd2fe766144c6cp1bnyx6l.html>>

MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

MOUFFE, Chantal. *Agonística: pensar el mundo políticamente*. – 1ª ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2014.

_____. Feminismo, cidadania e política democrática radical. Debate Feminista. Ed. Especial Cidadania e Feminismo, México/São Paulo, p. 29-47, 1999.

MOVIMENTO Corpo Livre – Estudo Midiático. *Revista Womansplaining*. 27/11/2020
Disponível em: <<https://revistawomansplaining.medium.com/movimento-corpo-livre-estudo-midi%C3%A1tico-4d32d0eff6b6>> – Acessado em 23/11/2021

NEGRA, Guilherme Della. Ativista Bielo Pereira é indicada ao Prêmio de influenciador do ano no PCA 2021, 8/11/21. *E! On line*. Disponível em:
<<https://www.eonline.com/br/news/1308564/ativista-bielo-pereira-e-indicada-ao-premio-de-influenciador-do-ano-no-pca-2021>> - Acessado em 25/11/2021

PAIM, M. C. C. & STREY, M. N. Corpos em metamorphose: um breve olhar sobre os corpos na história, e novas configurações de corpos na actualidade. [versão online]. *Revista Digital Buenos Aires*, 79, 2004. Disponível em <<http://www.efdeportes.com/efd133/cultura-de-tempo-livre-do-trabalhador.html>>. Acesso em 26 de janeiro, 2006.

PAIVA, Deslange; FIGUEIREDO, Patrícia. Equipe responsável por cirurgia de mulher trans que morreu em SP é alvo de investigação policial e denúncias de outras pacientes. *G1*. 18/04/2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/04/18/equipe-responsavel-por-cirurgia-de-mulher-trans-que-morreu-em-sp-e-alvo-de-investigacao-policial-e-denuncias-de-outras-pacientes.ghtml>> Acessado em 22/11/2021

PERROT, Michelle. De Marianne a Lulu: As imagens da mulher. In.: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. 2ª Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

POCIELLO, Christian. Os desafios da leveza: as práticas corporais em mutação. In.: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. 2ª Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

QUAIS são as principais redes sociais no Brasil? *MLabs*, 07/01/2021. Disponível em: <<https://www.mlabs.com.br/blog/diferencas-entre-as-principais-redes-sociais/>> Acessado em 23/11/2021

QUAL o perfil dos usuários em cada Rede Social no Brasil? *Amplifica Digital*, s.d. Disponível em: <<https://amplificadigital.com.br/blog/qual-o-perfil-dos-usuarios-em-cada-rede-social-no-brasil/>> Acessado em 23/11/2021

RECUERO, Raquel. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter

nas eleições 2018. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 2020. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbla/a/vKnghPRMJxbypBVRLYN3YTB/?lang=pt&format=pdf>>. Acessado em: Julho, 2021

RIBEIRO, Julia. Dismorfia Corporal: *especialistas explicam como o distúrbio de imagem se agravou durante a pandemia*. *Revista Glamour*, 2021. Disponível em: <<https://revistaglamour.globo.com/Beleza/noticia/2021/04/dismorfia-corporal-especialistas-explicam-como-o-disturbio-de-imagem-se-agravou-durante-pandemia.html>> Acessado em: 20/11/2021.

RODRIGUES, JC. *O corpo na história*. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 1999. Antropologia e saúde collection, 197 p. ISBN: 978-85-7541-555-9. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/p9949/epub/rodrigues-9788575415559.epub>> Acessado em: Julho de 2021.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. 2ª Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

_____. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In.: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. 2ª Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

_____. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014.

SANTOS, D. K.; AMARAL, M. S.; TONELI, M. J. F. Psicologia, Políticas do Corpo, do Gênero e das Sexualidades: capturas e resistências do cotidiano. *Revista Psicologia Política* (online), 2018, vol. 18, n.42. P. 309-321.

SCAGLIUSI, B. Fernanda e SANTOS, Roberto Manoel dos. Beleza.jpg – Borrando os limites da realidade. In.: MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

SCHILLER, F. *A Educação Estética do Homem – numa série de cartas*. Iluminuras, SP, 2002.

SILVA, Ana Márcia. O corpo do mundo: Algumas reflexões acerca da expectativa do corpo atual. In: GRANDO, José Carlos (org). *A (des)construção do corpo*. Blumenau: Edifurb, 2001.

SILVA, Orlando. Entrevista Orlando Silva e o debate sobre desinformação. *Aurora: revista de arte, mídia e política*, São Paulo: out.2020-jan.2021, v.13, n.39, P. 5-20.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. *Ferramentas conceituais para a análise política nas sociedades informacionais e de controle*. Paper apresentado no 35º encontro anual da ANPOCS, Caxambu, 2011. Disponível em: <http://www.anpocs.org.br/portal/35_encontro_gt/GT01/SergioAmadeu.pdf> Acesso em 18 de novembro de 2020.

TIRE todas suas dúvidas sobre o que é Twitter e comece a usá-lo na sua estratégia de marketing. *mLabs*, 09/02/2021. Disponível em: <<https://www.mlabs.com.br/blog/twitter/>> Acessado em 22/11/2021

VIGARELLO, Georges. *Panóplias Corretoras: Balizas para uma história*. In.: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org). *Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. 2a Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

VAZ, P. *Corpo e risco*. Adriana de Souza e Silva. s.d. Disponível em: <<http://souzaesilva.com/Website-Backups/Website/portfolio/webdesign/siteciberidea/paulovaz/textos/corpoerisc.pdf>> - Acessado em 23/06/2021

VELASCO, Ariane. O que é e como funciona o TikTok, a rede social que é a febre do momento. *CanalTech*, 31/03/2020. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/tiktok-tudo-sobre/>> Acessado em 23/11/2021.

367 Social Media Statistics You Must Know In 2021. *Social Pilot*. s.d. Disponível em: <<https://www.socialpilot.co/ebooks/social-media-marketing-statistics>> - Acessado em 23/11/2021

Documentários

Fake Famous: uma experiência surreal nas redes. Documentário dirigido por Nick Bilton. Estados Unidos, 2020. 1 vídeo (87 min.).

O corpo é nosso! Documentário dirigido por Theresa Jessouroun. KinoFilmes: Rio de Janeiro, Brasil, 2019. 1 vídeo. (85 min.).

Páginas acessadas na internet

GURGEL, Alexandra. *Movimento Corpo Livre*. Instagram, 2020. Disponível em: <<https://www.instagram.com/movimentocorpolivres/?hl=pt-br>> Acessado em 07 de junho de 2020.

NOBRE, Izzy. Canal de Youtube “Izzy Nobre” Disponível em <<https://www.youtube.com/c/izzynobre>>. Acessado em: julho de 2021.

PEREIRA, Biello. Canal de Youtube “Biello Pereira”. Disponível em <<https://www.youtube.com/c/biellopereira>>. Acessado em: julho de 2021.

QUEBRANDO o Tabu. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/quebrandootabu>>. Acessado em: novembro de 2021.

RAZÕES para acreditar. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/razoesparaacreditar/>>. Acessado em: novembro de 2021.

REVELA, Caio. Instagram, 2021. Disponível em < <https://www.instagram.com/caiorevela/> > Acessado em julho de 2021.

SOBCZAK, Connie; SCOTT, Elizabeth. *The Body Positive Organization*. Disponível em <<https://thebodypositive.org/>> Acessado em 07 de junho de 2020.

TERCITANO, Douglas. Canal de Youtube “Eu conseguirei”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/EuConsegui>>. Acessado em: agosto de 2021.