



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**CENTRO DE HUMANIDADES**  
**DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA**

**EVELYN CRISTINA DE SOUSA PENAS**

**GORDOFOBIA EM CENA: ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS CONTRA O  
PRECONCEITO EM VÍDEOS DO YOUTUBE**

**FORTALEZA**

**2021**

EVELYN CRISTINA DE SOUSA PENAS

GORDOFOBIA EM CENA: ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS CONTRA O PRECONCEITO  
EM VÍDEOS DO YOUTUBE

Dissertação apresentada ao Programa de  
Pós-  
Graduação em Psicologia da Universidade  
Federal do Ceará, como requisito parcial à  
obtenção do título de mestre em Psicologia.  
Área de concentração: Psicologia.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Idilva Maria Pires  
Germano

FORTALEZA

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- P454 Penas, Evelyn Cristina de Sousa.  
GORDOFOBIA EM CENA : ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS CONTRA O PRECONCEITO EM  
VÍDEOS DO YOUTUBE / Evelyn Cristina de Sousa Penas. – 2022.  
91 f. : il. color.
- Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Fortaleza, 2022.  
Orientação: Prof. Dr. Idilva Maria Pires Germano.
1. Gordofobia. 2. YouTube. 3. Humor. 4. Estratégias discursivas. 5. Contra-narrativas. I. Título.  
CDD 150
-

EVELYN CRISTINA DE SOUSA PENAS

GORDOFOBIA EM CENA: ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS CONTRA O PRECONCEITO  
EM VÍDEOS DO YOUTUBE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Psicologia. Área de concentração: Psicologia.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Idilva Maria Pires Germano

Aprovada em: 12/01/2021.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dra. Idilva Maria Pires Germano (Orientadora)

Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dra. Deborah Christina Antunes

Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dra. Monalisa Pontes Xavier

Universidade Federal do Piauí (UFPI)

Aos meus pais, Cristina e Eurivam  
(*in Memoriam*), que me ofereceram todo  
suporte e amor necessários.

## AGRADECIMENTOS

Acredito que nenhum caminho é trilhado sozinho. A conclusão deste trabalho e a finalização do curso de mestrado só foram possíveis graças ao apoio de muitos atores de fundamental importância neste percurso.

Tenho muito a agradecer a todos que colaboraram com esta etapa desde a seleção até a conclusão da dissertação.

Agradeço à Prof<sup>a</sup>. Dra. Idilva Maria Pires Germano, pelo apoio, incentivo e dedicação na orientação. Certamente sem seu suporte em momentos críticos não teria sido possível concluir este trabalho.

Às professoras participantes da banca examinadora Prof.<sup>a</sup>. Dra. Deborah Christina Antunes e Prof.<sup>a</sup>. Dra. Monalisa Pontes Xavier pelo tempo, pelas valiosas colaborações e sugestões e pela disponibilidade em contribuir com este trabalho de forma tão atenta e cuidadosa.

Aos professores do colegiado da Pós-Graduação em Psicologia da UFC, especialmente o Dr. João Paulo Pereira Barros, a Dra. Luciana Lobo Miranda, o Dr. Walberto Silva Santos e Dra. Verônica Morais Ximenes que foram importantes para a minha continuidade no curso. Também agradeço à professora Dra. Jurema Barros Dantas pelo incentivo em pesquisar sobre o corpo e pela amizade construída desde a graduação.

Aos técnicos-administrativos Eveline, Hélder e Renê por toda a disponibilidade, cordialidade e eficiência no desempenho do seu trabalho em prol dos pós-graduandos.

Aos amigos que ofertaram escuta, presença e companheirismo nessa jornada, em especial André que compartilhou conselhos, trocas acadêmicas e afeto desde o início dessa empreitada. À Gabi que foi presente em todos os bons e maus momentos, acreditando em mim a cada novo passo dado e sendo apoio incondicional. Ao Haroldo e Valeria por demonstrarem acolhimento e empatia no trajeto, sendo os grandes companheiros nos dias de luta e nos dias de glória. E a todos os amigos que ofereceram cuidado e compreensão durante os momentos difíceis desse processo: Cris, Suyane, Rhebecca, Taciana, Luís, Pedro Almir, Fabiana, Tatielen, Kyara, Ingrid, Elane, Tafnes, Sarah, Anahisa, Wambaster e Bruno.

À minha família, especialmente aos meus pais Cristina e Eurivam que sempre foram meu alicerce e me ensinaram a ter resiliência e coragem, e ao meu irmão Eurivam

Junior pela parceria. E também aos meus avós, tios e padrinhos que sempre me apoiaram, incentivaram e tornaram possível muitos dos meus desejos.

Aos colegas da pós-graduação, especialmente Rochelly, Vilkyane, Mônica e Marco César pelas experiências compartilhadas durante o curso e o apoio mútuo ofertado, que tornaram o caminho mais leve.

Ao coletivo Curta e Gorda que me permitiu ser participante e encontrar um espaço de troca de experiências que mudou meu modo de olhar sobre a pauta da gordofobia, mas também me ensinou muito sobre sororidade.

À CAPES, pelo apoio financeiro com a manutenção da bolsa de auxílio, fundamental para minha permanência na universidade. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

“o que faz de uma pessoa, limpa?  
descobri que pode ser a magreza  
combinada àquele ossinho da clavícula  
proeminente, exposto nas fotografias

uma mulher limpa, penso eu

é uma mulher saudável  
é e uma mulher saudável  
é uma mulher magra

agradável e calada  
limpeza e IMC são sinônimos  
mas, quem faz uma mulher limpa?  
uma mulher limpa não tem pelos  
não tem banhas, não tem suor  
uma mulher branca é rosada e é limpa  
uma mulher limpa é uma mulher  
bonita,  
higiênica e aceitável

uma mulher limpa é magra  
e bela  
a beleza é branca  
e limpa  
e brilha

e eu só sei arder  
quem vai limpar a minha sujeira?

(...)  
eu sou uma mulher suja.”

(JÉSSICA BALBINO, 2020).

## RESUMO

Gordofobia é o termo utilizado para descrever o preconceito e a discriminação contra pessoas gordas. Trata-se uma discriminação que impacta as trajetórias sociais desses sujeitos no tocante à acessibilidade, mercado de trabalho, cuidado em saúde, relacionamentos afetivos. As redes sociais digitais ocupam um importante espaço de circulação de narrativas sobre o corpo, seus padrões idealizados e formas de regulação. Esta pesquisa teve como objetivo identificar as estratégias utilizadas em vídeos do YouTube para construir narrativas sobre a gordofobia e o ativismo gordo. A abordagem teórico-metodológica baseou-se na perspectiva da Psicologia Social Crítica discursivamente orientada. O corpus analisado foi composto por dez vídeos publicados na plataforma YouTube, selecionados mediante busca realizada entre janeiro e abril de 2020 a partir da busca pelos termos “gordofobia” e “ativismo gordo”. Após a transcrição e repetidas visualizações dos vídeos, foi realizada uma análise discursiva do corpus de modo a identificar as estratégias discursivas presentes nesse material. Observou-se que os vídeos analisados contestam as narrativas hegemônicas naturalizadas de que o corpo gordo representa necessariamente uma patologia e dirigem uma crítica ferina, frequentemente por meio da ironia e da sátira, aos preconceitos, constrangimentos e piadas que circulam livremente contra a pessoa gorda numa cultura gordofóbica. Embora o humor tenha exercido um importante papel na estigmatização da pessoa gorda, também tem sido utilizado como ferramenta para combater os discursos dominantes que padronizam, normatizam e regulam seus corpos. Neste sentido, o humor mostra-se uma estratégia pedagógica e crítica poderosa na proposta de uma sociedade mais inclusiva aos diferentes modos de existência.

**Palavras-chave:** gordofobia; youtube; estratégias discursivas; humor; contra-narrativas.

## ABSTRACT

Fatphobia is the term used to describe prejudice and discrimination against fat people. It refers to the discrimination that impacts the social trajectories of these subjects with regard to accessibility, labor market, health care, affective relationships. Digital social networks occupy an important space for the circulation of narratives about the body, its idealized standards and forms of regulation. This research aimed to identify the strategies used in YouTube videos to build narratives about fatphobia and fat activism. The theoretical and methodological approach was based on the perspective of discursively oriented Critical Social Psychology. The analyzed corpus was composed of 10 videos published on the YouTube platform, selected through a search carried out between January and April 2020, based on the search for the terms “fatphobia” and “fat activism”. After the transcription and repeated visualization of the videos, a discursive analysis of the corpus was carried out in order to identify the discursive strategies present in this material. It was found that the videos reject hegemonic narratives taken for granted that the fat body necessarily represents a disease. Often using irony and satire, the videos address a fierce critique to the prejudice, embarrassment and mockery against fat people that freely circulate in a fatphobic culture. Although humour has played an important role in the stigmatization of fat people, it has also been used as a tool to challenge the dominant discourses that model, normalize and regulate their bodies. In this sense humour shows up as powerful strategy of education and critique that propose a more inclusive society for different modes of existence.

**Keywords:** fatphobia; youtube; discursive strategies; humour; counter-narratives.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Memes sobre a quarentena durante a pandemia de COVID-19 .....	38
Figura 2 - <i>Printscreen</i> do vídeo 2 .....	44
Figura 3 - <i>Printscreen</i> do vídeo 2 .....	48
Figura 4 - <i>Printscreen</i> do vídeo 3 .....	52
Figura 5 - <i>Printscreen</i> do vídeo 4 .....	58
Figura 6 - <i>Printscreen</i> do vídeo 5 .....	60
Figura 7 - <i>Printscreen</i> do vídeo 6 .....	64
Figura 8 - <i>Printscreen</i> do vídeo 7 .....	70
Figura 9 - <i>Printscreen</i> do vídeo 8 .....	72
Figura 10 - <i>Printscreen</i> do vídeo 9 .....	75
Figura 11 - <i>Printscreen</i> do vídeo 10 .....	80

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Descrição geral dos vídeos analisados.....	26
---	----

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AD	Análise de Discurso
IMC	Índice de Massa Corporal
LGBTQIA+	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais, Queer, Intersexo, Assexuais e outros
LAPSUS	Laboratório de Psicologia em Subjetividade e Sociedade
PCIG	Português com Inclusão de Gênero
OMS	Organização Mundial da Saúde
SBCBM	Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica e Metabólica
TIC	Tecnologias da Informação e da Comunicação
UFC	Universidade Federal do Ceará
trad.	Tradutor

## LISTA DE SÍMBOLOS

% Porcentagem

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>MAPEANDO AS VOZES SOBRE A GORDOFOBIA.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1</b>	<b>Quadros teóricos e percurso metodológico .....</b>	<b>24</b>
<b>2</b>	<b>O CORPO GORDO NA HISTÓRIA E A CRIAÇÃO DE UM ESTIGMA ...</b>	<b>27</b>
<b>3</b>	<b>A LUTA CONTRA A GORDOFOBIA E OS ATIVISMOS EM REDE.....</b>	<b>31</b>
<b>3.1</b>	<b>A cibercultura no cenário contemporâneo e as estratégias de mobilização social .....</b>	<b>31</b>
<b>3.2</b>	<b>Ações anti-gordofobia nas redes sociais digitais .....</b>	<b>34</b>
<b>4</b>	<b>OS VÍDEOS ANTI-GORDOFOBIA NO YOUTUBE: IRONIA, HUMOR E REFLEXÃO COMO ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS .....</b>	<b>38</b>
<b>4.1</b>	<b>Gordas cansadas de ouvir: dieta pra secar gordofobia e sociedade fora do padrão .....</b>	<b>39</b>
<b>4.2</b>	<b>Gordofobia ao contrário: Magra demais ou gorda padrão ft. Karyna Rangel e JoyceShow” .....</b>	<b>44</b>
<b>4.3</b>	<b>Gordofobia - Preconceito contra obeso - Teste do Coronato.....</b>	<b>48</b>
<b>4.4</b>	<b>Thais Carla /Gordofobia - Saúde - Analisando Youtubers.....</b>	<b>52</b>
<b>4.5</b>	<b>Casal enfrenta mensagens de racismo e gordofobia nas redes sociais.....</b>	<b>58</b>
<b>4.6</b>	<b>Se gordofobia fosse uma pessoa: Falta de respeito e empatia ft. Emma Araújo .....</b>	<b>60</b>
<b>4.7</b>	<b>Jovens reagem à gordofobia - Parte 1” .....</b>	<b>64</b>
<b>4.8</b>	<b>O que é gordofobia? Como deixar de ser gordofóbico? .....</b>	<b>70</b>
<b>4.9</b>	<b>Gordofobia Médica.....</b>	<b>73</b>
<b>4.10</b>	<b>O ativismo gordo chegou ao fim.....</b>	<b>75</b>
<b>5</b>	<b>TECENDO ARTICULAÇÕES .....</b>	<b>81</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>82</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>86</b>

## 1 MAPEANDO AS VOZES SOBRE A GORDOFOBIA

Pensar o corpo em sociedade é uma tarefa complexa, pois o corpo é sempre atravessado por uma miríade de discursos. A contemporaneidade coloca em cena a acirrada disputa entre diferentes narrativas que sustentam e costuram as experiências no âmbito da corporeidade. Minha decisão de discutir sobre o corpo gordo na sociedade e, conseqüentemente, sua estigmatização, patologização e discriminação não foi algo que ocorreu de maneira linear. Inicialmente, um projeto sobre as narrativas de modelos *plus size* no *Instagram* e, posteriormente, sobre o movimento *body positive* levaram-me a acompanhar discussões acadêmicas e ativistas sobre o corpo nesse cenário, que ainda não havia considerado de maneira aprofundada enquanto pesquisadora.

Minha aproximação com estudos relacionados ao corpo e a autoimagem se deu durante a graduação, por meio de um projeto de pesquisa intitulado “O corpo e seus dilemas: Uma discussão fenomenológica sobre a construção da autoimagem no contemporâneo”, vinculada ao Laboratório de Estudos em Psicoterapia, Fenomenologia e Sociedade do Departamento de Psicologia da Universidade Federal do Ceará (UFC), coordenado pela Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Jurema Barros Dantas. As discussões realizadas ao longo da pesquisa suscitaram a criação de um projeto de extensão com o objetivo de oferecer um espaço de cuidado e acolhimento às pessoas que manifestavam significativa insatisfação corporal ou problemas com a autoimagem, do qual participei como terapeuta ao longo da minha formação. Durante essa experiência, era comum que os participantes do projeto levantassem a discussão sobre os padrões dominantes e as formas de opressão relacionadas à aparência a que homens e mulheres são submetidos nos últimos tempos. Em três semestres de atuação, os grupos formados eram majoritariamente femininos e uma das grandes queixas era a insatisfação com o corpo gordo e o medo constante de engordar, assim como o compartilhamento de experiências individuais na luta contra o próprio peso. Essas experiências me levaram a escolher como tema de monografia de graduação uma revisão integrativa sobre a relação entre beleza, feminilidade e sofrimento em mulheres.

Ao ingressar no mestrado, pretendia analisar perfis de modelos *plus size* no *Instagram*. Com a imersão no tema, comecei a seguir alguns perfis na rede social, bem como acompanhar canais do *YouTube* de ativistas do chamado movimento *body positive*, que convoca à aceitação e positividade dos diversos tipos de corpo. Nessa fase exploratória da

pesquisa, utilizando ferramentas nas mídias digitais, comecei a observar a crescente mobilização nas redes sociais *online* em torno de discursos que rejeitam os cânones de beleza. Embora os padrões de beleza tenham se modificado com o passar dos séculos, vê-se que na sociedade ocidental hodierna o padrão predominante é o eurocentrado, caracterizado fenotipicamente por pele clara, cabelos lisos, olhos claros e corpo magro, o que relega a alguns corpos desviantes dessa norma um lugar de subalternidade.

Como integrante da linha de pesquisa “Sujeito e Cultura na Sociedade Contemporânea” do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFC e participando do Laboratório de Psicologia em Subjetividade e Sociedade (LAPSUS-UFC), do Departamento de Psicologia, meu olhar voltou-se especialmente para as manifestações de indivíduos e grupos acerca da experiência corporal mediadas por novas tecnologias da comunicação e informação, especialmente plataformas digitais. Os espaços na internet tem sido palco de defesa de modos alternativos de vivenciar o corpo e de reivindicar mais inclusão social de pessoas e estilos de vida que não se encaixam nos discursos e práticas hegemônicos sobre o corpo. Meu interesse dirigiu-se então ao que dizem as pessoas que atuam contra a gordofobia nos ambientes digitais e como se configuram suas formas de resistência às concepções dominantes sobre a saúde, normalidade e beleza dos corpos, especialmente dos corpos das mulheres.

As mobilizações contra os padrões corporais dominantes situam-se em diversas plataformas digitais através de textos, imagens, *hashtags* e espalham-se rapidamente devido às possibilidades de produção e difusão massiva de informações na sociedade midiaticizada. A midiaticização penetra amplamente os modos de vida e de sociabilidade hoje de modo que é considerada um meta-processo, isto é, “os processos sociais não podem ser entendidos sem a função ativa dos *media*, uma vez que as ações sociais, os produtos culturais e os programas políticos tornaram-se eles todos *mediais*.” (BASTOS, 2012, p. 69). Segundo Ferreira (2010 *apud* XAVIER, 2014), a midiaticização ocorre quando os dispositivos midiáticos passam a ser organizativos da sociedade, “passam a ter incidência nos processos sociais e nos processos de comunicação que emergem dos acoplamentos, defasagens, interpenetrações entre processos de interação, de linguagem, a técnica e a tecnologia” (XAVIER, 2014, p. 46).

No que tange à defesa das identidades e modos de vida alternativos, pode-se dizer que na internet, pessoas estigmatizadas encontram agora uma nova forma de reconhecimento e possibilidade de ação mobilizadora, graças aos novos dispositivos tecnológicos na chamada Era Digital. Esses permitem ampliação do espaço discursivo e abertura para vozes dissonantes

- como as das pessoas que defendem o direito aos seus corpos gordos - já que facilitam a emergência de reivindicações por visibilidade e denúncias a formas de vida opressoras.

Antes de prosseguir com a apresentação da problemática deste estudo, gostaria de localizar-me socialmente, por entender ser importante me colocar como privilegiada no que diz respeito a esse debate, como uma mulher cisgênero branca, jovem, de classe média, magra, sem deficiências, que se compreende como feminista e antirracista em um processo de desconstrução que vem ocorrendo recentemente. Defendo a importância de pensar a pesquisa enquanto prática política, portanto, tenho em mente que esta seja uma pesquisa engajada e situada, assim como defende a bióloga e filósofa Donna Haraway (1995). Acredito no poder do conhecimento como transformador da realidade e não como um processo neutro ou objetivo que busca uma verdade científica. Considero que a ciência, assim como a linguagem, produz versões de realidade. É a partir desse lugar, por considerar que essas lutas são importantes e que meu posicionamento enquanto feminista situada no ambiente acadêmico me convoca a suscitar certos debates. Nunca fui alvo de gordofobia, mas reconheço que este seja um dos preconceitos velados e ainda pouco debatidos no meio científico brasileiro, embora o ativismo gordo já tenha algumas décadas. Diante disso, retomo Audre Lorde na sua consagrada frase: “Não serei livre enquanto alguma mulher for prisioneira, mesmo que as correntes delas sejam diferentes das minhas”.

Esta pesquisa adequa-se ao campo de investigações da linha Sujeito e Cultura na Sociedade Contemporânea por buscar compreender como os indivíduos contemporâneos produzem e fazem circular discursos sobre o corpo, utilizando-se das novas tecnologias da informação e comunicação, para mobilizar pessoas e produzir transformações sociais. Desse modo, considera-se a relevância desse estudo, visto que essas novas tecnologias são um importante vetor de análise dos modos de sociabilidade e produção de subjetividades na atualidade. Além disso, vale ressaltar que, no contexto contemporâneo, o corpo tem ganhado destaque na mídia, figurando como objeto que pode (e deve) ser consumido, modelado e exibido. Alcançar ou aproximar-se do corpo dito ideal é também fonte de reconhecimento e distinção social, além de ser considerado um importante fator para se alcançar a felicidade (SIBILIA, 2010). Entretanto, boa parte da população não se encontra dentro dos padrões de beleza hegemônicos, sofrendo vários tipos de exclusão, preconceito e violência. Muitas pessoas excluídas por tais razões exibem modos de sofrimento relacionados ao corpo e a autoimagem, como os transtornos alimentares e outras distorções da imagem corporal.

Diante de uma sociedade em que predomina a visualidade e as imagens estão

cada vez mais presentes no cotidiano, padrões estéticos rigorosos, e na maior parte das vezes excludentes, delinham os corpos a serem valorizados, desejados e socialmente incluídos. Tais padrões englobam os corpos magros - e musculosos - como aqueles considerados belos, saudáveis, dignos de sucesso e felicidade. O corpo se destaca, na condição de marca identitária, como um atributo que classifica e hierarquiza os indivíduos, sendo supervalorizado o corpo *fitness* – aquele moldado em academias de musculação e múltiplos treinos de condicionamento físico atualmente disponíveis - e desqualificados o corpo gordo, suas dobras excedentes e volumes tenros e macios.

De fato, o sentido que se dá à gordura corporal é multidimensional. Por um lado, a ciência médica aponta a obesidade como questão epidemiológica global, sendo combatida por meio de discursos técnico-científicos e midiáticos. Por outro, emergem difusamente discursos que reivindicam a liberdade de ter o corpo fora dos cânones médicos e estéticos. Segundo dados do Ministério da Saúde (BRASIL, 2019), mais da metade da população brasileira está acima do peso considerado ideal pelas instituições de saúde, o que indica a massiva presença de pessoas gordas na nossa sociedade.

Do ponto de vista cultural, como mostra a antropóloga Mirian Goldenberg, nosso país tem o corpo como um objeto de valor incontestável no jogo das interações sociais:

*“no Brasil, o corpo é um verdadeiro capital. Determinado modelo de corpo, na cultura brasileira contemporânea, é uma riqueza, talvez a mais desejada pelos indivíduos das camadas médias urbanas, bem como das camadas mais pobres. Verifica-se que estas percebem seu corpo como um importante veículo de ascensão social e, também, como um capital nos mercados de trabalho, casamento e sexual.”* (GOLDENBERG, 2011, p. 49).

A antropóloga compreende que o corpo é não só um capital físico, mas simbólico, econômico e social. O que se busca não é só a melhoria da aparência, mas o reconhecimento por esse feito, que advém, muitas vezes, através dos sites de redes sociais em forma de *likes* e comentários. Muitas mulheres espelham-se nos perfis de musas *fitness* que publicam sua rotina de sacrifícios diários nas academias, bem como a dieta que seguem e os produtos e procedimentos que supostamente utilizam a fim de conquistar o corpo esbelto e sem sobras indesejáveis. Passa-se a mimetizar o comportamento dos chamados *digital influencers* de exibir o treino diário cumprido (“pago”), a rotina de refeições, exercícios, cuidados com a pele, dentre outras práticas de embelezamento. Como já afirmava Sibilía (2010, p. 202), “o corpo é objeto de um *design* epidérmico que recomenda o cultivo da própria imagem, numa era na qual a visibilidade e o reconhecimento pelo olhar alheio são essenciais para se definir o

que se é”. Valoriza-se um ideal de corpo muito distante do que vemos no dia-a-dia, como algo que supostamente pode ser alcançado por todo aquele que tiver disciplina e “força de vontade” ou “foco, força e fé”.

Nesse cenário de valorização da magreza, grassa a fobia à gordura corporal e às pessoas gordas. Em linhas gerais, a gordofobia pode ser definida como uma forma de discriminação contra as pessoas gordas que se dá em diversos contextos socioculturais e consiste na estigmatização, desvalorização e hostilização desses sujeitos. Além disso, a produção de uma sociedade gordofóbica é um projeto extremamente lucrativo para a indústria da dieta e das cirurgias plásticas, sendo o Brasil um país conhecido mundialmente pela beleza das suas mulheres, aquelas portadoras de curvas “na medida”, curvas essas associadas à feminilidade e sensualidade.

A beleza é comumente associada à performance de feminilidade desde sociedades antigas e historicamente construiu-se o discurso, largamente aceito, de que cultivar um belo corpo faça parte dos modos canônicos de “ser mulher”. O caminho histórico nas sociedades ocidentais modernas foi a de situar a gordura em oposição ao belo, ao bom e ao feminino. A guerra contra a gordura tornou-se uma espécie de obsessão coletiva. Como assinala Carmo (2018, p. 208), hoje “a gordura mobiliza e condensa um lugar de contestação à inteligibilidade de gênero, encarnando uma identidade para longe do “feminino” e em direção à assunção das bordas”. O que escapa aos moldes hegemônicos, isto é, os corpos flácidos, gordos, fracos, devem ser punidos, seja por meio de exercícios físicos, seja por meio da exclusão social. Segundo Fischler (2005), a cultura contemporânea é marcada pelo fenômeno da lipofobia, isto é, uma obsessão pela magreza e “uma rejeição quase maníaca à obesidade” (FISCHLER, 2005, p. 69). Gordo ou obeso são adjetivos comumente empregados de modo pejorativo, e muitas vezes, diminutivos como “cheinho”, “fortinho”, “fofinho” são usados como eufemismos. Não raro se ouvem as seguintes frases: “fulana é bonita de rosto”, “se sicrana emagrecesse alguns quilos, ficaria mais bonita”.

Também é comum que se confunda pressão estética e gordofobia, como se fossem sinônimos. Entretanto, os ativistas do corpo gordo enfatizam que todos estamos submetidos à pressão estética, por vivermos em uma sociedade com padrões de beleza estritos, aos quais a maioria de nós busca se encaixar para ser aceito e valorizado. Contudo, a gordofobia atinge somente aqueles com corpo considerado gordo. Tendo em vista os padrões de magreza e juventude evidenciados na contemporaneidade, o corpo gordo torna-se, então, critério determinante da definição de feiura, além de remeterem ao fracasso, à doença, ao desleixo e à

falta de controle.

Tarefas como pesar-se diariamente, controlar a ingestão de calorias ou medir o índice de gordura no corpo são cada vez mais comuns. O campo do conhecimento científico é demandado a produzir métodos que levem ao emagrecimento e embelezamento corporal, sendo profissionais como nutricionistas, médicos e profissionais de educação física convocados a partir do seu lugar de saber para prescrever os “modos de fazer” da receita do corpo perfeito. Essa receita, segundo boa parte dos profissionais existe, mas exige disciplina e persistência. Para muitos, existem ganhos decorrentes daí, como o reconhecimento e a admiração, mas para outros, principalmente os que fogem à norma hegemônica, é um preço alto demais.

Embora já tenha sido considerado sinal de riqueza entre os aristocratas e símbolo de beleza entre as mulheres, atualmente a gordura traz consigo o estigma da feiura e vai na contramão do que se deseja e do que se valoriza (NOVAES, 2006). Daí depreendemos que o culto ao corpo ou a aparência não se volta a todas as formas corporais possíveis, isto é, o corpo que se cultua é apenas o corpo esbelto. Assim, “nem todos os corpos são igualmente idolatrados. Nem todas as figuras humanas suscitam idêntica reverência, e nem todas são veneradas com a mesma afeição. O culto ao corpo da sociedade contemporânea é, na verdade, um culto a um certo tipo de corpo”, assinala Sibilia (2010, p. 198).

O corpo gordo é também associado ao humor, ao gosto pela boa mesa e à alegria. Já o corpo magro é associado à beleza, sedução, sensualidade, que são características usualmente negadas ao gordo. Criou-se, inclusive, uma categoria nosológica que patologiza o corpo gordo: a obesidade. O termo é imediatamente associado a problemas de saúde por ter se consolidado como patologia e como fator de risco para o desenvolvimento de morbidades. A corpulência também é relacionada ao desleixo e à falta de cuidados consigo mesmo, tornando-se uma condição que causa horror e repulsa aos demais. Entretanto, é importante considerar que o corpo gordo é, desde a antiguidade, alvo de discursos polifônicos que tanto exaltam sua beleza e imponência quanto rechaçam sua existência, atribuindo-lhe caráter de morbidade e fracasso pessoal.

De acordo com Rangel (2018), o conceito de gordofobia ainda é embrionário nos estudos sociais brasileiros e é necessariamente uma temática complexa e transdisciplinar. Segundo a autora, trata-se do preconceito, aversão e discriminação derivados de um tipo de opressão contra pessoas gordas em nossa sociedade. Entretanto, neste contexto aversivo, surgem ações individuais e coletivas que buscam contestar a gordofobia e os padrões estéticos

vigentes, e dar visibilidade aos problemas vivenciados por pessoas gordas e à sua reivindicação por direitos e voz nos espaços sociais. Desse modo, ocorre a formação de redes de ativistas por meio, principalmente, das redes sociais online. (RANGEL, 2018).

Bastante popularizado nos últimos anos, o termo gordofobia é comumente questionado. Agnes Arruda (2019) problematiza a etimologia do termo gordofobia e a utilização do sufixo ‘fobia’, visto que fobia é uma categoria médica associada aos transtornos de ansiedade. Além disso, critica a utilização do termo obeso, visto que a classificação dos sujeitos como obesos se baseia prioritariamente no cálculo do IMC (Índice de Massa Corporal) e está totalmente relacionada à patologização do corpo gordo, que é combatida pelo ativismo gordo. Para realizar esse questionamento, a autora se utiliza também da própria definição de preconceito:

Ainda no dicionário, o verbete preconceito ganha, além de suas amplamente conhecidas definições como “conceito ou opinião formados antes de ter os conhecimentos necessários sobre um determinado assunto” (MICHAELLIS, 2017), outra definição, essa sociológica, para “atitude emocionalmente condicionada, baseada em crença, opinião ou generalização, determinando simpatia ou antipatia para com indivíduos ou grupos” (idem). Nesse sentido, conceitua-se gordofobia não como uma fobia em si, mas como um comportamento social, fundamentado no preconceito contra alguém que subjetivamente foi denominado como gordo. (ARRUDA, 2019, p. 30).

Os estudos sobre o fenômeno do preconceito apontam para aspectos subjetivos e sociais. Em Psicologia Social, os estudos de Allport (1954) são importantes para uma definição do preconceito. Para o autor, preconceito trata-se de uma atitude negativa em relação a um indivíduo baseada na crença de que ele possui características negativas atribuídas a um grupo. Segundo a perspectiva das relações intergrupais a divisão dos indivíduos em grupos leva a avaliações e a comparações entre “nós” e “eles” (TAJFEL, 1982), generalizando características para todos os indivíduos desses grupos. Por outro lado, Bandura (2008), em sua teoria sobre o tema, assinala a importância do meio para o aprendizado e modelação de comportamentos, enfatizando que comportamentos hostilizantes e discriminatórios podem ser aprendidos com base na cultura.

Estas breves considerações são importantes para que se possa refletir sobre o papel das mídias no fortalecimento e na contestação dos estereótipos do corpo gordo. A etimologia da palavra gordo também nos dá pistas da formação das representações sobre o corpo adiposo:

Consideremos simplesmente a etimologia de certos termos mais correntes para descrever o corpo adiposo: ela indica fortes conotações negativas. Do latim *crassus*,

que significa espesso, grosseiro, deu origem a *grasso* em italiano, *graisse* em francês, mas também *crasse*, e *crass* em inglês. Essa proximidade e não parece indicar uma inclinação antiga em favor da gordura. Quanto a *obèse*, ele provém do particípio passado (*obesus*) de *obedere*, que significa consumir, devorar, mas tem também o sentido de solapar, erodir. (FISCHLER, 2005, p. 79).

Visitar as origens etimológicas é importante, tendo em vista que neste trabalho considero o discurso enquanto prática social e produtor de realidades. Assim, a imagem do indivíduo gordo é construída através dos usos da linguagem. Além disso, outros elementos próprios da nossa cultura, como a mídia de massa, contribuem para a disseminação de narrativas sobre o corpo gordo, logo, para a produção e a manutenção da gordofobia (ARRUDA, 2019). A esse respeito a autora argumenta que:

(...) a questão da gordofobia não está de fato no corpo da pessoa considerada gorda, mas sim nas pessoas que se incomodam com a imagem desse corpo a partir de um bios midiático, que incentiva esse preconceito e discriminação. Afinal, a insatisfação corporal é uma realidade não somente para quem sofre de sobrepeso e obesidade, mas também para aqueles que, apesar de não integrarem esse quadro, temem por sua imagem corporal. (ARRUDA, 2019, p. 32).

A pesquisa foi realizada sob a perspectiva da Psicologia Social Crítica, discursivamente orientada. O aumento do número de estudos críticos sobre a construção social do corpo gordo também reflete a ascensão de movimentos sociais, em vários níveis de organização, na luta contra a gordofobia. Assim, vemos hoje grupos dedicados ao “ativismo gordo”, assim como pesquisas que enfocam a representatividade do corpo gordo na sociedade e utilizam o espaço acadêmico para problematizar a sua estigmatização e também reivindicar o lugar de fala desses sujeitos na busca por visibilidade e garantia de direitos. Diante do exposto sobre a problemática da gordofobia na sociedade atual, a proposta deste trabalho foi identificar as estratégias discursivas utilizadas em vídeos do YouTube para construir narrativas sobre a gordofobia. Interessam aqui as formas de resistência e as contra-narrativas emergentes sobre o corpo gordo, considerando o cenário de mudanças nas formas de comunicação a partir das chamadas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs). As TICs provocam ressonâncias nos modos de sociabilidade e colocam-se como uma lente de análise importante para a compreensão dos modos de subjetivação contemporâneos:

A internet tem estado no centro da militância anti-gordofobia como espaço que interliga projetos na rede dentro da pauta gorda, e o ciberespaço acaba por mediar a aceitação do próprio corpo e a despatologização daquele que não se encaixa como “normal” em nossa sociedade(...)” (JIMENEZ-JIMENEZ, 2020, p. 12).

Tendo em vista a importância das redes sociais digitais na luta contra a gordofobia, a questão norteadora dessa investigação foi: quais são as estratégias discursivas utilizadas em vídeos publicados na plataforma YouTube sobre a gordofobia? Considerando o que foi aqui exposto quanto ao preconceito e discriminação direcionados às pessoas gordas, propõe-se neste trabalho investigar as estratégias discursivas adotadas em vídeos selecionados publicados na plataforma digital YouTube na produção de narrativas sobre a gordofobia. Consideram-se objetivos específicos: a) compreender o contexto sócio-histórico de emergência dos discursos relacionados ao ativismo gordo no Brasil; b) identificar as pautas reivindicadas pelos ativistas anti-gordofobia; e c) analisar os discursos utilizados por produtores de conteúdo no YouTube na contestação da gordofobia.

Optou-se por realizar um estudo na rede social YouTube, por ser hoje uma das mais utilizadas pelos brasileiros (WE ARE SOCIAL, 2019), e que possibilita ter acesso não só ao conteúdo verbal, mas às imagens, que podem gerar outros tipos de material interpretativo, como gestos, expressões faciais e entonação, por exemplo. Entende-se, portanto, como necessário promover investigações no ambiente digital, corroborando com Kozinets (2014) quando assinala que os cientistas sociais não podem mais compreender alguns fenômenos importantes da vida social sem incluir a internet e as comunicações mediadas por computador em suas pesquisas.

## **1.1 Quadros teóricos e percurso metodológico**

Nesta investigação considerou-se primordial o papel da linguagem e dos discursos na construção da realidade e na negociação das posições dos sujeitos na sociedade. Deste modo, nos alinhamos a uma Psicologia Social Crítica discursivamente orientada e nos valem da Análise de Discurso (AD) para a abordagem teórico-metodológica do nosso corpus, composto por vídeos selecionados da plataforma YouTube.

A análise de discurso tem como propósito o debate teórico e metodológico do discurso: a linguagem como prática social (MAGALHÃES, 2005). A análise de discurso é um campo heterogêneo de numerosas abordagens teórico-metodológicas, inicialmente vinculadas aos estudos de Linguística, mas que se desenvolveram num vasto campo de conhecimento interdisciplinar, com as contribuições de diversas disciplinas acadêmicas, a exemplo, a antropologia, a sociologia, a comunicação, a filosofia, cada uma dessas gerando métodos próprios de análise (IÑIGUEZ, 2004).

Nesta pesquisa, a AD pressupõe uma concepção de linguagem em ação, ou seja, o foco da análise volta-se ao modo como a linguagem é negociada nos contextos práticos. É de nosso interesse identificar como o uso de certos repertórios linguísticos e as suas posições subjetivas associadas são postos em debate, vindo a legitimar ou contestar versões sobre a pessoa e o corpo gordo. Do ponto de vista de uma AD crítica, também buscamos elucidar como os discursos operam no controle, dominação, marginalização e exclusão sociais de certos indivíduos e coletividades. Entendemos, com Iñiguez e Antaki (1994), segundo Iñiguez (2004, p. 125),

um discurso é um conjunto de práticas linguísticas que mantém e promovem certas relações sociais. A análise consiste em estudar como essas práticas atuam no presente, mantendo e promovendo essas relações: é trazer à luz o poder da linguagem como uma prática constituinte e reguladora.

Alguns temas principais da AD são a preocupação com o discurso em si mesmo, a noção de linguagem como construtiva e construída, o discurso como forma de ação e a organização retórica do discurso. Para os analistas do discurso, todo discurso é prática social (GILL, 2008). Como afirmam Gomes, Reis e Espíndola (2014, p. 294) “cada novo enunciado é uma ação individual sobre tais estruturas, que podem tanto objetivar a manutenção do status quo como a transformação social”. Nessa perspectiva, os autores argumentam sobre a importância da análise do discurso ponderando que:

A análise deve contribuir para a ruptura de relações de dominação e a busca pela emancipação social, visto que o discurso enquanto prática política estabelece relações de poder e entidades coletivas, sejam elas classes, blocos, comunidades, entre outras, ao passo que o discurso como prática ideológica constitui, naturaliza, mantém, ou mesmo transforma os significados do mundo daqueles inseridos nessas relações de poder (GOMES; REIS; ESPÍNDOLA, 2014, p. 295).

A análise de discurso, sob essa perspectiva, tem um papel de transformação à medida que colabora para o rompimento de relações de dominação e busca por emancipação social. Para Resende e Ramalho (2006, p. 22), “a desconstrução ideológica de textos que integram práticas sociais pode intervir de algum modo na sociedade, a fim de desvelar relações de dominação”. Gill (2008) sublinha que fazer análise de discurso recai em questionar nossos próprios pressupostos e a forma que cotidianamente atribuímos sentidos às coisas, constituindo uma ruptura epistemológica radical.

O *corpus* dessa pesquisa é constituído por uma seleção de vídeos publicados na plataforma digital YouTube que se opõem à gordofobia e que serão analisados na perspectiva da produção de sentido no cotidiano (SPINK; MEDRADO, 2013). Embora comumente utilizada para a linguagem escrita, essa perspectiva pode ser utilizada para

diferentes materiais de análise.

Foram analisados vídeos postados na plataforma digital YouTube buscados entre janeiro e abril de 2020 e que debatem o tema da gordofobia e o estigma do corpo gordo, contribuindo para a compreensão da luta contra o preconceito e exclusão de pessoas gordas.

Os critérios para seleção dos vídeos foram os seguintes:

- Aparecer nos resultados de pesquisa pelos termos ‘gordofobia’ e/ou ‘ativismo gordo’;
- Ser um vídeo falado em português brasileiro;
- Ter como tema central a gordofobia;
- Possuir mais de 1000 visualizações;

A partir da pesquisa, os vídeos foram assistidos para que fossem descartados ou mantidos na amostra selecionada. Entre os mais visualizados foram excluídos vídeos que estavam no idioma espanhol e vídeos que tinham o termo ‘gordofobia’ no título, mas não abordavam o assunto diretamente. Verificou-se que os vídeos repetiam-se na busca pelos dois termos e durante a escrita deste trabalho os vídeos mais visualizados são outros, especialmente pela efervescência do debate e a grande produção de conteúdo sobre o tema durante a pandemia de COVID-19, caracterizando a mutabilidade do espaço das mídias digitais.

Após a busca, selecionaram-se 10 vídeos para análise, a saber:

**Tabela 1 - Descrição geral dos vídeos selecionados**

N	Título	Canal	Duração	Gênero
1	Gordas cansadas de ouvir: dieta pra secar gordofobia e sociedade fora do padrão	DR Oficial	2min51s	Paródia/esquete
2	Gordofobia ao contrário: Magra demais ou gorda padrão ft. Karyna Rangel e Joyce Show	DR Oficial	4min6s	Paródia/esquete
3	Gordofobia - Preconceito contra obesos   Teste do Coronato	Elcio Coronato	11min26s	Câmera oculta
4	Thais Carla /Gordofobia - Saúde - Analisando Youtubers	Nice Mattes	11min34s	Crítica
5	Casal enfrenta mensagens de racismo e gordofobia nas redes sociais	Jornal O Globo	3min37s	Reportagem

6	Se gordofobia fosse uma pessoa: Falta de respeito e empatia ft. Emma Araújo	DR Oficial	3min04s	Paródia/esquete
7	Jovens Reagem a Gordofobia - parte 1	Janela da Rua	12min39s	React
8	Gordofobia médica	Alexandrismos	1min08s	Esquete
9	O que é gordofobia? Como deixar de ser gordofóbico? - ep 1 Alexandrismos	Alexandrismos	4min02s	Monólogo
10	O ativismo gordo chegou ao fim	Mídia Ninja	6min15s	Monólogo

Para a análise, os vídeos foram transcritos e descritos em relação a aspectos chave, tais como ambientação, quem aparece no vídeo, quais suas posições sociais, que tipo de linguagem é utilizada, qual o objetivo do vídeo, entre outros. Buscou-se observar as semelhanças entre os repertórios, formato e estratégias utilizadas entre os vídeos. Após a transcrição e a descrição minuciosa dos vídeos, alguns trechos foram recortados para discussão.

Embora os vídeos sejam de livre acesso e caráter público, o que dispensa a aprovação da pesquisa no Comitê de Ética em Pesquisa, alguns cuidados éticos foram tomados, baseando-se na lei 12.527/2011, “Lei de Acesso à Informação”, mediante o que versa o Artigo 31, segundo o qual as informações pessoais de acesso público sejam tratadas de forma “[...] transparente e com respeito à intimidade, vida privada, honra e imagem das pessoas, bem como às liberdades e garantias individuais” (BRASIL, 2011).

No capítulo que segue serão apresentados elementos históricos sobre o corpo gordo em diferentes períodos e a consequente estigmatização dos corpos maiores. O terceiro capítulo aborda a ação ativista nas redes sociais digitais na luta contra a gordofobia. O capítulo 4 apresenta os resultados da análise dos vídeos selecionados e discute as estratégias discursivas das quais se valem para contestar a gordofobia e defender o direito à pluralidade dos corpos. Em seguida, tecemos algumas considerações finais sobre os achados e a experiência de pesquisar este tema.

## 2 O CORPO GORDO NA HISTÓRIA E A CRIAÇÃO DE UM ESTIGMA

Pode-se dizer que a preocupação com os corpos gordos é tão antiga quanto a história ocidental. De acordo com Poulain (2013), os médicos gregos já se interessavam pela obesidade e a consideravam uma enfermidade. Galeno, segundo o autor, recomendava aos gordos lutas e exercícios físicos vigorosos para que o corpo voltasse a um estado de equilíbrio. Conforme afirma Vigarello (2012), Hipócrates via a gordura como um mal, e os romanos a entendiam como uma condição que causava lentidão e debilidade, para tanto, recomendava-se o uso de purgativos e atividade física.

Para Loureiro (2017) o imaginário cristão contribuiu para a estigmatização do corpo gordo em sua caracterização da gula como um dos sete pecados capitais e, de modo geral, como fracasso na contenção dos desejos e prazeres carnavais. No que tange à alimentação, o cristianismo e outras religiões ajudaram a instituir o jejum e a frugalidade como um caminho para a ascese e o fortalecimento da espiritualidade. Nos séculos centrais da Idade Média, surgia nos sermões clericais o apelo ao autocontrole, tornando a moderação alimentar uma estratégia de primeira necessidade em tempos de escassez de comida e penúria. Desse modo, “culpa, rejeição aos contornos corporais, vício e contenção dos excessos se destacam nessa oratória.” (CAMPOS et al., 2015, p. 92). A pessoa gorda então passa a ser reconhecida como vítima de uma paixão incontrolável. Também nos meados da Idade Média surgem as advertências médicas em relação ao perigo da gordura que se dirigia à figura do “muito gordo”, alvo de atenção constante. Os textos médicos sugeriam especialmente uma vigilância sobre os excessos. Entretanto, os discursos sobre o gordo no medievo não eram uníssonos:

Várias gorduras coexistem no universo medieval. Uma é doença por suas frouxidades líquidas - a hidropisia-, a outra por seus extremos inquietantes - a dos “muito gordos”. Já uma terceira gordura é saúde, pela força aparente que transmite. Esta é também mais importante: filha da ascendência, ligada ao prestígio dos acúmulos, tolerante com a comilança desbragada, com o “beber à vontade”, ela aumenta poder e segurança (VIGARELLO, 2012, p. 43).

A modernização traz novas dimensões discursivas e práticas sobre o corpo gordo. No horizonte do cenário moderno, o corpo passa a ser lócus de intervenção do saber biomédico. A centralidade que o corpo passa a ter como constituinte da identidade do sujeito, leva alguns autores a falar de um culto ao corpo. O corpo deixou então de ser visto como uma instância inferior, subordinada à alma, e passou a ser compreendido como físico e biológico, transformando-se em objeto de estudo e pesquisa (COMPARIN; SCHNEIDER, 2004). A gordura no século XVIII era vista como fragilidade, e por isso, passou a ser classificada no rol das doenças, levando que o termo “obesidade”, naquela época, fosse preferido a

“corpulência”. Assim, não seria tratada apenas como excesso quantitativo a ser evitado, mas como “desordem, degradação interna, com seus estágios e focos” (VIGARELLO, 2012, p. 164).

Após a Segunda Guerra Mundial, na esteira da crítica ao capitalismo em crise e aos valores da sociedade burguesa, fortalecem-se, especialmente nos Estados Unidos e Europa, os discursos que exortam por um novo modo de vida, contrário àquele fomentado pela sociedade industrial e seu modelo do bem-estar social, percebido como um malogro. Emerge o chamado movimento de contracultura anunciado pelos primeiros sinais do *beat generation*, por volta da década de 1940, através de expressões artísticas na música, no cinema, na poesia e na literatura (LIMA, 2013). Podem ser reunidos no conceito amplo de contracultura manifestações coletivas e individuais contra o *establishment*, a sociedade burguesa tecnocrata, suas instituições e valores, incluindo a racionalidade científica, herdadas da modernidade iluminista.

Os movimentos de contestação, protagonizados principalmente por jovens estudantes e militantes, reivindicavam uma “sociedade contrária à sociedade capitalista e à burguesia consumista e conformada” (SANT’ANNA, 2014, p. 132). Para a historiadora Denise Sant’Anna, o panorama de contracultura internacional imprimiu uma aura positiva à liberação do corpo; no Brasil essas manifestações contra os padrões morais vigentes se tornavam mais arriscadas devido ao cenário de repressão e censura implementado pela ditadura militar (1964 a 1985).

Embora não tenha sido encontrada relação direta com o movimento da contracultura, de acordo com a socióloga Charlotte Cooper (2008), é nesse período de efervescência contestatória que ocorre o primeiro evento histórico em favor da liberação dos corpos gordos. Em 1967, cerca de 500 pessoas se reuniram no Central Park em Nova York para protestar contra o preconceito praticado contra indivíduos gordos. Nesse episódio, os participantes levaram cartazes de protesto, ofereceram uns aos outros alimentos calóricos e queimaram livros de dieta e uma fotografia da modelo britânica Twiggy, cuja excessiva magreza inaugurava um novo e duradouro padrão de beleza feminina, patrocinado pela moderna e massificada indústria da moda.

O cenário cultural que impulsionava o nascente protesto em defesa dos corpos volumosos, de fato, era produzido pela consagração dos corpos minguados no mercado da moda, mas também pela complexa teia de discursos e práticas que alijava a gordura das esferas da saúde e da beleza propriamente ditas. A publicidade generalizava a associação

entre glamour, sexualidade e esbeltez em seus anúncios de cigarros, bebidas alcoólicas, automóveis, roupas e praticamente qualquer outro produto; o mercado médico-farmacêutico incitava ao consumo de remédios emagrecedores, dietas, exercícios físicos e à prática da checagem do peso e cuidado alimentar. O processo de medicalização ampliava sua esfera de influência e passava a operar largamente no controle e regulação dos corpos que fugiam à norma, incluindo aqueles considerados com sobrepeso e obesos.

No início do século XXI, surge o mercado *plus size*, tendo os movimentos sociais em prol da aceitação da diversidade corporal facilitado a valorização de uma beleza mais redonda do que longilínea. De certo modo, a imagem da gordura como formosura, charme, generosidade e alegria tem sido resgatada trazendo certo ar de positividade ao corpo gordo, embora esse corpo ainda precise atender certas exigências para ser considerado belo, como pele e cabelo bem cuidados e distribuição do peso equilibrada e agradável entre as várias partes do corpo. Alguns marcos importantes da expansão do mercado de moda *plus size* foram o surgimento do primeiro concurso “Miss Plus Size Mulheres Reais” em 2011 e, em 2012, a primeira edição do “Miss Brasil Plus Size”.

Nesse período recente, houve certa abertura ao corpo gordo no mercado da moda, embora ainda seja restrito e não atenda a todos os indivíduos gordos, mas isso não se refletiu em outros espaços sociais que ainda reproduzem discursos estigmatizantes em relação a esses indivíduos. Esse cenário pode ter sido favorável ao aparecimento de movimentos de luta por visibilidade das diversas formas corporais, como a iniciativa intitulada de ativismo gordo, tentando desnaturalizar a negatividade em torno da pessoa gorda e reivindicar a sua inserção igualitária nos espaços sociais, além de lutar contra a gordofobia. Atualmente, o indivíduo gordo, além de alvo de pilhérias e discursos moralizantes e discriminatórios, sofre com a dificuldade de acesso a bens e serviços. Por exemplo, por falta de assentos adequados ao seu tamanho em cinemas, teatros e restaurantes, ambientes escolares e profissionais e nos transportes públicos, tem dificuldade de andar de ônibus, viajar de avião, assistir aulas e consumir produtos culturais, o que restringe sua mobilidade urbana. As dificuldades se estendem para comprar roupas com preços acessíveis, principalmente as que “estão na moda”, tem menos chances de ingressar no mercado de trabalho e sofre discriminação até mesmo nos consultórios médicos e no ambiente familiar. Trata-se, portanto, de uma questão complexa e que pode trazer diversos prejuízos aos indivíduos que são vítimas desse tipo de atitude discriminatória.

Considerando a noção de estigma de Erving Goffman (2013), são muitas as situações

cotidianas que estigmatizam a pessoa gorda, inabilitando-a para a aceitação social plena. Para o autor, o estigma é um conceito que remete aos gregos, quando se referiam aos corpos marcados por serem diferentes desviantes ou considerados fora do normal. A partir dessa marcação, que no caso do corpo gordo é o próprio corpo, os sujeitos são classificados entre normais e anormais. Goffman aponta que o indivíduo que possui um estigma “poderia ter sido facilmente recebido na relação social cotidiana possui um traço que pode-se impor à atenção e afastar aqueles que ele encontra, destruindo a possibilidade de atenção para outros atributos seus” (2013, p. 14). Na mesma direção, Vigarello (2012, p. 336) considera que “a estigmatização apega-se à ‘falta de vontade’, ao ‘frágil autocontrole’. A falha do obeso é não conseguir mudar, sofrendo cada vez mais por deixar visível essa incapacidade”. Tal classificação implica, por conseguinte, em muitos prejuízos que serão mais bem debatidos nos capítulos posteriores.

### **3 A LUTA CONTRA A GORDOFOBIA E OS ATIVISMOS EM REDE**

#### **3.1 A cibercultura no cenário contemporâneo e as estratégias de mobilização social**

O surgimento e a expansão da internet, atualmente utilizada para diversos fins, provoca uma reordenação no modo de socialização dos sujeitos. A sociedade contemporânea apresenta uma nova forma da cultura, mediada por dispositivos eletrônicos digitais, chamada de cibercultura.

Lemos (2007) descreve a cibercultura como a cultura contemporânea, associada às tecnologias digitais (ciberespaço, simulação, tempo real, processos de virtualização, etc.), criando uma nova relação entre a técnica e a vida social. Para o autor, a cibercultura promove a liberação da emissão, ou seja, uma grande parcela das pessoas pode produzir conteúdos novos e críticas acerca dos conteúdos produzidos por outrem, diferente do que acontecia por meio dos sistemas massivos de comunicação, em que era reduzida essa possibilidade de interação entre emissores e receptores da mensagem. É importante salientar que tanto a produção quanto o acesso aos dispositivos midiáticos não são universais, especialmente em um país tão desigual quanto o nosso. Ademais, a Internet permite a conexão generalizada e em rede, além de possuir uma potência política e social, possibilitando o agrupamento de pessoas para fins comuns (LEMOS, 2007).

Para Torres (2008), na análise histórica das tecnologias informativas realizada por autores como Marshall McLuhan, Walter Benjamin, Peter Burke e Asa Briggs, “a introdução na sociedade de um novo modo e meio de comunicação acarreta transformações qualitativas nas relações sociais, nas hierarquias políticas, no acesso às informações, nas subjetividades e nas formas de pensar e perceber o mundo”. (TORRES, 2008, p. 231). Na cibercultura, com o surgimento da Internet e as novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), é possibilitada a disputa de narrativas entre grupos dominantes e minoritários, na luta por visibilidade e denúncias a formas de vida opressoras. Não podemos, no entanto, considerar totalmente democrática, isto é, comum a todos os sujeitos, a possibilidade de acessar e compartilhar do que se é discutido neste trabalho.

Vem-se abrindo a cada dia mais espaço na internet para que os discursos de contestação de padrões normativos desafiem as hegemonias e coloquem em cena a tarefa de pensar a diversidade das formas de existência e as resistências a modelos de vida dominantes e excludentes. A contestação no ambiente digital, entre as numerosas mobilizações políticas que aí se dão, envolve a defesa de modos de vida que se desviam da poderosa normatividade masculina, ocidental, heterossexual, branca, magra e capacitista. No caso do ativismo gordo, o ambiente digital tem servido para denunciar os processos de estigmatização de pessoas acima do peso considerado normal e para a celebração de tipos físicos e modelos de beleza humana plurais.

Partindo da ideia de que os diversos modos de ser são construções históricas e sociais, torna-se relevante pensar como o surgimento da Internet, bem como o desenvolvimento de novos dispositivos tecnológicos podem ampliar o espaço do debate público com a inclusão das vozes de grupos estigmatizados, já que facilita seu processo de luta por visibilidade e reconhecimento. Nesse sentido, o ativismo digital ou ciberativismo aparece como o processo em que utilização da Internet é apropriada por movimentos politicamente engajados, a fim de lutar por metas já tradicionais, bem como por interesses das lutas sociais contemporâneas (RIGITANO, 2003). Desse modo, as mídias digitais exercem um papel cada vez mais relevante na organização de movimentos sociais, possibilitando uma participação ativa e mais horizontal em prol de reivindicações micro e macropolíticas, com o intuito de transformar a realidade.

Como assinala Cammaerts (2015), o surgimento da Internet impulsionou um debate acadêmico polarizado sobre o impacto e as consequências normativas das TICs e mídias sociais, em particular. Embora haja céticos quanto ao potencial das TICs para alterar

fundamentalmente as relações de poder na sociedade, é importante reconhecer oportunidades para os grupos marginalizados se auto-representarem, se comunicarem independentemente e se organizarem local e transnacionalmente. Assim, pode-se dizer que as mídias sociais estão exercendo um papel cada vez mais constitutivo na organização de movimentos sociais, muitas vezes nos sites de redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube etc.).

Como dito antes, atualmente o YouTube é uma das redes sociais digitais mais utilizadas ao redor do mundo e tem um grande alcance, de acordo com informações da própria empresa. Foi criado em 2005 e por conta da sua grande popularidade, foi comprado pela Google em 2006. Segundo informação da própria plataforma, possui hoje cerca de 1 bilhão de usuários no mundo, representando quase um terço dos usuários da Internet, a maioria em dispositivos móveis. Além disso, 1 bilhão de horas são assistidas por dia (YOUTUBE, 2018). Um relatório chamado Digital in 2017, apresentado pela entidade We Are Social, em parceria com a Hootsuite, mostrou que 58% da população brasileira é usuária das redes sociais.

Inicialmente o YouTube foi criado para o compartilhamento de vídeos amadores, produzidos por seus usuários, mas não demorou a ser utilizado também para a veiculação de vídeos institucionais. Sendo hoje uma das mais utilizadas redes sociais digitais no mundo, pode-se considerar a importância dessa plataforma na produção de conteúdos consumidos por inúmeras pessoas e, em última instância, na produção de subjetividades. A partir disso, pretende-se problematizar a produção dos discursos vinculados ao corpo gordo, especialmente aqueles que contestam a discriminação desses corpos no YouTube, buscando uma maior compreensão sobre o que tem se constituído como ativismo gordo e as estratégias discursivas utilizadas para tal fim.

O YouTube ocupa lugar entre as plataformas mais acessadas no mundo, ficando atrás apenas da ferramenta de pesquisa da Google (CANALTECH, 2019). Cerca de um bilhão de horas são assistidas diariamente na plataforma. Segundo pesquisas recentes, os brasileiros têm grande estima pela plataforma de vídeo, sendo a rede social preferida por eles, seguida do Facebook e Whatsapp. (WE ARE SOCIAL, 2019). O sistema de monetização dos vídeos é complexo, mas tem relação com os números de visualizações, likes e da quantidade de pessoas que assistem aos anúncios veiculados antes e/ou durante a exibição dos vídeos.

As redes sociais se tornam a nova esfera pública dos movimentos sociais contemporâneos de modo que se tornam “uma forma de utilização eficiente das ferramentas da rede onde indivíduos e grupos têm suas ações políticas potencializadas pelos ambientes midiáticos e descentralizados da internet.” (GOMES; MUNHOS, 2013). Segundo Machado

(2007) os movimentos sociais articulados em rede potencializam a agregação de "identidades individuais" de modo que são ativados os elementos identitários de solidariedade.

Diante disso, estratégias de resistência exercem uma tensão sobre os discursos normativos sobre o corpo, especialmente o feminino, apresentando novas formas de existência como possíveis e positivas, sem o peso de estar em guerra com o próprio corpo. A formação de coletivos de mulheres que discutem a aceitação e o empoderamento do corpo, a utilização da música, a criação de *blogs*, a veiculação de imagens e vídeos através das redes sociais são exemplos de como isso tem se dado, a favor da visibilidade de outras narrativas.

### 3.2 Ações anti-gordofobia nas redes sociais digitais

O ativismo gordo é um movimento que busca a aceitação do corpo gordo para além do âmbito "subjetivo", considerando que os efeitos da estigmatização também atingem a nível social, logo, não basta que cada um aceite e ame o seu corpo como é, mas é preciso quebrar a estrutura que mantém a opressão direcionada a pessoas gordas. Portanto, esse ativismo faz uma crítica à militância baseada prioritariamente na aceitação individual do corpo e na "positividade corporal", porque numa dimensão macroestrutural isso não seria suficiente.

O termo 'libertacionismo gordo' também é utilizado, principalmente em outros países. Esse termo é preferido por alguns ativistas que se consideram 'gordos radicais' e remete ao movimento que se iniciou nos anos 1970 a favor da liberação dos corpos gordos. Particularmente no âmbito da discussão do patriarcado e opressão feminina, trata-se, portanto, da liberação do corpo, não somente no sentido sexual, mas, sobretudo, dos cânones que enclausuram mulheres há séculos. É assim que emerge uma crítica ao movimento *body positive*, que, apesar de enaltecer os corpos dissidentes, é denunciado por sua pouca ênfase em relação às transformações sociais sistêmicas. Segundo Geraldo (2019), "falta, ainda, sair da pauta estética e ir para a de políticas públicas".

De qualquer modo, o movimento *body positive* tem sido considerado importante para abrir o debate sobre os padrões corporais e o papel dos media na mobilização política (ARRUDA, 2019), embora seja necessário diferenciar o *body positive* do combate à gordofobia. O movimento pretende abranger não só pessoas que não se encaixam nos ideais de magreza, mas também outros segmentos que sofrem opressão por suas marcas corporais,

como pessoas com deficiência, com cicatrizes, com vitiligo e outras doenças estigmatizantes e até pessoas cujas características étnicas podem gerar preconceito e exclusão (por exemplo, negros), dentre outros grupos. Assim, seu principal objetivo é desenvolver uma atitude corporal positiva em relação a tais características, através da abordagem de temas como autoaceitação, autoestima, utilizando-se de ferramentas como a publicação de fotos e produção de vídeos nas mídias digitais. Internacionalmente, modelos como Tess Holliday (@tessholliday) e Ashley Graham (@ashleygraham) são representantes do movimento. No Brasil, a título de exemplo, a jornalista e youtuber Alexandra Gurgel (@alexandrismos), os youtubers Bernardo Boechat (@betafala) e Caio (@caiorevela), as modelos Ju Romano (@ju\_romano) e Isabella Trad (@todebells) se auto-intitulavam ativistas *body positive* em suas redes sociais e atualmente se alinham com o chamado Movimento Corpo Livre. Aqui no Brasil esse movimento surgiu recentemente, encabeçado por alguns influencers e ativistas como a própria Alexandra Gurgel, no âmbito das redes sociais. Busca incentivar ações que coloquem os diversos tipos de corpo em cena nas mídias digitais e questiona qualquer mimetização a padrões corporais. Outras iniciativas são a formação de coletivos como o Grupo de Estudos Interdisciplinares do Corpo Gordo, que reúne pesquisadores do Brasil que desenvolvem estudos em torno da temática do corpo gordo a partir de diversas perspectivas e áreas de conhecimento; outra iniciativa bastante recente é o projeto Pesquisa Gordas, que apresenta no YouTube projetos de pesquisadoras gordas e amplifica o debate social substanciado pelo diálogo com a academia. Esses são alguns exemplos recentes de que a luta contra a normatividade do corpo, especialmente contra a gordofobia, tem se espalhado tanto no cenário digital quanto acadêmico, hibridizando as formas de ação coletiva.

Contudo, o ativismo gordo defende que é necessário muito mais do que aceitar a si mesmo ou amar o próprio corpo. Propõem, portanto, uma mudança estrutural na sociedade, como afirma Jimenez-Jimenez, pesquisadora e ativista gorda brasileira:

Nada contra o empoderamento e a autoaceitação, isso salva vidas, entretanto veremos mais adiante que o ativismo gordo no Brasil está dividido, basicamente, em dois grupos: há quem defenda a autoestima como centro do movimento e há um grupo que entende que a autoestima não tem nada a ver com o ativismo gordo. Existe uma discussão atual sobre as diferenças entre o *body positive*, movimento este que conta com muitos seguidores, o ativismo gordo e o feminismo gordo. (JIMENEZ-JIMENEZ, 2020).

Outra estudiosa brasileira que aponta críticas ao movimento *body positive* é Agnes Arruda, assinalando novamente que a centralidade do debate não deve estar na questão estética, mas na exclusão social e na perda de direitos dos sujeitos gordos:

Como investigadora, no entanto, pondero que a problemática de vincular o *body positive* com o combate à gordofobia é que o movimento não está relacionado exclusivamente às questões do peso ou da forma corporal. As discussões sobre a aceitação corporal atravessam também uma série de outras características físicas consideradas fora do padrão, como cor da pele, volume e textura do cabelo, deficiências físicas, entre outras, não aprofundando a discussão sobre nenhuma das temáticas de forma específica. (ARRUDA, 2019, p. 35).

Desse modo, para algumas pesquisadoras e ativistas gordas o movimento *body positive* é insuficiente para abraçar as pautas reivindicadas pelos movimentos anti-gordofobia, além de centrar-se na positivação corporal do ponto de vista individual e não questionando a estrutura que erige a discriminação contra os indivíduos que excedem os padrões.

Neste trabalho, concordamos com Arruda (2019) que retoma o conceito de Muniz Sodré de *bios midiático*, para apontar que a construção histórico-cultural da gordofobia se dá pela cooptação dos valores da sociedade pela indústria cultural e pela comunicação de massa/massiva. Em outras palavras, “a gordofobia encontra-se enraizada socialmente a partir do comportamento criado, incentivado e reforçado pelos media” (2019, p. 37). Assim, podemos dizer que embora a aversão ao corpo gordo não tenha surgido paralelamente a criação dos meios de comunicação de massa, esta foi potencializada por estes meios.

Assim como em outros movimentos sociais como os feminismos liberais, transfeminismo, feminismo socialista, LGBTQIA+, busca-se a subverter a norma culta da linguagem rejeitando o universal masculino “através da utilização do “X” e do “@” no lugar das vogais desinenciais de gênero (-a, -o, e, até mesmo, -e). Tal fenômeno vem sendo chamado de Português com Inclusão de Gênero (PCIG).” (BOENAVIDES, 2019, p. 5). Estrategicamente criam-se também neologismos derivados do adjetivo gordo. O termo “gordoridade” é um bom exemplo disso, pois surge no movimento ativista gordo, advindo do termo “sororidade” usado pelos movimentos feministas em referência ao apoio e à ajuda mútua entre mulheres, remetendo à necessária união dos indivíduos gordos. No universo relativo ao corpo gordo, surgem outros vocábulos, como “gordência”, “gordosfera”, “gordativismo”.

Além disso, alguns termos são preferidos em detrimento de outros. Em linhas gerais, rejeita-se o uso do termo “obeso” e “obesidade” para nomear os indivíduos, por ser a despatologização uma das primeiras pautas da militância gorda, que persiste até os dias atuais. (GAMA; AZIZE, 2019). Assim, argumentamos que as mudanças e reinvenções nos usos da linguagem são formas de confrontar opressões já estruturadas, como afirma Boenavides (2019) em texto sobre a *Marcha das Vadias*:

As mudanças estruturais em nossa sociedade resultantes de nossa resistência, possivelmente, possibilitarão uma linguagem que não nos qualifique de forma pejorativa. Até lá, no entanto, que sigamos ressignificando a nomeação opressora, e lutando pela nossa valorização na sociedade. (BOENAVIDES, 2019, p. 7).

Um fenômeno recente interessante que demonstra como a gordofobia está enraizada em nossa sociedade é a circulação de *memes* com discursos gordofóbicos nas redes sociais durante a quarentena decretada na pandemia de coronavírus (COVID-19) no ano de 2020. A crítica dos ativistas se intensifica, pois em meio a uma pandemia que tem infectado e matado milhões de pessoas, causa espanto a preocupação com o ganho de peso confessada pelas pessoas confinadas em suas casas, muitas vezes maior que a própria manifestação da doença provocada pelo vírus. Essas pessoas partem do estereótipo de que pessoas gordas necessariamente tem uma alimentação bastante calórica, incluindo alimentos considerados engordativos, em grande quantidade e ganham muitos quilos em um curto período de tempo.

En las redes sociales se habla mucho de alimentación y no me refiero a quedarnos sin comida o que exista la posibilidad de que algunos no tengan para comer. No, se habla del miedo de que la cuarentena termine y nos encuentre gordos, gordas y gordes. Se habla en la televisión, en las redes sociales, en las mesas familiares en los grupos de whatsapp de lo horribles que vamos a terminar. Hay memes riéndose de los cuerpos que no encajan, de que ahí no hay belleza ni salud ni placer ¿Qué genera esto? me pregunto y lo pregunto. Recibir violencia genera angustia, desata desórdenes alimenticios, autoodio y distanciamiento de quienes se burlan de nuestros cuerpos. ¡Basta! Mi cuerpo y ningún cuerpo quiere tu opinión. (EL GRITO DEL SUR, 2020).

O medo de engordar passa a ser um dos sentimentos bastante comuns durante a pandemia de coronavírus, reafirmando a preocupação com o corpo na contemporaneidade. Uma ilustração desse fenômeno está a seguir:

Figura 1 - Memes sobre a quarentena (distanciamento social) durante a pandemia de COVID-19.



Fonte: Google imagens.

Para além do medo de engordar, registra-se o corpo gordo utilizado de forma humorística, como algo que se propõe a ser engraçado, mas que na verdade, reproduz a estigmatização social desse corpo ao ridicularizar o corpo de certos indivíduos. Também explodem matérias que insistem em veicular a obesidade como um fator de risco ao coronavírus, baseadas em observações clínicas cientificamente ainda pouco robustas e em levantamento estatístico ainda frágil, considerando as pesquisas ainda incipientes sobre este vírus cuja ação no organismo humano segue pouco conhecida. As matérias pautam-se especialmente no destaque dado à ligação entre a obesidade e o desenvolvimento de comorbidades como hipertensão, diabetes, doenças coronarianas e vasculares cerebrais.

A forma corporal avantajada do corpo gordo é colocada, na maior parte das vezes, em um patamar de indesejabilidade. O ativismo gordo é um tipo de movimento que usa, literalmente, o corpo como ferramenta de ação. As imagens do corpo gordo ocupando os espaços são uma das formas de luta desses ativistas.

#### **4 OS VÍDEOS ANTI-GORDOFOBIA NO YOUTUBE: IRONIA, HUMOR E REFLEXÃO COMO ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS**

Os vídeos selecionados para análise possuem características diversas em relação

ao formato, linguagem e público a que se destinam. Entretanto, alguns deles apresentam interseções quanto ao conteúdo e a forma que se constroem, conforme será aqui exposto e discutido.

#### **4.1 Gordas cansadas de ouvir: dieta pra secar gordofobia e sociedade fora do padrão**

Dentre aqueles selecionados, o vídeo mais visualizado que atende aos critérios de pesquisa intitula-se ‘Gordas cansadas de ouvir: dieta pra secar gordofobia e sociedade fora do padrão’. A narrativa do vídeo é construída a partir de diversas cenas que remetem a situações sociais como festas, ida às compras, entrevista de emprego e diálogos cotidianos entre casais. Nas cenas os atores utilizam principalmente a ironia e o humor para criticar algumas falas comumente dirigidas a mulheres gordas e que são consideradas gordofóbicas. O vídeo é montado no formato de esquete que utiliza o humor para subverter o discurso hegemônico, lançando mão da recriação de cenas triviais protagonizadas por mulheres gordas que buscam contestar falas usualmente dirigidas a elas.

O vídeo exhibe de forma escrachada o preconceito cotidiano contra gordos para gerar uma identificação com o interlocutor e convocá-lo a repensar a linguagem, os valores e práticas em que nos engajamos de forma naturalizada. É assim que coloca sob suspeita o uso de certos termos tais como “gordice”, os eufemismos relacionados a esse corpo (ex. “fofinha”), e a forma de pensar acerca da gordura e dos corpos fora dos padrões. Além disso, intenta romper com os sentidos negativos comumente atrelados ao uso da palavra ‘gordo(a)’, sendo usada como posição identitária, provocando os espectadores acerca da concepção do gordo como uma característica que pode ser positivada e motivo de orgulho, não de vergonha. Também aponta os discursos que utilizam como pano de fundo a saúde para justificar as críticas à corpulência e que fortalecem o estereótipo dos indivíduos gordos como doentes.

O vídeo foi produzido e hospedado no canal DR Oficial, que se propõe a fazer críticas bem-humoradas sobre assuntos polêmicos, geralmente protagonizados por mulheres alinhadas com posicionamentos feministas, como pode ser visto na descrição do canal:

Humor Feminino Superpower... ativar! Fazemos esquetes de humor feminino com propósito e identificação. Aqui as mulheres são protagonistas. Nossos vídeos tem sempre uma boa dose de humor com uma pitada de reflexão e recheada de empoderamento, com uma porção de crítica pra acompanhar. (CANAL DR OFICIAL, 2020).

Os vídeos do canal assemelham-se quanto ao formato, conteúdo e estratégias

discursivas utilizadas. Nessa produção audiovisual a ideia de contestação aos discursos estigmatizantes é apresentada através da expressão “dieta para emagrecer o preconceito” e é reivindicada a utilização do termo “gorda” como algo comum e não pejorativo, mas como uma característica que pode, inclusive, ser positivada. O objetivo principal do vídeo é pedagógico, isto é, busca instruir aos espectadores, por meio da crítica de base cômica, como mulheres gordas não devem ser tratadas em diversos contextos e, principalmente, o que deve ser evitado.

As cenas alternam diferentes situações (conversa entre duas jovens, interação entre vendedor e compradoras numa loja de roupas, situações de paquera) recriadas de forma bastante esdrúxula em que as protagonistas não se calam diante dos comentários gordofóbicos e questionam os discursos correntes sobre o corpo gordo. As falas caricatas levam o espectador à identificação com as situações exibidas de tão usuais e corriqueiras que se tornaram.

O primeiro excerto apresenta duas jovens, uma magra e outra gorda, maquiadas, vestidas com roupas coloridas em um ambiente alegre, segurando copos de bebida como que em um ambiente de festa e socialização. O diálogo entre as duas começa quando a moça magra diz à gorda: “Ai, amiga, você que é assim fortinha, fofinha, macia...”. Imediatamente retruca a mulher gorda: “Não, não, eu tenho uma coisa para te falar. Eu pensei que tava óbvio, mas eu sou gorda. Nenhuma musa fitness vai morrer não: GORDA! Fala comigo: Gor...da... É isso que eu sou!”.

Nesse trecho pode-se dizer que a atriz ao reivindicar o uso do termo “gorda” e não seus eufemismos declara empoderamento e afirmação identitária e recusa os artifícios da linguagem que buscam dirimir os efeitos negativos da palavra, mas que são considerados formas sutis de reproduzir o estigma associado ao peso e à forma corporal dos sujeitos. Portanto, nesse contexto, o termo usualmente ultrajante é ressignificado como forma de resistência. Processo semelhante ocorreu, segundo Boenavides (2019), em outros movimentos e protestos como a Marcha das Vadias, em que um termo insultuoso a certos modos de existência é utilizado de forma subversiva com o intuito de minar o poder e pode ter caráter libertador, ao invés de estigmatizante.

Posteriormente, a cena do vídeo mostra duas mulheres gordas em uma loja de roupas, sendo atendidas por um vendedor magro que sugere um “pretinho básico para dar uma enxugadinha”. Nesse contexto, o termo “enxugadinha” significa dar a impressão de ser mais magro/a, de reduzir os contornos arredondados pela gordura, de afinar a silhueta. As

personagens rejeitam o uso do termo afirmando que não estão “procurando pano de chão pra enxugar nada”. O chiste consiste em reverter o significado do termo enxugar para o seu sentido original de secar aquilo que está úmido. Tal deslocamento semântico permite ironizar a fala do vendedor e colocar sob suspeição as verdades naturalizadas sobre o corpo gordo e o que supostamente o dono ou a dona do corpo deseja, que segundo a fala do vendedor seria parecer mais magro. A fala do vendedor fortalece a ideia de que toda pessoa gorda deseja emagrecer, o que é contestado pelas atrizes. A cena enfatiza a atitude empoderada das clientes que rejeitam os pressupostos do atendente e retrucam “a não ser que seja a lágrima dele de ver uma mulher tão gostosa”, sem nenhum constrangimento de reconhecerem-se e afirmarem-se gordas.

A cena seguinte mostra um casal conversando, em que o rapaz faz um suposto elogio à moça dizendo como ela tem “o rosto tão lindo” e que “é só fechar a boca” para ficar perfeita. Nesse trecho, a primeira expressão remete ao julgamento estético negativo do corpo gordo, como se um rosto bonito não fosse digno de fazer parte de um corpo maior. Já a segunda expressão reforça a ideia de que o aumento de peso depende, exclusivamente, de uma alimentação desequilibrada, abordando de forma simplista o tema. Além disso, reforça o estereótipo de que todo gordo come muito ou tem uma alimentação pouco saudável, baseando tais assertivas unicamente no peso e desconsiderando a multifatorialidade envolvida no ganho de peso. A moça gorda rebate a crítica, revirando os olhos em tom irritado: “Você também. É só fechar a boca que você fica perfeito!”. Novamente, o humor da cena resulta do uso renovado da expressão “fechar a boca” que deixa de significar “comer com moderação” ou “fazer dieta” para significar “deixar de dizer besteira”. Tal mudança de campo semântico mais uma vez ajuda a suspeitar de certas convicções socialmente compartilhadas sobre pessoas gordas e de certas formas de interação sentidas como opressoras.

Na cena seguinte, as duas mulheres do início do vídeo continuam conversando. A personagem magra exclama: “Ai, mas é tão legal esse negócio de você ser confiante, sabe? Até eu fico insegura comigo mesmo, sabe?”. Nesse trecho, o corpo gordo feminino é desqualificado e sutilmente taxado como um corpo que merece ser inseguro, visto que até as mulheres magras possuem tal insegurança, a confiança de uma mulher gorda é vista como fora da norma e como algo que merece admiração, uma exceção frente à pressão estética sofrida por mulheres, especialmente mulheres cujo corpo não atende a expectativa social. A mulher gorda replica: “Ah... agora faz todo sentido. Quer dizer que seu cérebro é do tamanho da sua cintura, não é mesmo?”. Depois disso ri de maneira debochada e vira-se de costas para

a sua interlocutora com o intuito de ignorá-la. A resposta, nesse contexto, visa enfatizar que não só o corpo deveria ser motivo para sentir-se segura ou interessante, pois outras qualidades podem ser admiradas para além da forma corporal.

A cena seguinte é composta por um rapaz magro que comenta com outra mulher gorda em um cenário que remete a uma festa: “Que bom que você tá tentando emagrecer, né? Não é por nada não, eu só falo isso pelo seu bem, pelo bem da sua saúde.” Enquanto isso, a mulher gorda ouve com cara de desgosto e responde ironicamente: “Claro né, homem estranho que eu acabei de conhecer faz cinco minutos e já é o meu endócrino!”, deixando seu interlocutor visivelmente desconcertado ao perceber que seu comentário foi incômodo e infeliz. Ao final da cena, o rapaz aparenta envergonhar-se, enquanto ao fundo se ouve um efeito sonoro com a palavra *looser* (perdedor, em inglês) dirigida a ele. Ainda se pode perceber como o discurso médico-científico, implícito na fala do rapaz, é criticado por meio da ironia da personagem. Aqui se encena o processo chamado por Ferreira (2011) de estetização da saúde, entendida como “a valorização de parâmetros estéticos como definidores das condições de saúde” (p. 93). A crítica contida no chiste é direcionada à pressuposição do rapaz de que, por ser gorda, a moça deveria ter algum problema de saúde e deveria emagrecer como forma de cuidar de si, opinião pautada apenas em determinados critérios estéticos.

O termo “gordice” comumente utilizado para se referir a comidas consideradas hipercalóricas e engordativas é criticado na cena posterior, em que a personagem afirma que fará uma ‘gordice’ ao se deliciar com algumas guloseimas, comentário rebatido pela mulher gorda: “Eu não chamaria isso de gordice. Falar merda pra gordo pra mim é idiotice, escrotice, babaquice” e se retira, deixando a mulher magra desconfortável e convocando os interlocutores à reflexão sobre o uso do termo. Na linguagem coloquial, gordice seria algo “feito por gordos”, “típico” de gordos e pessoas que comem sem contenção, entretanto, o termo revela-se profundamente preconceituoso, visto que não só pessoas gordas comem ou tem gula por essas iguarias apetitosas. O uso da expressão serve principalmente para envergonhar o gordo ou a gorda por não resistir aos quitutes, quando supostamente deveria fazê-lo.

Em outros momentos do vídeo, as mulheres fora do padrão reivindicam o direito de sentirem-se bem no próprio corpo, como pode ser exemplificado nas falas: “Muita gente gosta de alguém que se ama, que é empoderada”, “Olha, eu sei que meu corpo é violão, mas eu não preciso ser afinada”. Tais posicionamentos, situados dentro de uma cultura que leva à insatisfação crônica das mulheres, podem ser entendidos como atos de resistência, visto que

gostar de si e do próprio corpo, não procurando encaixar-se em modelos pré-estabelecidos vai na contramão do que as instituições como a moda, a mídia e a medicina ambicionam.

Por fim, na cena final, a moça magra sugere, empolgada, diferentes dietas da moda, a partir da pressuposição de que a moça gorda precisa e gostaria de emagrecer: “Você já tentou fazer dieta? Eu conheço várias! Acupuntura no corpo inteiro, mastigação trinta e duas vezes mudando de lado, sabe? Desse lado pra cá... Dieta da bela adormecida! Essa é ótima! Limão, água e laxante!”. A mulher gorda ouve insatisfeita todo seu discurso e contesta ironicamente: “Nossa, agulha no corpo todo, dor de barriga... Eu acho sinceramente que eu prefiro ficar feliz do jeito que eu estou. Tá, dôtora?”. Tal atitude denota a rejeição de comportamentos esperados socialmente de que a mulher gorda precisa necessariamente emagrecer para ser feliz, aceita e valorizada.

O mote de todas as cenas é a reação ativa diante de falas gordofóbicas direcionadas às mulheres, por meio da ironia e do sarcasmo. O que é mostrado no vídeo, porém, não corresponde ao que usualmente ocorre no dia a dia, fora das telas; os indivíduos alvo de gordofobia e demais formas de discriminação nem sempre conseguem contestar ou recusar os comentários sofridos.

Embora seja uma produção roteirizada, em que certas situações são simuladas e os diálogos não se dão espontaneamente, o vídeo permite provocar reflexões acerca dessas práticas cotidianas que inspiram o espectador a questionar seu vocabulário e suas interações com indivíduos considerados gordos. Além disso, oferta um repertório de contestação a esses sujeitos que, por identificação, podem mudar de atitude frente a novos eventos que reforçam o estigma associado ao peso.

Figura 2 – *Printscreen* do vídeo 1



#### 4.2 Gordofobia ao contrário: Magra demais ou gorda padrão ft. Karyna Rangel e JoyceShow”

O segundo vídeo analisado na pesquisa foi produzido também pelo canal DR Oficial e é intitulado “Gordofobia ao contrário: Magra demais ou gorda padrão ft. Karyna Rangel e JoyceShow”. Seu objetivo principal é denunciar as dificuldades rotineiras de gordos numa sociedade que exalta a magreza, utilizando-se da reconstrução paródica de algumas cenas cotidianas.

O enredo do vídeo pauta-se na hipótese de uma cultura em que ser gordo seria o padrão de beleza e aposta na inversão do alvo das situações constrangedoras, convocando o espectador a refletir sobre o aspecto de construção social e usos da linguagem como produtora de realidades. No vídeo, os corpos que são atualmente considerados em conformidade com o

padrão de beleza e normalidade são atingidos pela carga de preconceito que os gordos costumeiramente enfrentam. Por meio do humor ferino, as cenas denunciam o que pessoas gordas vivenciam no âmbito do trabalho, nas relações amorosas e de amizade, com a pressão estética associada ao discurso da saúde e da responsabilidade pessoal.

A primeira cena mostra duas mulheres gordas conversando na rua e tecendo comentários de forma a ridicularizar uma mulher magra que passa usando uma roupa que mostra sua barriga. Na cena todo o discurso que comumente é atrelado a gordura é invertido pelas personagens e utilizado para zombar da moça magra:

“- Gente! Você viu aquela magra aqui, que louca? Como que pode magra daquele jeito passar com a barriga de fora?  
 -Sério, você quer sair com a barriga de fora, sai, mas primeiro dá uma engordada, pelo amor de Deus.  
 -É o mínimo, né?  
 - Que absurdo! Tô chocada. ”

A cena em questão mostra como o corpo se torna alvo de opinião pública, principalmente quando não se encontra dentro do perfil desejado e passa a ser criticado de diversas maneiras, em relação ao que é permitido ou não fazer, usar, mostrar... Na cena seguinte, situada em um quarto, duas mulheres magras conversam enquanto se arrumam para sair e uma delas comenta que não vai ser possível ir ao lugar escolhido pela amiga, porque só entra “gente gorda e bonita”. Questionada pela amiga, a moça confirma: “é, a Fê foi barrada semana passada” e obtém como resposta a indignação da amiga. A cena ironiza a prática de alguns estabelecimentos de lazer - como boates e casas noturnas – de selecionar o seu público com base em critérios estéticos e socioeconômicos, alijando, assim, pessoas gordas desses espaços. Essa questão de fato é reiterada por outro vídeo analisado. Percebe-se com essa cena que os corpos são classificados, hierarquizados e excluídos de forma perversa a partir de determinadas características que portam. Quanto mais próximo do padrão maior o status e o capital simbólico desse corpo.

Dando sequência, duas das atrizes das cenas anteriores, uma magra e outra gorda, conversam sobre sair para comer. A mulher magra afirma que vai comer o mesmo que sua amiga, por estar muito magra e precisar “dar uma engordada”. Diante do comentário, a amiga que se encontra dentro do padrão hipotético comemora: “Arrasou, amiga! Tava na hora, você tem o rosto tão lindo! Nossa, vamos! Mas ó, pensa o seguinte: o nosso metabolismo é diferente. Eu como super pouco e mesmo assim eu continuo gorda. Meu metabolismo é lento.” O humor novamente consiste na inversão de uma narrativa que, na vida real, é

endereçada às pessoas gordas, mas que agora se dirige às mulheres que, num suposto mundo de faz de conta, lutam contra os sofrimentos de ter um corpo magro. A mulher gorda, ironizando certas ideologias de responsabilização pessoal, por sua vez, incentiva a amiga de modo a imputar-lhe o desejável ganho de peso por meio do seu esforço pessoal: “Mas miga, é só você se esforçar que você consegue, sério”. Conselhos e sugestões desse tipo caracterizam-se por atribuir à pessoa gorda a “falha” na perda do controle de seu peso e tem o efeito de culpabilizá-las quando as dietas, exercícios e medicamentos fracassam em alcançar a meta.

Outra situação que subverte a realidade e é apresentada no vídeo com fins de denúncia contra a gordofobia é a busca de uma vaga no mercado da moda por uma moça jovem e magra. A atendente, aparentemente responsável por eventuais admissões, começa dizendo que ali “não é uma agência *mini-size*” e que para trabalhar nesse lugar seria preciso “ganhar uns bons quilinhos”, pois lá se trabalha com moda *mainstream*, com “gente gorda, bonita, sabe? Padrão.” No final, a entrevistadora se despede desejando boa sorte e entregando um biscoito recheado para a candidata, o que dá a entender que seria uma forma de “ajudá-la” a engordar. A inversão do que acontece na vida real com os gordos provoca a comicidade da cena e mostra-se uma ferramenta eficiente para a audiência suspender, ao menos temporariamente, certas “verdades” que circulam livremente e sem reflexão crítica.

As cenas subsequentes envolvem o uso de certas roupas que valorizam o corpo gordo, considerado belo no contexto hipotético representado no vídeo. Percebe-se uma semelhança na construção das cenas desse vídeo com a do vídeo anterior. Em uma das cenas, uma mulher magra procura roupas em uma loja e a vendedora, uma mulher gorda, opina sobre o corpo da cliente dizendo que ela “precisa dar uma engordadinha” e completa justificando que não seria por questão estética, pois ela “já é bonita”, mas sim “por questão de saúde mesmo”. Mesmo que a compradora magra conteste a fala da vendedora, afirmando que está tudo bem e que todos os seus exames estão bons, isso não é o suficiente para convencê-la de que pode ser saudável mesmo estando fora dos padrões corporais. A vendedora passa a enumerar diferentes possibilidades de adoecimento utilizando a linguagem dos riscos da Nova Saúde Pública (CASTIEL; ÁLVAREZ-DARDET, 2007): “você pode ficar um pouco anêmica, desnutrida, seu ciclo menstrual pode ser alterado e além disso, tem muitas doenças que são relacionadas a magreza excessiva”. A cliente então rebate: “Não, mas também tem muitas relacionadas ao sobrepeso”. Entretanto, mesmo com o argumento, a vendedora insiste: “Não, mas é que aí também é diferente, né?”. A cena do vídeo torna-se uma paródia do cotidiano vivido por pessoas gordas, que são obrigadas a ouvir esse tipo de discurso em suas

interações com pessoas cujos peso e volume seguem os padrões aceitáveis vigentes. A partir dessa cena podemos também falar no fenômeno da “estetização da saúde” cunhado por Ferreira (2011), em que critérios estéticos tornam-se referência para definir quem é ou não saudável.

Na cena seguinte, assim como no vídeo anterior ocorre com uma personagem gorda, a personagem magra reivindica o uso do termo “magra” como característica e não como um termo pejorativo que precisa ser substituído por um eufemismo, uma prática frequente de se evitar a expressão “gorda” para se referir a pessoas acima do peso:

“-Amiga, você tá meio sequinha, né?”  
 “-Sequinha? Como assim?”  
 “-É... meio fininha, esbeltinha, sequinha...”

O vídeo mostra como há certo constrangimento ou embaraço de usar adjetivos referentes ao corpo (‘gorda’, ‘magra’) que culmina na busca por eufemismos. Nesse momento a moça magra reivindica: “Não é xingamento, não é palavrão: MA-GRA!”.

A cena torna-se uma espécie de meta-paródia, ao fazer uma releitura cômica da paródia anterior de mesmo teor. Esta dirige novamente a atenção da audiência para a luta política por formas respeitadas de nomeação dos corpos. Evocando um sentido de resistência, a cena também convoca as pessoas de corpos destoantes da norma a assumir, com consciência e sem vergonha, as palavras que hegemonicamente são usadas para excluí-las socialmente.

Por fim, na última cena do vídeo, enquanto um casal conversa, o homem elogia admirado a imagem de uma mulher gorda estampada na capa de uma revista: “Nossa senhora... Como é que essa mulher da revista consegue ficar gorda desse jeito, hein? Que mulherão...”. Imediatamente, a mulher magra justifica: “Mas aí é mulher rica, né? Se eu tivesse um personal chef, nutricionista direitinho, eu ficaria assim também, linda, maravilhosa...”. Novamente invertendo situações rotineiras na vida real, a encenação ironiza experiências do dia a dia de pessoas gordas, deslocando o campo do desejável no que se refere à aparência do corpo. O corpo desejado no vídeo é o corpo gordo, associado à sensualidade, ao sucesso e, em acréscimo, ao privilégio socioeconômico. Nesse mundo de faz de conta, seriam as pessoas gordas as que teriam acesso a serviços especializados, capazes de mantê-las com suas desejáveis dobras e adiposidades. A cena mostra justamente o contrário do que ocorre no mundo fitness dominante, onde pessoas gordas e até mesmo ligeiramente fora das medidas corporais idealizadas fracassam em suas metas de emagrecimento e frequentemente se justificam com argumentos semelhantes aos adotados pela personagem magra da cena.

Figura 3 - *Printscreen* do vídeo 2

### 4.3 Gordofobia - Preconceito contra obeso - Teste do Coronato

O terceiro vídeo analisado, Gordofobia - Preconceito contra obeso - Teste do Coronato, faz parte de uma série de vídeos chamada Teste do Coronato. O episódio analisado foi exibido em um programa de TV em novembro de 2015 e postado no YouTube em abril de 2016. O vídeo ambienta-se em uma lanchonete e conta com a participação de dois atores que encenam uma situação de cunho gordofóbico com o intuito de observar a reação dos demais clientes. Promovido por um programa televisivo, trata-se de um “teste” do comportamento de pessoas comuns reagindo a uma provocação planejada pelos organizadores e que é registrado por câmeras ocultas. Por trás das câmeras, mediante ferramentas de áudio escondidas, o apresentador dá instruções aos atores sobre como devem se portar. Inicialmente, um ator gordo faz um pedido - um "X-tudo" - e o garçom, também ator, ofende o cliente, dizendo que ele está muito gordo para comer aquele sanduíche demasiadamente calórico.

Ao longo da interação entre os atores, cuja cena é repetida diversas vezes para que

várias pessoas possam passar pelo “teste”, a câmera vai focando a reação dos clientes, e por fim, o apresentador vai conversar com os presentes para saber o que acharam da situação e se interviriam, eventualmente, em circunstância similar à do teste. Por se tratar de um programa televisivo, é nítido que o vídeo seja formatado para ganhar audiência e tem um formato diferente dos vídeos anteriores veiculados na plataforma YouTube. Em certa medida, o vídeo se assemelha ao gênero *react* que se popularizou na plataforma, entretanto, a câmera oculta focaliza a reação dos indivíduos *in loco* diante de situações vividas presencialmente. Outra diferença é que geralmente quem participa desse tipo de programa é surpreendido, ou seja, não sabe que está sendo filmado, o que é diferente do *react*, em que a reação é assíncrona e filmada com o consentimento daqueles envolvidos, geralmente também produtores de conteúdo.

Na cena, o garçom magro propositadamente constrange o cliente gordo em público, valendo-se a todo momento de um discurso de preocupação com a saúde daquele que faz o pedido considerado “não-saudável”. Desse modo, pode-se observar no vídeo como o discurso pautado na saúde é utilizado como estratégia argumentativa para o controle e regulação dos corpos dissidentes e como a saúde, enquanto conceito complexo, é reduzida ao peso e à alimentação. Tal argumento vale-se da linguagem dos riscos disseminada no âmbito da Nova Saúde Pública (CASTIEL; ÁLVAREZ-DARDET, 2007), citada anteriormente, que sublinha o monitoramento dos “fatores de risco” e sua probabilidade de gerar doenças. Diante desse paradigma a vítima tende a ser culpada e responsabilizada totalmente pelo seu adoecimento. Qual seria a probabilidade de uma cena como essa realmente ocorrer se um cliente magro pedisse “X-tudo”, alimento considerado não saudável para qualquer um, de qualquer peso?

A fala do garçom nitidamente incomoda o cliente, mas ele a sustenta com base na sua suposta “preocupação com a saúde”, invadindo o direito de escolha do cliente: “Não é porque eu não quero que você coma um X-tudo, é porque você é gordo, não é por nada”. Continua afirmando que comer um alimento bastante calórico e não saudável seria um erro ou falha: “Escolhe aí direito, tem um monte de salada aí, é pro seu bem, cara. Gordo desse jeito você quer um X-tudo, é isso que você quer?”. Na cena, o garçom se impõe como uma figura de autoridade para interferir na escolha do cliente, que seria uma escolha alimentar ruim essencialmente por ele estar acima do peso.

São dirigidas ao cliente gordo diversas censuras base moralizante ou puramente agressivas e opressoras, como “Cria vergonha na cara, cê tá gordo, meu”. Nesse momento,

alguns clientes presentes olham a situação, percebem o que está acontecendo, mas não intervêm. Essas cenas ilustram uma problemática recorrente em relação ao corpo gordo que costumeiramente é alvo de prescrições e perseguições. Nesse caso, o garçom age como se estivesse totalmente preocupado com a saúde do cliente, mas de fato atua para intimidar, constranger e humilhar.

A postura do suposto funcionário é criticada por alguns presentes que conversaram posteriormente com o apresentador:

“Eu achei ruim... independente da... Eu achei má postura do garçom.”

“Eu teria levantado e procuraria alguém pra resolver.”

“Eu seria até capaz de intervir, porque expôs o rapaz a um total constrangimento.”

Não é possível afirmar que os clientes consideraram a situação uma forma de discriminação por se tratar de uma pessoa gorda ou simplesmente pela postura grosseira do garçom. Embora a maioria dos presentes não tenha interferido, um deles se identifica com o cliente gordo alvo da situação e afirma que é comum ser alvo de comentários sobre seu peso, corpo e seus hábitos, principalmente por amigos e familiares:

“Isso é uma coisa que acontece direto, né? Eu sou obeso, eu sou, eu sei. (...) Se a pessoa tem qualquer outro defeito, ninguém fala nada. Agora, o gordo, todo mundo acha que tem direito de se meter. Dando opinião, mandar o cara emagrecer, fazer uma dieta, fazer exercício, qualquer coisa. [...] Eu já fui vítima. Eu já fui vítima várias vezes desse tipo de situação. Acontece mais entre os amigos, a família. Piada, brincadeira...” (CLIENTE EMPÁTICO).

Alvo de piadas e zombarias, o corpo gordo vê-se muitas vezes à mercê do humor politicamente incorreto, que é usado para oprimir, diferente do humor subversivo da luta anti-gordofóbica discutida anteriormente. Aqui o humor não consiste numa estratégia de empoderamento e contestação aos discursos hegemônicos que aviltam os corpos fora dos padrões rotulando-os como feios e doentes. O humor contra pessoas gordas, amplamente disseminado na dominante cultura da magreza, está na mira dos ativismos que atuam pela liberdade dos corpos e pelo direito aos corpos gordos existirem e circularem livremente na sociedade.

O testemunho do entrevistado na citação acima – especialmente quando revela ter sido vítima de abuso semelhante - ilustra o que é assinalado por Goffman (2013) ao versar sobre o apoio recebido por indivíduos estigmatizados. Segundo o autor, aqueles que são estigmatizados podem receber apoio de dois grupos de indivíduos: o primeiro, composto por aqueles que compartilham seu estigma e que, por esse motivo, são definidos e se definem

como iguais. O segundo grupo do qual os estigmatizados poderiam receber apoio seriam chamados pelo autor de “informados” e se trata daqueles considerados normais, mas que tem alguma aproximação e simpatia pela vida do estigmatizado e que são aceitos e validados pelo grupo estigmatizado.

Em outro momento do vídeo é mostrado um frequentador da lanchonete que se incomoda e interfere na situação insistindo para que o cliente gordo tenha uma postura mais ativa ou de confronto, que chame a gerência ou vá comer em outro local. Contudo, embora empático, em sua fala, a gordura é considerada um problema, tendo sido a postura do garçom questionável por se tratar de alguém que não o conhecia e que falou de forma inapropriada: “Todos nós temos problema, né. (...) Tem que respeitar a diferença dos outros, porque assim... Eu acho que ele poderia falar de uma outra forma, sabe? Se ele quisesse realmente ajudar.” Esse argumento parece implicar que seria justificável o garçom opinar sobre o prato e o corpo do cliente, desde que agisse com bons modos.

Por fim, em relação àqueles que de algum modo demonstraram apoio, estão duas frequentadoras que se encontram em uma mesa próxima ao cliente gordo. Uma delas exclama: “ninguém tem nada a ver com a vida do outro.” Uma delas, mais velha, dirige-se à mesa do rapaz e conversa com ele com o intuito de apoiá-lo, criticando a atitude do garçom e encorajando-a a ter autoestima:

Independente da diferença que a gente tem com credo, corpo, peso, deficiência física ou qualquer coisa, eu sempre ensinei meu filho a ter autoestima, porque ele sempre vai encontrar pessoas como essa na frente dele. Então tenha autoestima, porque assim, você não é menos que ninguém.

Embora a mulher adote uma fala encorajadora, esta centra a solução da questão no oprimido e não no opressor. Discurso bastante disseminado atualmente, a cliente solidária assume uma perspectiva de resistência individualizada, defendendo que ter uma boa autoestima é a estratégia possível de enfrentamento do preconceito.

A outra frequentadora defende o direito de liberdade individual, afirmando que cada pessoa tem direito a escolher o que vai ou não comer, independente do peso e da forma corporal:

Como que uma pessoa fala pro outro que ele é gordo, que ele não tem direito de comer o que ele quer comer? Como assim? Se ele é gordo, se eu sou gorda, se ela é gorda, a gente está almoçando, a gente come o que a gente quer. Como que um garçom fala isso pra uma pessoa, falar assim ‘você é gordo’, ‘estou te ajudando’. O que é isso? Não. É um absurdo. Eu realmente fiquei indignada.

Segundo as falas apresentadas, as duas mulheres incomodaram-se também com o conteúdo do tratamento do garçom, não só com a forma. Nesse sentido, pode-se dizer que elas defenderam o direito à diferença do cliente e a liberdade de escolha de determinado estilo de vida.

Figura 4 - *Printscreen* do vídeo 3



#### 4.4 Thais Carla /Gordofobia - Saúde - Analisando Youtubers

O quarto vídeo, produzido pelo canal Nice Mattes, tem como objetivo, segundo a criadora de conteúdo, analisar um *youtuber* ou influenciador digital e faz parte de uma série publicada no canal. Além disso, Nice comenta para os espectadores que o seu canal visa não só apresentar e comentar o trabalho de outros produtores de conteúdo, mas também traz dicas de beleza, como cabelo, maquiagem e dicas para o dia-a-dia.

A produção do vídeo é bastante amadora, sendo gravado e editado em casa sem grande qualidade de imagem. No canto superior direito está o logotipo de um aplicativo de

edição de vídeos gratuito usado em smartphones que evidencia o amadorismo da *youtuber*.

Ela adianta no início do vídeo que a *digital influencer* sobre a qual vai comentar é bastante conhecida e anuncia que pretende fazer uma análise da *youtuber* e ativista gorda Thaís Carla, com base em algumas de suas publicações tanto no YouTube quanto no Instagram. A autora do vídeo afirma não ser gordofóbica, justificando essa assertiva com o fato de ser gorda. Além disso, enfatiza que não quer ganhar visibilidade a partir da imagem de Thaís, que ficou conhecida após integrar o balé da cantora Anitta.

Logo no início do vídeo Nice sublinha para a audiência o fato de a dançarina ser obesa<sup>1</sup> e afirma estar surpresa por ela não falar em nenhum momento que obesidade é uma doença, o que a produtora de conteúdo considera irresponsável, pois poderia incentivar as pessoas a considerarem o corpo gordo como algo normal. Embora se coloque como não gordofóbica, nota-se que Nice reproduz o comportamento gordofóbico de julgar a saúde a partir do peso. Suas falas são justificadas com o discurso da preocupação com a saúde e reiteradas a partir da sua própria experiência. Afirma que estar ‘acima do peso’ é fisicamente limitante, pois também dança e sente dores, logo, infere que o mesmo acontece com Thaís Carla. Durante todo o vídeo a *youtuber* tem um discurso bastante moralizante e tenta mobilizar os interlocutores a concordarem com seu posicionamento.

Além de dançarina, Thaís é modelo e influenciadora digital. Nice comenta que a acompanha há alguns anos, não só no YouTube, mas também no Instagram e que sua análise não é pessoal, mas sim daquilo que ela “mostra” através das câmeras. A proprietária do canal anuncia que vai realizar sua análise com base no conteúdo que a influenciadora veicula no Instagram, justificando que essa é a rede social em que ela posta os vídeos de dança e as fotos que, muitas vezes, geram espanto nos internautas.

Ela ressalta que Thaís acaba sendo muito criticada por ser obesa. Nesse momento, ela repete a palavra “obesa” e a câmera dá um zoom no seu rosto. Logo em seguida, marcando seu “lugar de fala”, afirma que tem propriedade em tratar do tema por estar acima do peso e se posicionar como gorda. Ao buscar legitimar seu lugar de fala como gorda, sugere que isso a isentaria de praticar gordofobia:

“eu acho que vou ter propriedade pra fazer esse vídeo, porque olha, tô 25 kg acima do peso, então ó querida, gorda! (...) Porque aqui não tem gordofobia não, porque gordofobia de gordo aí... aí é complicado. [Fala enumerando nos dedos] Sou negra, gorda, num dá. Então, preconceito aqui passa bem longe”.

---

<sup>1</sup> Aqui o termo é utilizado para manter a linguagem que foi veiculada no vídeo original.

No início da sua análise, Nice fala de uma entrevista que a dançarina deu para o canal de uma marca de cosméticos. Ela afirma que nessa entrevista achou “bem curioso o que ela falou” e ficou bem “encucada”. Em seguida há um corte e Nice fala com entonação de desapontamento que ficou “triste”, pois em nenhum momento Thaís falou sobre a “obesidade” ser uma doença, e que isso não foi abordado em nenhuma entrevista concedida pela influenciadora. Embora a *youtuber* demonstre sua frustração com a não abordagem do tema pela influenciadora, ela mostra que, apesar do seu corpo fora dos padrões, Thaís é dançarina, inclusive ganhou prêmios, e é uma pessoa ativa, “não é aquela pessoa gorda que fica morrendo em cima da cama. Não. Mas, em contrapartida, ela sempre diz que a questão de ela ser gorda não impede ela de fazer nada”. Nesse momento, Nice faz uma pausa, olha para cima, quase que revirando os olhos e depois volta-se para a câmera:

“Mentira, impede sim. Gente, impede! A gordura, eu falo, localizada nossa, eu falo porque eu tenho, nos impede fazer coisa pra caramba, tá? Muita coisa. *[Fala enfaticamente e começa a gesticular com as mãos]* Então eu acho que **romantizar a obesidade**<sup>2</sup> é meio esquisito, ainda mais quando um gordo ouvir, como eu. Então quando eu ouço essas coisas eu penso “Cara, como assim não impede de fazer nada? Impede sim! *[acenando com a cabeça em direção a câmera]*. E outra, não só impede a gente de fazer várias coisas, como a saúde fica como? *[Faz um sinal de negativo com a mão e faz uma expressão de reprovação]* Sabe, é complicado. Então assim, eu já fui em vários médicos que sempre diziam ‘atenção a gordura abdominal, ela é indício de você estar com gordura na sua artéria, é um passo pra você infartar, é um passo pra você ficar muito mal. Isso são os cardiologistas que dizem, não sou eu *[nesse momento a palavra cardiologistas aparece em letras garrafais na parte inferior do vídeo]*, porque eu não entendo de nada.”

Nice foca sua análise sobre a influenciadora no que diz respeito ao seu corpo e à sua saúde e defende que o fato de Thaís não falar sobre a obesidade enquanto doença e demonstrar uma relação positiva com o corpo, mesmo que esteja bastante distante do que é considerado o peso ideal, seria uma forma de romantização da patologia. Além disso, Nice sobrepõe o seu posicionamento à própria narrativa de Thaís com base apenas no que ela acessou em seus vídeos. O saber médico também é colocado como o único verdadeiro e que deve ser levado em conta para regular, avaliar e tratar dos corpos e suas condições.

Embora tente embasar sua argumentação pautando-se no bem-estar e na saúde, Nice apresenta algumas contradições durante o vídeo:

Ok, outro ponto: ela não aceita e ela não admite que ninguém diga que a obesidade é uma doença *[a frase “Obesidade é uma doença! aparece no vídeo nesse momento]*. Ela não aceita isso, ela acha que como ela se aceita, igual eu também me aceito, *[apontando pra si]*, eu sei que eu preciso emagrecer por questões de saúde, *[faz uma*

---

<sup>2</sup> Grifo da autora.

*ressalva olhando para a câmera e apontando o dedo indicador como para chamar atenção*], estética também, porque eu não sou hipócrita, ok? Estéticas também, porque é muito bom se sentir bem, é muito bom você pegar uma roupa e colocar e não ter problema com a roupa, é maravilhoso. Eu vou mandar o que eu falo que é o que eu vivo. Mas aí ela me diz “ah, eu me sinto bem com obesidade, [faz uma observação] no caso dela obesidade que já é grau 3 de mórbida, eu me sinto bem [sendo] gorda mórbida.”

Nesse trecho a *youtuber* critica a postura da influenciadora em relação à obesidade e, mais uma vez, põe em suspeição o seu bem-estar em um corpo gordo. Ademais, tenta sustentar que aceita o próprio corpo e que deveria emagrecer por questões de saúde, mas em seguida acrescenta que também tem preocupações estéticas. A fala de Nice corrobora que a preocupação atual com a estética está intrinsecamente relacionada ao discurso da saúde por ambos rejeitarem a gordura. Em seguida, continua olhando diretamente para as câmeras:

“Ok, vamos respeitar a decisão de Thaís Carla, ela se sente bem. Gente, isso aí ninguém pode tirar dela, ninguém vai tirar a dança, ninguém vai tirar o amor, ninguém vai tirar a vida linda que ela leva com o marido, com a filha, isso ninguém vai tirar, ninguém! Podem criticar à vontade, [nesse momento, a câmera dá um zoom] mas a gente tem que entender que a obesidade é uma doença SIM! [a palavra *sim* aparece em destaque ocupando toda a tela]. Se a pessoa está obesa, logo ela está doente.”

Desse modo, a *youtuber* foca seus comentários mais sobre o discurso da Thaís, extraído de uma entrevista, e utiliza seu poder de influência para reforçar a ideia de que a obesidade é uma doença, pautando-se unicamente no peso. Outro ponto importante levantado no vídeo são os ataques sofridos por Thaís em sua conta do Instagram por conta do seu corpo e expressa empatia pelo que é vivido pela dançarina passa, afirmando que não sabe se continuaria se lesse comentários tão agressivos em sua rede social. Nesse momento, a fala de Nice reitera a discriminação sofrida pelo corpo gordo e os possíveis impactos subjetivos desse tipo de ofensa.

No entanto, Nice faz questão de defender seu ponto de vista, reafirmando que é problemático Thaís considerar que está tudo bem consigo e enfatiza que isso se trata de uma mentira, fazendo um apelo aos espectadores para também colocarem em suspeição o discurso da influenciadora e dançarina:

“Só que a gente tem que entender, Thaís do céu, que isso faz mal, sabe? Porque se a gente passar pra uma pessoa que se a gente continuar como ela tá, tá tudo bem [sinalizando positivamente com as mãos, nesse momento a câmera dá um zoom], é mentira, porque não tá tudo bem.”

Ao mesmo tempo em que dispara duras críticas ao discurso de Thaís Carla, Nice tenta tornar sua análise mais amena dizendo que é fã do seu trabalho, que gosta da sua família

e tenta demonstrar certa aproximação com a figura da dançarina, mostrando o próprio exemplo pessoal, de que também dança, mas mesmo assim sente os impactos fisicamente por estar “acima do peso”: “Meu joelho dói, tô com uma dor na coluna, excesso de peso, o médico disse.” Nice ainda levanta a hipótese de que Thaís sente muitos efeitos negativos, mas que não assumiria por conta do marketing, das parcerias com empresas, contratos e que pra Thaís seria muito complicado “admitir que sente tudo isso”, justamente porque sua figura está atrelada ao empoderamento e a aceitação corporal. Em vários momentos do vídeo, Nice exalta o discurso dos médicos que visitou como verdade absoluta, não buscando questionar de que forma esse saber se constrói e quais os interesses envolvidos em patologizar o corpo gordo.

Ao longo da história do corpo gordo, percebe-se uma preocupação com essa condição como algo a ser observado e evitado como medida de cuidado em saúde. Entretanto, é a partir do final dos anos 1990 e início dos anos 2000 que a Organização Mundial da Saúde (OMS) fala em uma “epidemia da obesidade”, com base no aumento do número de indivíduos considerados acima do peso. Atualmente a obesidade é considerada uma condição física correlacionada com o desenvolvimento de doenças como hipertensão e diabetes, portanto, um fator de risco para outras patologias. Essa retórica do risco ajuda a reforçar o entendimento de certo nível de sobrepeso como variável mórbida - aliás, bastante debatida, por exemplo, na pandemia de COVID-19. Tal retórica médica é fortalecida pelo discurso midiático, acentuando a mensagem de que engordar necessariamente é adoecedor, logo é algo que deve ser combatido.

Posteriormente, Nice fala de outro momento em que Thaís revela que não consegue passar na catraca do ônibus e por isso sobe pela porta da frente e a entrevistadora diz “Maravilhosa!”. Nice rebate:

“Isso não é maravilhoso. Claro que ninguém vai se suicidar por isso, ninguém vai querer se matar por causa disso! Mas a pessoa vai pensar ‘poxa, se eu tô tendo dificuldade de me locomover, tô com dificuldade de passar numa roleta, então o que que eu vou fazer?! Eu vou me dar uma cuidadinha na comida, eu vou me alimentar melhor, que é o que eu tô pretendendo fazer, espero. Vou me cuidar e vou ficar bem. Eu não quero ficar magra. Gente, pausa aqui [*chama a atenção dos espectadores*]. Eu também nunca quis ficar magra.”

A youtuber faz questão de repetir diversas vezes que Thaís sofre com limitações por conta do seu peso e conta que deseja emagrecer para se sentir melhor, mesmo sendo uma pessoa ativa. Reafirma a necessidade de influenciadores falarem sobre a importância de cuidar da saúde e rejeita o negacionismo romantizado da “obesidade”. Essa retórica que denuncia a romantização da “doença” fragiliza os discursos de aceitação e empoderamento do corpo

gordo, especialmente o feminino, e entroniza o saber e o controle médico nesta seara.

É possível perceber uma postura defensiva no seu discurso em que expõe seus marcadores sociais como justificativa para evitar possíveis acusações de preconceito contra Thaís. Por exemplo, cita a discriminação que sofre por ser negra, pobre, gorda e morar numa favela no trecho a seguir:

“Tudo que eu não gosto na minha vida, é de preconceito. (...)Uma pessoa que sofre vários tipos de preconceito tá aqui pra dizer pra vocês que a gente tá aqui por questões de saúde. Eu espero sinceramente que um dia ela reveja esse pensamento.” Perder peso pra ter qualidade de vida e a gente preza pela saúde sempre. A gente preza pelo amor, pelo respeito. *[E se direciona aos espectadores]* Você que vai lá no Instagram da Thaís Carla só pra ofender, só pra xingar, só pra chamar ela de todas as coisas horrorosas. No fundo, no fundo, ela sabe que precisa emagrecer, ela sabe que precisa”.

No início do vídeo, Nice aponta uma proposta do vídeo de analisar Thaís enquanto *youtuber*, entretanto, mesmo afirmando que acompanha há bastante tempo seu trabalho em duas das principais redes sociais, o que acontece no vídeo analisado é uma redução a comentários sobre o corpo e a saúde de Thaís Carla, desvirtuando o objetivo inicial. Pode-se afirmar que o vídeo ilustra bem o fenômeno que ocorre longe das telas em que o corpo do indivíduo estigmatizado se sobressai às suas demais características perante o julgamento social. Em alguns momentos, mesmo elogiando superficialmente seu trabalho e sua família, Nice volta repetidas vezes à problemática da saúde do corpo gordo e deslegitima o discurso de Thaís acerca de si mesma.

Figura 5 – *Printscreen* do vídeo 4

#### 4.5 Casal enfrenta mensagens de racismo e gordofobia nas redes sociais

O próximo vídeo analisado é uma reportagem produzida pelo Jornal O Globo sobre o casal formado por Thaís Carla<sup>3</sup> e Israel Reis. A produção mostra os protagonistas da reportagem em um passeio da família, acompanhados da filha de aproximadamente 2 anos na época, e abordam o preconceito sofrido por Thaís por conta do seu peso. Ela relata situações em que as pessoas a julgam como uma pessoa doente e afirmam que não vai conseguir acompanhar o crescimento de sua filha. A reportagem enfatiza ainda como o casal se conheceu e o romance entre os dois, mostrando que pessoas gordas podem viver relacionamentos amorosos, diferente da visão estigmatizada que esses corpos não merecem ser amados e admirados.

O vídeo utiliza bastante da linguagem não verbal para comunicar. As primeiras imagens do vídeo mostram a família ao ar livre com um fundo musical instrumental. No vídeo Israel queixa-se das censuras gordofóbicas direcionadas à esposa: “eles associam muito a

<sup>3</sup> Influenciadora citada no vídeo anterior.

pessoa ser gorda a pessoa ser doente”. Logo em seguida, Thaís completa citando exemplos de recriminações e advertências que já escutou: “Se você é tão gorda, se não liga pra você, pelo menos se importe com a sua filha, você não vai ver ela crescer. Tipo, me condenam à morte. Vinte e quatro horas me condenam à morte, mas Deus está aí, e eu sou a prova viva de que você pode ser quem você quiser, basta você ter a consciência de quem você é”.

O título “Amor e Preconceito” aparece enquanto são exibidas as cenas do casal em momentos de afeto. Thaís relata como se conheceram, quando começaram a namorar, morar juntos e tiveram uma filha. A dançarina confessa sua preocupação de que a filha também venha a sofrer *bullying* por causa do seu corpo e/ou aparência. Revela uma situação humilhante que experimentou ao passar vestida de top e legging em frente a uma escola: “Eu tava de top e legging. As crianças olhando pra mim, apontando e rindo. Cara, eu sou uma adulta bem resolvida, não tô me importando com isso, imagine uma criança que tá se formando ainda mentalmente passando por tudo isso”. Nesse momento, enquanto Thaís relata a situação com tom de indignação e preocupação, imagens da sua filha brincando são exibidas. O vídeo tem, portanto, um forte apelo emocional, operando para mobilizar as emoções dos espectadores por meio das imagens veiculadas e da trilha sonora.

No vídeo, Thaís relata como sua experiência da maternidade é questionada por conta do seu corpo:

“Quando as pessoas me acusam, olham pra mim e falam que eu sou a pior mãe do mundo, falam que pelo fato de eu ser gorda eu não vou ver o crescimento da minha filha, e aí eu fico me perguntando ‘Por quê? Por que eu não vou ver se eu tento fazer de tudo?’ Tudo que eu posso. Eu sou uma mãe ativa, eu danço com ela, eu corro com ela no quintal”.

Segundo Thaís, muitas pessoas a sentenciam a morbidade e a morte por conta do seu peso. Ela utiliza esses exemplos para contra argumentar a ideia de que toda pessoa gorda é sedentária e doente e que pode ser ativa e saudável e exercer bem o papel materno, contrariando as críticas que recebe.

A narrativa construída ao longo da reportagem busca fortalecer o discurso anti-gordofobia a partir do exemplo de Thaís, além de mostrar que há possibilidade de vivenciar um relacionamento amoroso mesmo que a mulher gorda sofra discriminação no mercado matrimonial. Thaís ainda ressalta a necessidade de se relacionar com pessoas que respeitem sua condição e que não queiram mudá-la, aconselhando os espectadores: “namore alguém que te ame e te queira do jeito que você quiser ser.” Embora o título da reportagem mencione também o racismo como uma forma de opressão vivenciada pelo casal, o vídeo em questão

tem como foco a gordofobia sofrida por Thaís, a resiliência conjugal e a parentalidade nesse contexto, não abordando o tema do racismo.

**Figura 6** - *Printscreen* do vídeo 5



#### **4.6 Se gordofobia fosse uma pessoa: Falta de respeito e empatia ft. Emma Araújo**

O sexto vídeo analisado intitula-se “Se gordofobia fosse uma pessoa: falta de respeito e empatia ft Emma Araujo”. Faz parte do conjunto de produções do canal DR Oficial que utiliza o humor e o gênero esquete para a crítica da gordofobia. No vídeo, há uma personagem extravagante e caricata encenada por uma mulher magra que aparece de forma repentina em cada cena, como se fosse um alter ego figurando a gordofobia. Em todas as cenas a personagem aparece entre a moça gorda e seus interlocutores - ora uma amiga, ora um rapaz que flerta com ela ou a mãe da personagem - induzindo-os a agirem de maneira preconceituosa e disparando comentários depreciativos sobre o corpo gordo. A figura, invisível à protagonista, reproduz críticas aviltantes à gordura e aos corpos gordos, como uma voz externa que convence as pessoas a agir inicialmente sob sua influência. Desse modo,

personificam-se as vozes dominantes na cultura lipoaversiva e o modo como operam para controlar e regular o corpo da pessoa gorda. O artefato midiático mostra que o discurso da gordofobia é sustentado pelo campo médico-científico, além disso, reforça o estereótipo da mulher gorda solteira, carente e lésbica, estendendo o estigma baseado no peso para o campo da sexualidade e dos relacionamentos.

Assim como os demais vídeos no formato esquete apresentados anteriormente, a produção é dividida em cenas que se passam em diversos cenários. Na primeira cena, situada em um quarto, duas amigas, uma magra e outra gorda, se vestem para sair; então, a amiga gorda pede opinião sobre sua roupa, um “crop-top”, uma blusa mais curta que deixa a barriga à mostra. A expressão da outra amiga é de aparente concordância, até que surge a terceira personagem – aquela que personifica a gordofobia, que a incita a reprovar a indumentária escolhida, para evitar que a amiga passe “um mico”:

Amiga 1: Miga, o que você achou desse top aqui!?

Gordofobia: Ai, meu Deus do céu!!! Ela botou um crop-top!!! Vai deixar sua amiga gorda pagar esse mico!?

Amiga 2: E se você colocasse aquele vestido preto lindíssimo que você tem!?

Amiga 1: Ah, mas eu queria uma cor mais alegre hoje, sabe!? Um rosinha, assim, mais claro.

Amiga 2: Preto emagrece... Né!? Então vai te valorizar muito

Gordofobia: Valorizar MUITO também não. Não, não força a barra.

Na cena a amiga magra, não resistindo em recorrer aos repertórios discursivos hegemônicos de regulação do corpo gordo, sugere que sua amiga use uma roupa que “emagrece”, supostamente o tipo de vestimenta socialmente autorizado para mulheres gordas. Isso lhe evitaria constrangimentos que certamente ocorreriam se vestisse um “crop-top”. O deboche é ainda mais acentuado quando a figura preconceituosa corrige a afirmação da amiga de que a nova escolha iria valorizar muito sua silhueta. Para o olhar gordofóbico, a estratégia pode até disfarçar os volumes excedentes, mas não altera o fato de que a moça continua tendo um corpo considerado inapropriado. A cena deixa claro como pessoas gordas tem sido privadas do direito de vestir-se livremente e como a regulação do corpo gordo dissemina-se em práticas cotidianas e nos círculos mais íntimos.

A cena seguinte mostra uma situação de paquera num bar, onde um rapaz magro está prestes a cortejar uma moça gorda. Antes que o faça, o rapaz é visitado pela personagem Gordofobia, que questiona seu interesse em uma mulher de silhueta fora dos padrões: “Hummm... tá achando a gordinha ali bonita, né?”. Suas palavras buscam convencê-lo de que isso seria má ideia, sugerindo que a moça seria preguiçosa e sedentária: “Ué, um ser humano

para chegar naquele tamanho, meu bem, deve ficar em casa sem fazer nada”. Nesse momento, o rapaz chega a questionar a Gordofobia se isso não seria uma generalização, mas ela reafirma que a inclinação do rapaz não passaria de “carência” e que ela estaria mais adequada junto a um companheiro gordo no futuro. O vídeo reacende uma discussão recorrente entre as ativistas nesse campo que é a solidão da mulher gorda. A mulher fora dos padrões corporais aceitos é considerada menos competitiva no mercado amoroso e por isso tende a estar solteira mais do que as mulheres magras.

O vídeo aborda ainda a cultura da dieta na terceira cena, em que a Gordofobia comenta como a filha da outra personagem está gorda, o que logo depois leva a mãe a lhe sugerir uma dieta *low carb*. A filha ainda responde afirmando que está saudável e não precisaria de dieta. A Gordofobia continua a provocação, com sarcasmo: “saudável e solteira, né?”. Respondendo a essa voz insistente, a mãe é induzida a replicar com uma advertência implícita acerca das dificuldades de arranjar namorado quando se está gorda: “Os homens têm as preferências deles”. O comentário materno é recrutado dos repertórios discursivos que dominam a regulação do corpo feminino e controlam sua sexualidade. Advém de uma estrutura societária machista e patriarcal, em que a mulher precisa modelar o seu corpo e cuidar da sua aparência com o intuito de conquistar e manter um relacionamento heteroafetivo. A filha responde de forma subversiva, afirmando que não precisa mudar sua vida por causa de homem e ironicamente a Gordofobia comenta: “Ah!!! Mais uma tiazona solteira e GORDA no mundo. Tá vendo aí, a gente tenta ajudar o ser humano. Mas não! Ele quer ser sozinho e esquecido!”.

O vídeo prossegue dando continuidade a uma das cenas anteriores, em que a Gordofobia dialoga com o rapaz do bar, levantando os principais lugares-comuns que circulam na cultura lipoaversiva sobre mulheres gordas e relacionamentos afetivos, tal como: “mulher que nem ela tá carente, tá na seca.” A voz adverte em seguida do risco que ele corre de “perder moral com seus amigos” caso fique com uma ‘gordinha’ e pergunta em tom irônico: “Ah, você vai querer fazer a caridade da vez, otário?!”. Persuadido pelas palavras, ao abordar a garota, o rapaz segue o conselho dado pela Gordofobia: dizer que ela é linda, entretanto, apenas “linda de rosto”.

A cena seguinte retoma o diálogo entre mãe e filha em que a sexualidade da garota é questionada por conta do seu peso. A Gordofobia prossegue: “sua filha não gosta mais de homem porque ficou gordinha ou ficou gordinha porque não gosta mais de homem?”. Encorajada pela voz do preconceito, a mãe indaga à filha “Não me diga que você virou

lésbica” ao que ela retruca que não é “sozinha nem lésbica, mas que se fosse não seria um problema”. A figura da Gordofobia dispara outros comentários aviltantes referindo-se à condição gorda e lésbica como “o combo da desgraça” e arrematando ironicamente: “Se ela for feminista já pode pedir música no Fantástico”. Nesse trecho, a cena ilustra o poder da heteronormatividade e do machismo em fornecer repertórios de interpretação e controle das condutas e estilos de vida, em especial das mulheres e mais ainda, das mulheres cujos corpos, identidades e modos de vida se desviam da norma. A cena ainda revela de forma crítica o aspecto ameaçador dos feminismos para a visão de mundo conservadora, uma vez que atuam fornecendo valores, discursos e práticas que contestam aberta e profundamente as estruturas patriarcais dominantes.

No final do vídeo, as cenas ressurgem para seus desfechos que, finalmente, revelam a resistência das personagens à voz da Gordofobia e aos seus argumentos de exclusão e preconceito. Os desfechos pedagogicamente exibem a amiga, o rapaz e a mãe recorrendo a outros repertórios mais inclusivos para as interações com suas interlocutoras gordas.

Na primeira cena, a moça gorda pergunta: “*amiga, você tá muito estranha. Por que você tá falando essas coisas preconceituosas pra mim?*”. A amiga magra fica visivelmente desconcertada, como se não soubesse como falar, e em seguida a Gordofobia retruca “*ai, gordo adora se fazer de vítima, né? Daqui a pouco vai inventar esse negócio de body positive*”. A situação torna-se desconfortável também para a mulher magra que, irritada, grita para a Gordofobia parar de falar: “Chega!”. Esse gesto leva ao seu desaparecimento instantâneo. Em seguida, pede desculpas à amiga e a abraça carinhosamente dizendo: “Você tá linda! Você é maravilhosa do jeito que você é”.

Nas demais cenas, reviravoltas semelhantes ocorrem, quando o rapaz e a mãe se livram da voz do preconceito e podem, enfim, entrar em sintonia com a liberdade e a demanda da pessoa gorda, adotando discursos e práticas respeitosas e afetivas. Esse momento do vídeo incentiva a desnaturalizar as narrativas poderosas circulantes, questionar as instituições e subverter os discursos hegemônicos que colocam o corpo gordo em um lugar de subalternidade.

Figura 7 - *Printscreen* do vídeo 6

#### 4.7 Jovens reagem à gordofobia - Parte 1”

O vídeo “Jovens reagem à gordofobia - Parte 1”, postado no canal Janela da Rua, mostra como adolescentes de ambos os sexos, magros ou sem sobrepeso, e com idades variadas, reagem a uma série de vídeos que tratam sobre o tema. Posteriormente, os produtores do canal entrevistam os adolescentes com o intuito de saber o que eles pensam sobre o conteúdo do material exibido.

O vídeo pode ser classificado como pertencente ao gênero “*react*”, comum entre produtores de conteúdo no qual pessoas são filmadas assistindo outros vídeos. Inicia-se com a exibição de uma cena de um programa da televisão brasileira em que uma mulher gorda convidada – apelidada de “Mulher Fruta-Pão” - em vestido justo e curto, dança e é ovacionada pela plateia. Posteriormente os jovens assistem à reação preconceituosa da *youtuber* Luana a esse vídeo em que a dançarina é comparada a um elefante, acusada de fazer apologia à obesidade e de ser amparada por uma militância feminista: “a mulher tá lá, 300kg, parecendo um elefante de fio dental. Fio dental não, tem que ser uma cortina pra caber naquela bunda.”

Alguns adolescentes assistem e se animam com a performance da dançarina e riem ao ouvir os comentários da influenciadora digital, principalmente os rapazes. Estes também são os mais contidos em relação aos comentários enquanto assistem o vídeo. Uma adolescente reage em tom de ironia em relação ao que a *youtuber* afirma sobre um suposto “incentivo à obesidade”. Segundo a influenciadora, a questão teria começado como uma “campanha inocente que dizia “aceite-se como é” e agora tá incentivando a obesidade”. Outra jovem que assiste o vídeo enfatiza: “As pessoas, ninguém incentiva a obesidade, incentiva a se aceitarem, o que é bem diferente”. Nesses dois trechos as adolescentes, mesmo magras, reivindicam o direito de que não só as pessoas magras possam usar o que quiserem e se sentir bem com o próprio corpo, corroborando com a retórica da aceitação de todos os corpos, independente do formato, tamanho e peso.

A *youtuber* estende sua crítica não só para as pessoas com os corpos fora da norma, mas também ao movimento feminista e acusa essas mulheres de encorajarem a gordura e o adoecimento, generalizando que não há pessoa gorda saudável: “A feminista vai lá, posta foto de uma mulher com 200kg, com obesidade, uma pessoa doente, e se alguém comenta que você não deveria estar incentivando isso, não deveria estar incentivando uma doença, isso é gordofobia. Não é gordofobia não, é questão de saúde, não existe gorda que esteja saudável. Uma das adolescentes, entretanto, reage a essa afirmação defendendo que sim, é possível ser gorda e saudável: “Óbvio que existe.” Nesse momento podemos ver o embate entre diferentes discursos. Por um lado, a generalização que ocorre de que todo corpo gordo é doente e, por outro, a possibilidade de ver saúde em todos os tamanhos.

Na continuação do vídeo, Luana reitera e afirma que está falando de um grupo de pessoas que se encontra acima de um peso considerado exagerado e não daquelas que são apenas “gordinhas”, como exprime na seguinte fala: Eu estou falando de pessoas com mais de cem, quase 200kg.” Segundo essa lógica, alega-se que quanto maior o peso maior o risco de padecer dos males advindos da gordura, considerando o peso o único definidor da saúde e doença.

Em seguida, os jovens assistem a outras cenas que ilustram a gordofobia, tais como a discriminação de uma moça, Stella, que é barrada num clube noturno por seu peso e sua aparência. Na reportagem feita por uma emissora de TV brasileira, o segurança de uma casa noturna é entrevistado e revela que pessoas gordas, pobres, feias e negros malvestidos são barrados no local. Em seguida, mostra cenas de uma mulher gorda e fora dos padrões de beleza tentando entrar em uma casa e sendo impedida. Para além dos serviços que não são

acessíveis para as pessoas gordas, percebe-se pelo vídeo que o estigma do corpo gordo também limita seu acesso a espaços que poderiam recebê-lo por ser considerado um corpo não atraente e desvalorizado no jogo social, quando comparado a corpos magros e musculosos.

O vídeo que aparentemente provoca maior desconforto aos adolescentes é o Teste do Coronato, apresentado acima no item 4.3. Os jovens denotam surpresa e indignação com a situação retratada, principalmente sobre a abstenção dos presentes: “ninguém fala nada”. Outra adolescente contesta “deixa o cara comer!” e uma jovem de 15 anos censura o “garçom” do teste: “Ah, ele deve cuidar da própria saúde, né? Pra ficar mandando na saúde dos outros.” As falas expressam certa revolta sobre a atitude do “garçom” que arbitrariamente não só opinava sobre a escolha do cliente, mas inferiorizava e patologizava o seu corpo.

O último vídeo exibido para que os jovens reajam mostra um desfile de moda plus size e o *making of* com a entrevista de algumas mulheres gordas do ramo da moda. Na entrevista exibida, uma das entrevistadas afirma que “A opressão do gordo na mulher eu considero mais violento que no homem. É mais ‘aceitável’ o homem ser gordo. [...] tem que ser aceita para o homem né, para o olhar de um homem. Que além de tudo era machista né.”. A adolescente de 13 anos que assiste concorda: “Sim, com certeza. Mulher tem que ter o corpo perfeito. [...] Bonito é ser quem tu é, isso é bonito.” As entrevistadas reiteram a pressão estética sofrida especialmente por mulheres e que ocorre de forma mais intensa e cruel na indústria da moda. Além disso, uma das entrevistadas aborda o estigma do corpo gordo associado à medicalização desse corpo, cuja saúde é a todo tempo posta em suspeição. O estigma acaba sendo introjetado pelos próprios indivíduos ao sofrerem as consequências negativas de ser gordo na sociedade atual, e torna-se um fator de influência em diversos aspectos como a esfera do trabalho e dos relacionamentos amorosos:

"Quando a pessoa me pergunta sobre a minha saúde ou ela se preocupa com a minha saúde por conta da minha gordura, eu fico me perguntando se essa pessoa também pergunta pra uma magra." Na verdade, ninguém tá nem aí se o gordo vai morrer amanhã, entendeu? Essa é a verdade. As pessoas só falam porque visualmente aquilo incomoda elas. Eu tinha muito preconceito comigo, eu achava que eu nunca ia ser ninguém, porque eu era gorda. Achava que eu nunca ia ser bem sucedida na minha carreira, na minha vida amorosa, porque eu era gorda." (MARGARIDA SANTINHO)

A fala da entrevistada é um bom exemplo do impacto da estigmatização do peso nas trajetórias sociais, já alertado por Poulain (2013). O autor aponta que a desvalorização de um indivíduo considerado como “anormal”, “desviante”, etc. ocorre quando outros indivíduos

considerados “normais” atribuem um determinado status a sujeitos que possuem determinadas características para justificar uma série de discriminações sociais, desde as mais sutis até as mais severas. Assim, “o estatuto de “gordo” ou “gorda” prevalece sobre todas as outras qualidades do indivíduo.” (POULAIN, 2013, p. 116). O autor considera, portanto, que a partir das consequências sociais negativas da obesidade pode-se enquadrá-la como uma *deficiência* social ou como uma *desvantagem* social.

Outra entrevistada no vídeo sublinha também as críticas aos discursos que buscam positivar a relação com o corpo levantada a partir do processo de aceitação e argumenta que isso se trata, na verdade, de incentivar um maior bem-estar: “Tem gente que diz a gente faz apologia à obesidade ou que a gente acha bonito ser gordo. Eu não faço apologia à obesidade, eu faço apologia à felicidade.” Uma das principais críticas ao ativismo gordo é a defesa do direito de ter um corpo dissidente, sob a alegação de que esta seria um louvor a um problema de saúde que é a obesidade, entretanto, é desconsiderado que a saúde e o bem-estar também estão relacionados a outros fatores, inclusive a relação consigo mesmo. Nesse sentido, aceitar a si mesmo poderia ser um fator de promoção de saúde mental.

No final da exibição dos vídeos os jovens que assistiram às cenas são entrevistados e revelam o que sentiram, se posicionando sobre as atitudes que podem ser consideradas gordofóbicas e sobre o empoderamento das mulheres gordas que defendem o direito de serem como são e não serem marginalizadas ou discriminadas.

O vídeo enfoca as expressões faciais e os comentários dos jovens participantes ao assistirem as cenas, mas também traz em sua composição outras produções audiovisuais postadas no YouTube que abordam a gordofobia. Logo, existem diferentes perspectivas no mesmo material. Na fala dos adolescentes, especialmente das mulheres, o feminismo e os valores sobre autoaceitação e liberdade individual estão bastante presentes e mostram como a popularização desses discursos tem ocorrido com grande participação das redes sociais digitais.

Para além disso, podemos constatar que o processo reflexivo provocado pelos diferentes discursos dos vídeos assistidos teve um papel pedagógico, pois levou alguns deles a rever seu posicionamento diante das situações retratadas e a considerarem o tema importante:

**Jovem 1:** Comecei o vídeo rindo e terminei tipo (faz uma expressão séria). Então, eu achei bem interessante esse vídeo. Gostei do tema dele e acho que é algo pras pessoas refletirem bastante.

**Jovem 4:** É um vídeo bem interessante, porque é uma coisa que a gente precisa falar mais, porque não é legal tu tratar uma pessoa diferente por causa do peso dela. Aí eles tão tentando retratar mais isso no vídeo, mostrando como as pessoas

defenderiam nesse caso, mostrando como ajudariam. Tem que conversar sobre isso mais.

**Jovem 5:** É... Tem vários vídeos juntos, né? Então, teve vídeos que eu gostei, quando... porque gordofobia é uma coisa muito séria. E esses vídeos que disse que tava incentivando a mulher a ser gorda, eu fiquei meio “Que? Oi? Como assim?”. Porque a mulher eu acho que ela tem que se aceitar mesmo do jeito que ela é, gorda, magra. Até o homem também tem que se aceitar gordo, magro.

Alguns sentimentos recorrentes na fala dos jovens é a tristeza e a empatia pelo ator gordo que participava do teste, esboçando certa indignação diante das cenas assistidas:

**Canal:** Como esse vídeo fez você se sentir?

**Jovem 6:** Primeiramente, na parte do homem que foi tratado super mal, eu me senti muito mal, sabe? Tipo...Deu pena, porque eu não gostaria de jeito nenhum que isso acontecesse comigo se eu fosse gorda. Acho que cada um deve cuidar da sua vida mesmo. E ali na parte das mulheres, eu penso que mesmo elas sendo mais gordinhas elas são felizes, sabe? Elas têm amor próprio e elas se dão o valor e eu acho isso muito interessante, porque não importa como seja, tu tem que ter isso.

**Jovem 2:** Eu me sinto muito triste em saber que essa é a realidade. E saber todos os dias porque a gente acaba vendo acontecimentos desse tipo, e saber né, imaginar, porque eu não sei como é que é isso. Imaginar uma pessoa indo num restaurante e sendo tratada dessa forma, eu acho isso completamente desumano, né? (A jovem emociona-se).

**Jovem 5:** Eu achei um pouco de graça, mas depois eu vi que não tava certo. Eu não... O jeito que a menina falou ali que tava incentivando os gordos, as pessoas ficarem gordas. (Faz uma expressão facial de desaprovação).

**Jovem 3:** Eu realmente me senti muito mal, garotas dizendo que pessoas gordas não podem fazer aquilo, que pessoa obesa não pode rebolar daquele jeito e a mulher tá provando muito o contrário, que ela consegue rebolar melhor que qualquer pessoa, até o vídeo mostra isso.

Por outro lado, o vídeo também mobiliza o posicionamento acerca da aceitação dos diferentes corpos e emoções também positivas, como expressam os trechos a seguir:

**Jovem 4:** Olha, esse vídeo é uma das melhores coisas que eu já assisti, porque ele fala sobre isso que é preciso ser falado, por exemplo, não importa teu peso, nada. Isso aí é só aparência, as pessoas são bonitas de várias formas e elas merecem ser respeitadas todas iguais.

**Jovem 3:** [...] E na parte das meninas desfilando e falando sobre o peso dela e sobre elas mesmo e como elas se sentem bem com o corpo delas apesar de toda a pressão da sociedade, me fez me sentir muito bem, porque realmente agora as coisas estão mudando, as pessoas estão deixando de lado aquele corpo perfeito, cintura fina, peito pequeno, bunda pequena ou porte de modelo. Realmente as pessoas agora estão procurando ser elas mesmas, não se rotular por rótulos, por “ai, quero ser igual essa mulher dessa revista”. Realmente muita coisa mudou.

Acerca do papel pedagógico do vídeo, é possível ilustrar com base nas falas dos jovens e que é também uma forma de informar e mobilizar os espectadores.

**Canal:** Então, o que você acabou de ver?

**Jovem 3:** Um vídeo sobre a gordofobia e várias mulheres que são acima do peso falando que apesar das críticas da sociedade, elas são felizes como elas são.

**Canal:** Você sabe o que é gordofobia? Você acha que isso existe?

**Jovem 6:** Já tinha ouvido falar. Gordofobia é assim quando alguém não gosta de ficar perto de gente gorda.

**Jovem 4:** Com certeza existe isso, as pessoas... tu pode até falar as vezes que tu não

tem isso, mas vai uma pessoa que tu não gosta, com certeza vai falar do peso dela assim, provavelmente, nem que pense, mas vai pensar alguma coisa sobre o peso dela e essas coisas não é legal.

**Jovem 6:** Existe, existe porque eu já presenciei né, uma... não comigo, com outras pessoas e eu acho isso totalmente errado, que uma pessoa tem que ser do jeito que ela é, não importa o que os outros digam.

**Jovem 1:** Eu acho que existe, assim como existe homofobia, assim como existe, enfim... um monte de outras fobias, né? (risos). Eu acho que o pessoal pega muito no pé das pessoas que são gordas, não importa se tu é um pouquinho mais gordinho ou se tu é muito gordo... ou né, 200kg digamos. Na verdade o pessoal é bem preconceituoso com esse tipo de coisa.

**Jovem:** Quando a pessoa é gordofóbica ela é preconceituosa com o corpo, sabe? Se ela não aceita o gordo, ela não aceita qualquer coisa que não seja o modelo de corpo feminino que ela tem na cabeça. Então ela vai ser preconceituosa com tudo e eu acho isso muito errado.

**Jovem 2:** As próprias confecções de roupa, é um GG que tá mais pra um P. Então, existe sim, as pessoas sofrem diariamente com isso e o que fazer né? Por exemplo, eu vi aquele rapaz indo no restaurante, sabendo que agora uma pessoa não pode ir num restaurante. Agora, porque ela é gorda ela tem que se esconder dentro de casa e ninguém pode ver ela? Não faz sentido nenhum.

Os jovens tendem a concordar com o posicionamento das entrevistadas no vídeo que assistiram. Uma hipótese é a de que essa atitude se dá também pela desejabilidade social, visto que a produção do *react* tem, desde o início, o intuito de ser exibido publicamente em uma rede social de grande alcance como é o YouTube e os vídeos exibidos são, em sua maioria, críticos a atitudes discriminatórias pautadas no peso. De todo modo, os jovens entrevistados engajam-se publicamente numa atitude inclusiva, enfatizando que é importante gostar de quem se é e não se importar com o que outras pessoas pensam ou falam sobre seus corpos. Valem-se da retórica do amor próprio, além de ressaltarem a importância de debates sobre o tema para combater esse tipo de discriminação.

Figura 8 - *Printscreen* do vídeo 7

#### 4.8 O que é gordofobia? Como deixar de ser gordofóbico?

O vídeo “O que é gordofobia? Como deixar de ser gordofóbico?” foi publicado no canal Alexandrismos em 2017, e é construído com certa espontaneidade, como se fosse uma conversa com o interlocutor. A protagonista do vídeo é a proprietária do canal, Alexandra Gurgel, que começa o vídeo explicando o que é a gordofobia e os discursos que culpabilizam o corpo gordo. O vídeo ambienta-se em um cenário neutro, que se assemelha a um batente de casa onde ela está sentada. A produção se inicia com o questionamento: “Afim, o que é gordofobia? Como eu faço pra deixar de ser gordofóbico?”, seguido da vinheta do canal na época: um vídeo em que Alexandra aparece de forma sensual, sob uma luz de cor rosa em que tira peças de roupa até ficar sem as peças que cobrem os seios, cobertos pelo nome do canal. Após a vinheta, Alexandra cumprimenta os espectadores com sua tradicional frase “Bom dia, boa tarde, boa noite! Seja lá a hora que você estiver vendo isso. Tudo bom?”. Em seguida, utiliza a chamada para ação aos espectadores: “Já vai dando *like* no vídeo, inscreve no canal

se ainda não for inscrito e salva o *link* pra mandar no grupo dos amigos no *whatsapp*".

A *youtuber* alerta que esse será o primeiro vídeo de uma série sobre como deixar de ser gordofóbico e ressalta a importância de primeiro saber do que se trata esse problema - a gordofobia - para que seja possível combatê-lo. Segundo ela, "O significado da palavra gordofobia é intolerância, ódio, repulsa ao corpo gordo e ela vem muito associada a lipofobia, que é aversão a gordura, o medo de se tornar gordo." Ela ressalta que gordofobia é vista como "mimimi"<sup>4</sup> por muitas pessoas, isto é, não é entendida como uma luta legítima e que a grande solução para a gordofobia seria o emagrecimento, que dependeria do esforço pessoal, centrando o problema e sua solução na vítima e não no opressor: "afinal de contas, é só fechar a boca que você emagrece, não é mesmo? E não é só isso, não é só estética. Gordofobia é a estética do corpo gordo com todas as associações ao redor desse corpo gordo que é marginalizado." Alexandra elenca uma série de adjetivos atribuídos ao corpo gordo como desleixado, feio, fracassado, carente. Além disso, cita os impactos que o estigma do peso provoca na vida social, profissional e amorosa das pessoas gordas.

Ela se utiliza da ironia e de perguntas retóricas para mobilizar a atenção do espectador acerca da problemática e dos sentidos atrelados a esse corpo. Por ser um vídeo que antecede uma *playlist*, ela também cita outros assuntos que serão discutidos posteriormente na sequência de vídeos relacionados ao corpo gordo, como dieta, sexualidade, moda, entre outros. Alerta ainda para um dos aspectos da gordofobia enquanto problema social, enfatizando que "a estrutura da sociedade não é preparada para o corpo gordo", apontando as dificuldades relativas à acessibilidade e a suposta preocupação com a saúde presente em alguns comentários direcionados a esses sujeitos.

É muito difícil não ter na rodinha de amigos aquela pessoa que vai olhar pra você e dizer 'nossa, amiga, você tá gorda. Já pensou em fazer uma dieta?'. (...) Vamos falar sobre a hipocrisia que é a preocupação com a saúde do corpo gordo, porque afinal, não é uma preocupação, né? É um preconceito velado. No final das contas, gordofobia é achar que a solução da vida é ser magro, que ser gordo é errado e que o gordo que se ama só pode ser louco.

A influenciadora utiliza o espaço das redes sociais para uma mobilização em torno da causa, reivindicando o direito de ser gorda e não precisar emagrecer para ser saudável e critica o preconceito que é dirigido às pessoas gordas e é legitimado por uma suposta

---

<sup>4</sup> O termo "mimimi" popularizou-se nas redes sociais digitais e é sinônimo de algum tema, discussão ou atitude considerada besteira ou irrelevante e a utilização desse termo põe em xeque algumas ações vinculadas a pautas sociais como a luta contra o racismo, LGBTfobia, machismo, gordofobia etc.

preocupação com a saúde, retirando desses indivíduos sua autonomia de gerir o próprio corpo e a própria vida.

Este trecho evoca o conceito de governança neoliberal do corpo (ORTEGA, 2003 *apud* AIRES, 2019) em que o foco está na responsabilidade do sujeito sobre si e sua saúde a partir do discurso do risco. Desse modo, a autora sublinha que “o corpo torna-se uma questão de escolhas que são feitas no mercado: a lógica do consumidor no mercado se espalhou para a saúde pública também.” Assim como na sociedade de consumo se escolhe que objetos possuir, estende-se essa lógica para o corpo que passa a ser cobiçado e vendido como um objeto de consumo. Além disso, a cultura do corpo neoliberal borra as fronteiras entre a saúde e a estética, “entre a manutenção do corpo cosmético e a melhoria real da saúde” (AIRES, 2019, p. 56).

É evidente o intuito de chamada para a ação quando no final do vídeo Alexandra lança um convite ao espectador: “vamos acabar com a gordofobia?!”, sem, no entanto, apontar caminhos concretos para isso ou ideias de como atuar de forma a minar o poder de forma estrutural e junto a instituições, o que leva a entender que a priori, o seu impacto é promover apenas a mudança individual daqueles que a assistem a partir da reflexão.

Figura 9 – *Printscreen* do vídeo 8



#### 4.9 Gordofobia Médica

O vídeo ‘Gordofobia Médica’ também foi publicado no canal Alexandrismos, que é um dos maiores canais que abordam o tema na atualidade, contando hoje com mais de 490 mil inscritos, e utiliza como estratégia discursiva o humor, por meio da produção de uma esquete em que médico e paciente são encenados pela mesma pessoa (Alexandra Gurgel). A esquete satiriza uma situação comum vivida por pessoas gordas que vão ao médico e a outros profissionais de saúde: ter suas queixas ignoradas por esses profissionais, tendo seus problemas reduzidos ao peso e à forma corporal.

A crítica cunhou o termo “gordofobia médica” para se referir aos contextos de preconceito que se dão no âmbito dos serviços de saúde, onde os problemas do paciente que é gordo são essencialmente circunscritos ao excesso de gordura corporal, limitando desta forma o atendimento, o diagnóstico e a terapêutica.

No vídeo, uma paciente gorda chega a um consultório médico e é, por diversas vezes, interrompida quando tenta explicar o motivo pelo qual compareceu à consulta. O médico é interpretado de forma caricata como pouco atencioso, atende a paciente de forma impessoal, a interrompe diversas vezes, e rapidamente aponta sem nenhum exame físico ou avaliação da história da paciente que os problemas da qual ela se queixa estão associadas ao excesso de peso.

Diz o médico: “Vamos ver seu peso (...). Daqui a pouco oh, vai tá com o colesterol tudo lá em cima. Não consegue nem abaixar pra amarrar o tênis.” A paciente, por sua vez, tenta contra-argumentar exaustivamente, afirmando que já tem um estilo de vida considerado saudável, alimentando-se bem e praticando exercícios e interpela o médico como ele pode saber que ela não é saudável apenas olhando para ela sem nenhum tipo de exame, conforme pode ser visto no excerto transcrito abaixo:

“-Não, doutor, você não tá entendendo, eu tenho uma vida saudável. Faço exercícios...”

-Mas você sabe que estar acima do peso faz você ter doenças associadas.

-Mas que doença que eu tenho Doutor? Só o fato de eu ser gorda, que eu tô falando do meu peso.

-Só estou falando que eu, como médico, preciso recomendar que você emagreça e ter uma vida saudável pra você não sentir dor, minha filha.”

Nesse trecho, a fala da personagem leva a entender que é uma atribuição de todo médico recomendar o emagrecimento, como se isso fosse algo pré-estabelecido entre os profissionais, à revelia do exame físico ou de uma investigação clínica acurada. E ainda completa: “Já considerou fazer a bariátrica?”, prática que tem se tornado cada vez mais

comum e muitas vezes banalizada. Apontada como uma solução rápida para aqueles que se encontram com um IMC elevado, a cirurgia bariátrica, na prática, não é indicada para todas as pessoas, visto que é um procedimento extremamente invasivo, necessitando de uma avaliação multiprofissional e acompanhamento pré e pós-operatório de grande complexidade. Quanto ao crescimento desses números, vale salientar que segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica e Metabólica (SBCBM) foram realizadas mais de 68 mil cirurgias bariátricas no Brasil, 7% a mais do que no ano de 2018. A maioria dos procedimentos foi realizada pelo sistema de saúde suplementar coberto pelos planos de saúde.

Acerca disso, Aires (2019) destaca que a medicalização do corpo gordo afasta o entendimento de que a gordura se trata de uma diversidade física ou variação e o enquadra em uma categoria nosológica a partir da definição da *obesidade* como uma patologia que deve ser tratada. Segundo a autora, "é essa construção biomédica de pessoas gordas como 'obesas' que tem sido o foco da medicina, principalmente no século XXI, quando passa a trabalhar na prevenção de doenças, em nome de proteger e prolongar a vida." (AIRES, 2019, p. 50).

Neste cenário de hierarquização dos corpos com base no peso, no formato e na aparência, processo legitimado pela mídia, pela indústria da moda e da beleza e pelas ciências do campo da saúde, a gordura passou a ser uma das grandes preocupações no campo médico. Corroborando com isso, Aires sublinha que

“a medicina assume um papel decisivo de legitimar um saber-poder sobre a saúde corporal prescrevendo a dietética e a adoção do emagrecimento como via para a obtenção de saúde e vitalidade. A gordura passa não só a ser vista como deficiência moral mas também como uma doença médica, e um fator relevante nos processos de opressão social. (AIRES, 2019).

Logo, existe uma forte argumentação de que a medicina é um dos campos mais envolvidos na produção e no fortalecimento do estigma do corpo gordo em nossa sociedade. Essa ideia é reforçada pela última produção audiovisual analisada a seguir.

Figura 10 - *Printscreen* do vídeo 9

#### 4.10 O ativismo gordo chegou ao fim

Por fim, o último vídeo analisado, intitulado “O ativismo gordo chegou ao fim”, exhibe um estilo de construção e uma abordagem diferente dos outros previamente selecionados. A produção publicada no canal do YouTube de mídia alternativa, Mídia Ninja, é um monólogo em que Bernardo Boechat, publicitário e ativista gordo, constrói o seu discurso lançando mão da ironia como estratégia para falar de críticas sofridas pelo ativismo gordo, como a de que é ‘mimimi’, vitimismo ou de que a gordofobia não existe:

“Olha, eu tô aqui pra dizer que esse é o meu último vídeo aqui pra Mídia Ninja. Vocês venceram, sabe? Vocês conseguiram me desmascarar. Não existe esse negócio de gordo saudável. Não existe, tá na cara. Eu tenho que confessar que isso tudo era uma tentativa de vocês esquecerem da corrupção, sabe? Enquanto o pessoal tá lá roubando, a gente queria colocar uma cortina de fumaça e vê se vocês esquecem e param de ficar tentando derrubar presidente que não foi eleito, sabe?”. (BOECHAT, 2017).

No trecho o influenciador se refere a outros vídeos de que participou

anteriormente no canal, que costuma discutir sobre temas polêmicos e construir narrativas alternativas da mídia *mainstream*, e dá a entender que sofreu críticas a respeito do seu envolvimento nesta causa. O vídeo foca o rosto do *youtuber* que veste uma camiseta preta e atrás dele há um fundo preto, remetendo a uma ideia de pesar, de luto. Ao longo do vídeo ele usa a ironia ao falar de várias críticas direcionadas aos ativistas gordos, bem como a outras pessoas engajadas em lutas sociais que são acusadas de vitimismo por suas reivindicações:

“a gente sabe que gordo é tudo vitimista, que adora ficar se vitimizando por tudo, reclamando de tudo. O mundo tá ficando muito chato, a gente não pode fazer mais nada. A gente sabe. Tá na cara que todo gordo tem que ser humilhado mesmo. Como a gente nunca pensou nisso? Como a gente nunca pensou que não existe gordo saudável?” (BOECHAT, 2017).

Ele utiliza o próprio discurso crítico como ferramenta para gerar reflexão nos espectadores, assemelhando-se, de certa maneira, aos vídeos anteriores em formato de esquete, que parodiam as narrativas hegemônicas para produzir fissuras nesses discursos. Em seguida faz um paralelo que enfatiza as dificuldades enfrentadas pelos indivíduos gordos em vários contextos, além dos constantes julgamentos direcionados a esses corpos:

“A sociedade até acha ele uma pessoa meio falha, meio desajustada, sabe? [...] Você já viu prato de gordo? Prato de gordo tem mais comentarista que jogo de futebol. Se tá comendo pouco, tá de dieta. Mas se tá comendo muito, esse aí não tem a menor vergonha na cara. Imagina só a gente falar que gordo não tem nem roupa pra sair de casa direito, não tem um móvel que caiba ele. Não pode nem chegar numa academia ou praticar um esporte se não for pra emagrecer, né? [...] E quando o gordo vai no médico? Ele vai com uma dorzinha de ouvido e já sai com um laudo pra fazer bariátrica.”.

Além disso, aborda a falta de visibilidade do gordo na mídia, que quando aparece representado nos grandes canais de comunicação convencionais é envolto de uma aura estereotipada, “uma persona non grata, [...] sem cabeça, todo desajustado e ainda com um sorvete na mão e normalmente em cima dele estão falando sobre epidemia de obesidade, pessoas que não se cuidam”. Esse fenômeno foi cunhado de *headless fatties* por Charlotte Cooper e que exemplifica a desumanização e despersonalização do gordo. Não mostrar o rosto de certo modo desumaniza o outro e o coloca em uma posição de inferioridade e objetificação.

Ao longo de todo o vídeo ele enfatiza sarcasticamente como a imagem da pessoa gorda é relacionada ao fracasso pessoal e à falta de controle e como isso pode ser prejudicial para a saúde mental: “Que tipo de saúde mental e emocional pode ter uma pessoa dessas que é tratada como imbecil o tempo inteiro, né? Uma pessoa fracassada, uma pessoa que não

consegue nem se controlar”. A ênfase sobre o autocontrole em relação ao peso parece ser dirigida de forma muito mais intensa aos gordos e Bernardo defende que há um certo furor social em relação às inúmeras notícias e pesquisas que subsidiam o direito de colocar os gordos em um patamar de diferença e exclusão:

“uma pessoa que faz uma festa toda vida que aparece uma coisa nova que deixa as pessoas ou a mídia humilhar a pessoa gorda, sabe? Quando aparece uma pesquisa nova que fala que gordo é doente mesmo e vai morrer. Nossa, as pessoas chegam a pular na cadeira. Aí cê pode ver, vai fazer matéria dizendo que é saúde, que é o dinheiro público sendo gasto, sabe? Que as pessoas tem preguiça, que elas não têm força de vontade, que são todas umas, umas desajustadas mesmo. Dane-se que tem um monte de outras pesquisas que falam o contrário, isso não importa muito, né? Ficar falando de pesquisas que diz que as pessoas precisam ser felizes com o corpo delas, isso não dá muito ibope, né?”.

Bernardo aborda em seu vídeo a produção e a utilização das pesquisas científicas na construção de narrativas discriminatórias e que essas acabam recebendo maior atenção do que aquelas que se contrapõem à ideia de que todo gordo é doente. O influenciador se opõe à redução da saúde ao peso, ressaltando a complexidade do conceito de saúde que é, por vezes, esquecido dentro do próprio campo: “Dane-se também que saúde é uma coisa complexa, né? O gordo não é nenhum pouco complexo. É só ele subir na balança e fazer um calculozinho de IMC rapidinho que você já tem um atestado de óbito rapidinho ali na mesa.”

Sua fala no vídeo é estruturada de modo a sensibilizar os espectadores por meio da ironia. Isto é, para produzir efeitos de persuasão, a ironia diz algo valendo-se de expressões exatamente opostas ao sentido literal. O sentido de fato deve ser buscado no oposto das palavras (ou imagens) enunciadas. O influenciador leva assim o interlocutor a subverter os enunciados conservadores e usualmente aceitos de que a gordofobia não é fenômeno socialmente relevante ou não é um preconceito legítimo a se contestar. Essa estratégia colabora para produzir um efeito retórico de chamar a atenção do espectador que se esforça para interpretar e dar sentido ao dito. Assim, consegue apontar dificuldades reais das pessoas gordas no seu dia-a-dia. Destaca a invisibilidade das pessoas gordas na mídia, onde sempre são representadas de forma objetificada, como ilustração de uma patologia, a exemplo das imagens em que aparecem sem cabeça e segurando um sorvete. Em um dos trechos do vídeo, o ativista incita à crítica da ciência que produz estudos que levam à patologização do corpo gordo:

Agora não vem você ficar questionando pesquisa científica. A gente sabe que pesquisa científica é idônea, neutra, que não tem nenhum tipo de interesse e que é sempre a verdade, principalmente se ela cai no gosto popular, né? Se elas vêm reforçar alguma coisa que as pessoas já acreditam, aí nossa, fica muito fácil bombar. (BOECHAT, 2017).

O *youtuber* constrói sua argumentação com base na ideia de que patologizar o corpo é mais uma forma de estigmatizá-lo, relegando-o a um lugar de subalternidade do que propriamente uma atitude de cuidado, visto que isso afasta ainda mais esses sujeitos dos serviços de saúde, por exemplo. Nesse trecho existe uma crítica aos interesses envolvidos em estudos científicos que levam à comprovação de ‘verdades’ supostamente inquestionáveis. O discurso de Bernardo leva a questionarmos porque seria interessante para a indústria médico-farmacêutica sustentar a ideia de que corpos gordos são doentes, independente do que façam. Além disso, critica os interesses envolvidos nas pesquisas financiadas com o intuito de favorecer o crescimento da indústria farmacêutica, da indústria da dieta e o mercado de cirurgias plásticas e embelezamento.

“Mas vamos combinar, pesquisa que é pesquisa comprova o que tava querendo comprovar desde o início e ponto, tá?”. Acerca disso, é necessário lembrar, conforme Juliana Loureiro discute, que a ciência é, por vezes, considerada uma verdade absoluta e não controversa, desconsiderando todo o processo envolvido na construção desse saber científico:

Esses “fatos” ou “verdades” científicos geralmente são apresentados, nas publicações analisadas, como sendo estáveis e desprovidos de controvérsias, sem grandes explicações sobre como se chegou a eles, ou, quando há explicitação de dados, sem mencionar como estes foram obtidos – a partir de que tipo de pesquisa, feito em que circunstâncias, por quem etc. Isso se dá tanto na associação entre obesidade e risco de morte e doenças quanto na afirmativa de que ela estaria aumentando exponencialmente, configurando uma epidemia a nível mundial. Para além da discussão sobre se esses fatos ou verdades são “corretos” ou não, o que vale notar é como a associação entre obesidade e “risco” de morte ou de desenvolvimento de algumas doenças parece ter se tornado um “fato consolidado”, que inclusive prescinde de maiores explicações ou de uma apresentação mais detalhada dessas “evidências” médicas e científicas. (LOUREIRO, 2017, p. 60).

No vídeo, Bernardo ainda ressalta as diferentes condições de tratamento para magros e gordos, principalmente no que diz respeito à assistência à saúde desses indivíduos: “magro merece atendimento médico, gordo merece passar faca mesmo”. Corrobora com a ideia apresentada no vídeo anterior sobre a dificuldade de acesso das pessoas gordas aos serviços de saúde, a começar pela dificuldade de terem suas queixas acolhidas e compreendidas pelos profissionais, não centrando seus problemas no peso e também na acessibilidade limitada pelo despreparo dos espaços, como por exemplo, a falta de macas e máquinas de tomografia adequadas para pessoas que pesam mais de 120 kg.

Assim, o vídeo problematiza a culpabilização do sujeito, como se a gordura fosse sempre um problema e que evitá-lo é a única possibilidade de lidar com isso, desconsiderando

que são diversas as causas que podem levar ao aumento de peso e que responsabilizar o sujeito pelo seu “fracasso” torna-se mais uma forma de excluí-lo do que de fato ajudá-lo em um processo de melhoria da sua saúde e qualidade de vida:

“E daí que você vive numa sociedade gordofóbica também e afeta sua saúde o tempo inteiro. A verdade pouco importa, o que importa mesmo é comprovar que a culpa é sua, a culpa é toda sua. É você que tem que se virar mesmo, você que não cuida da sua saúde, você que é um relaxado mesmo. Até porque a gente não tá aqui falando nem de saúde, né? A gente tá falando mais de obediência mesmo. E aí de você se você quiser ter um corpo que é dito como anormal.” (BOECHAT, 2017).

De certo modo, Bernardo aproxima a saúde da felicidade, visto que aponta que pessoas felizes não são potenciais pacientes e que a aceitação do corpo traria um bem-estar que não seria interessante para a lógica do capital alimentada pela insatisfação dos indivíduos. “Falar sobre felicidade não leva muita gente pro médico. Imagina se alguém descobre que a felicidade mesmo está em ser quem você é. Imagina.”

Acerca disso, é importante considerar o que Loureiro traz sobre as produções que enfocam a obesidade:

Assim, embora esses diferentes tipos de produção apresentem diferenças e singularidades, entendo que geralmente elas costumam partir de três pressupostos centrais: [1] a compreensão de que a obesidade é um problema de saúde que implica custos individuais e coletivos – sendo o “sofrimento” um dos maiores exemplos de custo individual e os gastos governamentais com doenças relacionadas à obesidade um de âmbito coletivo; [2] a constatação de que a obesidade é ao mesmo tempo uma doença, um fator de risco e um problema epidemiológico, constituindo-se como um grave problema de saúde pública que deve ser combatido e investigado pelos campos biomédicos e governamentais e [3] o entendimento de que a resolução para tal problema deve se dar via intervenção direta nos corpos – tanto no sentido de reverter a doença no caso daqueles que já são diagnosticados como obesos, quanto no sentido de prevenir que esse problema de saúde se desenvolva em indivíduos ou grupos tidos como saudáveis. Além disso, essa proposta de intervenção costuma ser reduzida invariavelmente à busca por emagrecimento, mesmo em casos em que os problemas ou sofrimentos sejam decorrentes de um meio social “hostil” e preconceituoso em relação aos sujeitos gordos, e não necessariamente a problemas de ordem físico-orgânica. (LOUREIRO, 2017, p. 61).

Isto é, comumente o corpo maior é visto como um problema centrado no indivíduo que deve se responsabilizar pelo emagrecimento como única intervenção possível, independente do sofrimento ocasionado por fatores sociais.

Figura 11 - *Printscreen* do vídeo 10

## 5 TECENDO ARTICULAÇÕES

Os vídeos descritos apresentam diferentes estratégias discursivas, dentre elas destacam-se o humor, a ironia – incluindo o sarcasmo, que se difere da ironia por apresentar certo nível de hostilidade e agressividade – e a reflexão, utilizada como crítica a discriminação praticada contra o corpo gordo. Entretanto, o vídeo 4 destaca-se por apresentar contradições muito claras, por situar-se entre o empoderamento e o reforço ao preconceito criticado, utilizando-se dos argumentos já apresentados de defesa da saúde e da qualidade de vida.

O humor, que aparece na maior parte dos vídeos gera adesão emocional, o que ajuda a justificar o grande número de visualizações que tornam esse tipo de conteúdo mais consumido, em detrimento dos outros. Além disso, outros vídeos tem forte apelo emocional como é o caso dos vídeos 03, 05, 07 e 10, que buscam mobilizar certa empatia do espectador e gerar reflexões a partir dos depoimentos e do relato sobre os problemas vividos pelas pessoas gordas.

Um aspecto que se destaca nos vídeos é a produção de esquetes em várias das produções, produzindo a crítica de maneira descontraída e caricata, mas construída de forma sistemática, como é necessário nesse tipo de construção discursiva. Conclui-se, portanto, que os discursos polifônicos sobre o corpo gordo e a gordofobia coexistem nos vídeos analisados e explicitam de diferentes perspectivas os desafios enfrentados por esses sujeitos, reforçando a necessidade de se discutir e questionar os discursos hegemônicos que fortalecem as Formas de discriminação.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou contribuir para o campo de estudos sobre o corpo na contemporaneidade, em especial, o corpo gordo. Tendo em vista que ainda não há uma ampla produção sobre o corpo gordo e a gordofobia no nosso país, mesmo com o surgimento dos chamados *Fat Studies* na década de 1970, a produção brasileira só tem aumentado nos últimos anos. Considerando o aumento da população gorda e os impactos ocorridos nas trajetórias sociais desses sujeitos, a produção acadêmica que se concentra sobre a cultura contemporânea precisa caminhar junto das mudanças sociais. Mudanças essas que ocorrem de maneira cada vez mais acelerada no panorama contemporâneo e atingem de forma rizomática os indivíduos conectados na sociedade em rede.

Buscou-se ao longo desta dissertação explorar as possibilidades narrativas sobre o corpo gordo nas mídias digitais, especialmente na plataforma YouTube, tendo em vista que questionar a existência de padrões corporais excludentes é uma tarefa que não precisa se restringir aos indivíduos gordos engajados em movimentos ativistas, mas é também um papel de todos aqueles que se consideram contrários a todas as formas de opressão social.

Por se tratar de um campo bastante mutável - o espaço digital - essa pesquisa não pretende encerrar o debate, mas abrir o leque de discussões sobre as estratégias discursivas utilizadas nas mídias digitais para contestar os discursos que reforçam a ideia de um corpo circunscrito a determinados padrões hegemônicos. No decorrer dessa pesquisa pudemos observar o aparecimento de diferentes movimentos que tem a defesa do corpo livre de padrões como principal bandeira, o que evidencia a disputa de narrativas ocorrendo cotidianamente e o embate de forças entre a poderosa indústria da beleza, o saber biomédico e os movimentos de resistência.

Os vídeos aqui analisados abordam o tema da saúde do indivíduo considerado acima do peso e fora dos padrões hegemônicos e que sofre toda sorte de discriminação e preconceito ao longo de sua trajetória pessoal e profissional. Neste sentido, oferecem uma denúncia contundente aos discursos e práticas gordofóbicos que grassam em nossa sociedade, estigmatizando as pessoas gordas.

A análise dos vídeos aqui discutidos nos permite afirmar que a sociedade em rede faz emergir movimentos dos “prosumers”, aqueles que tanto produzem como consomem conteúdos nas mídias digitais. As redes sociais digitais fazem circular os discursos contra-hegemônicos acerca do corpo gordo, tensionando o que está dado como verdade sobre tais

indivíduos.

O consumo se tornou algo indissociável da sociedade contemporânea. Bens, serviços e conteúdos estão no rol daquilo que está ao alcance dos consumidores diariamente. Com as redes sociais digitais, o consumo de conteúdo se tornou mais rápido e popular, incluindo o consumo do ativismo. A politização do consumo revela-se na escolha de produtos, bens, serviços em razão das ideologias que veiculam. O crescente número de vídeos de caráter político, em seu sentido amplo, mostra a efervescência do nosso contexto para a ruptura com padrões e normas estabelecidos e a busca pelo reconhecimento das diversas formas de existência.

Enquanto o consumidor ativista participa ativamente do debate, das ações ativistas que visam mudanças sociais, o consumidor de ativismo utiliza do seu poder de consumo como forma de manifestação política. Desse modo, pode-se pensar que o consumo de ativismo também ocorre no YouTube e, por isso, os criadores de conteúdo têm investido mais nesse tipo de produção nos últimos anos. Os vídeos citados neste trabalho são ilustrações de que a plataforma vem fornecendo novos espaços para a produção e recepção de discursos contra-hegemônicos acerca dos corpos gordos, colaborando na disseminação de informações e estratégias de mobilização e combate às formas de discriminação e preconceito contra tais populações. Entretanto, é importante demarcar que o objetivo do YouTube enquanto empresa é que seus vídeos sejam amplamente consumidos, gerando receita para o grupo e tornando-se rentável visibilizar e ampliar o alcance dessas produções.

Considerando que o corpo é constructo multidimensional, com significação biológica, histórica, sociocultural e política, o ativismo gordo tem uma árdua tarefa de enfrentar uma complexa teia de discursos e dispositivos gordofóbicos. No que tange à dimensão da saúde física, durante o século passado, a gordura corporal “excedente” tornou-se paulatinamente uma doença a ser combatida pelo saber biomédico, que fortaleceu a concepção da “obesidade” como perigo e o controle da alimentação e do peso.

Os vídeos aqui analisados contestam as narrativas hegemônicas naturalizadas de que o corpo gordo representa necessariamente uma patologia e dirigem uma crítica ferina, frequentemente por meio da ironia e da sátira, aos preconceitos, constrangimentos e piadas que circulam livremente contra a pessoa gorda numa cultura gordofóbica. Embora o humor tenha exercido um importante papel na estigmatização da pessoa gorda, também tem sido utilizado como ferramenta para combater os discursos dominantes que padronizam, normatizam e regulam seus corpos. Neste sentido, o humor mostra-se uma estratégia

pedagógica e crítica poderosa na proposta de uma sociedade mais inclusiva aos diferentes modos de existência.

A crítica à patologização do corpo gordo presente em muitos dos vídeos analisados sustenta-se nos feminismos e outras lutas por reconhecimento, visando questionar a negatividade atrelada à figura das pessoas gordas e defendendo a possibilidade de atribuir novos significados a esses indivíduos e seus corpos, como a felicidade, o amor próprio, a beleza e a saúde em todos os tamanhos.

O propósito inicial foi investigar de que modo a linguagem é utilizada para colocar em cena a discriminação aos corpos gordos. Pudemos observar que o humor, principalmente através da subversão de repertórios já largamente difundidos, o uso da ironia e o deslocamento semântico de determinadas expressões são utilizados para contestar de forma contundente os discursos que patologizam, depreciam e excluem os corpos gordos. A gordura passa então a ser narrada como uma característica que não deveria inferiorizar ou estigmatizar os sujeitos que a tem de sobra, mas que se trata de um atributo físico, tal como a socialmente aceita magreza, e que pode ser inclusive uma bandeira de luta identitária.

O “humor ácido” e politicamente incorreto geralmente tem como foco assuntos polêmicos e sujeitos vitimados por diversas opressões, como mulheres, negros, população LGBTQIA+ e outros grupos estigmatizados, reforçando suas posições sociais subalternas. Entretanto, nos vídeos analisados, o corpo gordo, usualmente ridicularizado, alvo de piadas e comentários depreciativos, vale-se do humor para inverter percepções comuns sobre a gordura corporal e satirizar as situações de discriminação vividas por gordos e gordas. Assim como nas charges, o cômico comunica a indignação e a crítica ao absurdo dessas situações através do chiste e do riso que provoca. Os vídeos analisados mostram que o humor pode ser também efetivo com o propósito de subverter os discursos estigmatizantes e isso se estende não só à pauta da gordofobia, mas também a outras pautas coletivas. Nessa perspectiva, compreender as estratégias discursivas envolvidas no enfrentamento de discursos opressores hegemônicos torna-se uma tarefa relevante para pesquisadores de diversas áreas das ciências sociais e humanas, mas também para aqueles que se dedicam à produção crítica de conhecimento na área da saúde.

Esta pesquisa permite afirmar que o YouTube, mesmo com seus interesses mercadológicos, pode servir como ferramenta pedagógica, de empoderamento e mobilização, provocando na sua audiência a reflexão e empatia sobre o sofrimento de grupos

estigmatizados. Vale ressaltar que a eficácia crítica dos artefatos exibidos nessa plataforma é limitada por diversos fatores. Um desses fatores é que o acesso aos conteúdos pelos diversos públicos é previamente dirigido por algoritmos dos quais não se tem controle e que podem reforçar a recepção de determinados discursos por grupos e indivíduos. Torna-se cada vez mais relevante considerar os estudos que utilizam as redes sociais digitais como campo de pesquisa, visto que nossa sociedade hiperconectada tem o diálogo nas redes sociais como uma das principais formas de interação, formação de opinião e difusão do conhecimento.

Pesquisar esse tema me levou à aproximação de grupos que debatem a existência de saúde em todos os tamanhos e que buscam, dentro e fora do ambiente acadêmico, ser reconhecidos como intelectual e fisicamente capazes, belos, atraentes e dignos de conviver nos mesmos espaços que os indivíduos magros e de usufruir dos mesmos serviços, inclusive os de saúde. Talvez devamos repensar nosso papel enquanto indivíduos na reprodução de posturas excludentes e estigmatizantes tão naturalizadas que sequer percebemos. Esse talvez seja o trunfo dos vídeos analisados: questionar aquilo que está dado e que não parece problemático à primeira vista, mas que pode reproduzir preconceitos e configurar-se como algo ofensivo aos indivíduos socialmente alijados.

## REFERÊNCIAS

- AIRES, Aliana Barbosa. **De gorda a Plus Size: A moda do Tamanho Grande**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019, 224p.
- ALLPORT, Gordon. **The nature of prejudice** Cambridge: Addison-Wesley.
- ARRUDA, Agnes de Sousa. **O peso e a mídia: uma autoetnografia da gordofobia sob o olhar da complexidade**. 2019. 116f. Tese (Doutorado), Programa de Pós Graduação em Comunicação, Universidade Paulista, São Paulo, 2019.
- BANDURA, Albert. Modelação. *In*: BANDURA, Albert; AZZI, Roberta Gurgel; POLYDORO, Soely. **Teoria social cognitiva: conceitos básicos**. Porto Alegre: Artmed, 2008. p.123-146.
- BASTOS, Marco Toledo. Medium, media, mediação e midiaticização: a perspectiva germânica. *In*: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda. **Mediação & Midiaticização**, Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.
- BOENAVIDES, Débora Luciene Porto. “Ressignificar e resistir: a Marcha das Vadias e a apropriação da denominação opressora”. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 27, n. 2, e48405, 2019.
- BRASIL. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011**. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2011. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/12527.htm). Acesso em: 30 set. 2018.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Brasileiros atingem maior índice de obesidade nos últimos treze anos**. Disponível em: <https://saude.gov.br/noticias/agencia-saude/45612-brasileiros-atingem-maior-indice-de-obesidade-nos-ultimos-treze-anos>. Acesso em: 01 abr. 2020.
- CAMMAERTS, Bart. Social media and activism. **LSE Research Online**, Londres, Jun., 2015, p. 1-11.
- CAMPOS, Silvana da Silveira. et al. Num relance de olhar... a estigmatização das pessoas gordas: do passado aos dias de hoje. **Revista Hospital Universitário Pedro Ernesto**, Rio de Janeiro, v. 14, n.3, p. 90-96. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistahupe/article/view/19951/14451>. Acesso em: 15 dez. 2020.
- CANALTECH. **Veja quais os sites mais acessados no Brasil**. Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/veja-quais-sao-os-sites-mais-acessados-no-brasil-38887/>. Acesso em 15. dez. 2020.
- CARMO, Íris Nery do. O perigo das sobras: iconografias e corporalidades no feminismo

contemporâneo. **Sociologia & Antropologia**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 193-222, Abr. 2018. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2238-38752018000100193&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2238-38752018000100193&lng=en&nrm=iso). Acesso em 22 abr. 2020.

CASAL enfrenta mensagens de racismo e gordofobia nas redes sociais, 12 jun. 2018. 1 vídeo (3min37s). Publicado pelo Canal Jornal O Globo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mFiVCdR-J30>. Acesso em 15 dez. 2020.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 271 p.

CASTIEL, Luis David; ÁLVAREZ-DARDET, Carlos. **A saúde persecutória: os limites da responsabilidade**. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 2007.

COMPARIN, Karen Andréa.; SCHNEIDER, Jacó Fernando. Corpo: Uma visão da Antropologia e Fenomenologia. **Revista Faz Ciência**, Francisco Beltrão-PR, n. 06, v. 01, 173-188, 2004.

COOPER, Charlotte. **What's Fat Activism?** Department of Sociology. University of Limerick, 2008. Disponível em: <https://ulsites.ul.ie/sociology/sites/default/files//Whats%20Fat%20Activism.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2020.

Cuerpos gordos, no enfermos. **Revista Citrica**, Buenos Aires, 31 dec. 2019. Disponível em: <https://www.revistacitrica.com/cuerpos-gordos-no-enfermos1.html>. Acesso em: 29 mar. 2020.

DOMINGUES, Izabela. MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de ativismo**. Barueri: Estação das Letras e das Cores, 2018.

FISCHLER, Claude. Obeso Benigno, Obeso Maligno. In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org.). **Políticas do corpo: Elementos para uma história das práticas corporais**. 2. ed. São Paulo: Liberdade, 2005. Cap. 4. p. 69-80.

GAMA, Beatriz Klimeck. Gouvêa.; AZIZE, Rogério. Lopes. 'Fat studies' e a produção de conhecimento situado: Notas sobre o sexto Congresso Internacional de Estigma do Peso. **Enfoques**, Rio de Janeiro, Edição Especial XIX Jornada Discente do PPGSA/UFRJ, pp. 1-9, 2019.

GERALDO, Nathalia. **Amor-próprio não basta: movimento de 'gordos radicais' vai além da estética**. UniversaUOL. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/10/30/amor-proprio-nao-basta-movimento-de-gordos-radicais-vai-alem-da-estetica.htm>. Acesso em: 10 jan. 2020.

GILL, Rosalind. Análise de discurso. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com Texto, imagem e Som: Um manual prático**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

GOLDENBERG, Mirian. Afinal, o que quer a mulher brasileira? **Psicologia clínica**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 47-64, 2011. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-)

56652011000100004&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 04 maio 2020.

GOMES, Aureo de Toledo; REIS, Rossana Rocha.; ESPINDOLA, Tainah. Terrorismo e Estados Falidos: uma análise de discurso crítica. **Opinião Pública**, Campinas, v. 20, n. 2, p. 291-310, Ago. 2014. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-62762014000200291&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762014000200291&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 30 abr. 2020.

GOMES, Luiz Fernando; MUNHOS, Sonia Piaya M. Movimentos sociais e ciberativismo: o que muda? **Jornal Cruzeiro do Sul**, Sorocaba. Disponível em: <https://www2.jornalcruzeiro.com.br/materia/505207/movimentos-sociais-e-ciberativismo-o-que-muda>. Acesso em: 15 dez. 2020.

GORDAS cansadas de ouvir: dieta pra secar gordofobia e sociedade fora do padrão. 14 set. 2017. 1 vídeo (2 min52s). Publicado por Canal DR Oficial. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=i6ld-U2F194&t=40s>. Acesso em 15 dez. 2020.

GORDOFOBIA ao contrário: Magra demais ou gorda padrão ft. Karyna Rangel e Joyce Show, 14 set. 2017, 1 vídeo (4min6s). Publicado por Canal DR Oficial. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CHkGIS3FIXA&t=25s>. Acesso em 15 dez. 2020.

GORDOFOBIA médica, 22 jan. 2020, 1 vídeo (1min08s). Publicado por Canal Alexandrismos. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0iGgk4PDyZI>. Acesso em 15 dez. 2020.

GORDOFOBIA - Preconceito contra obesos | Teste do Coronato, 15 abr. 2016. 1 vídeo (11min26s). Publicado por Canal Elcio Coronato. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2-B7Dx1IBYM&t=55s>. Acesso em 15 dez. 2020.

HARAWAY, Donna. Saberes Localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 5, pp. 7-41, 1995. Disponível em <http://www.ieg.ufsc.br/admin/downloads/artigos/31102009-083336haraway.pdf>. Acesso em 30 abr. 2020.

ÑIGUEZ, Lupicínio. **Manual de Análise do discurso em Ciências Sociais**. São Paulo: Editora Vozes, 2005.

JIMENEZ-JIMENEZ, Maria Luíza. **Lute como uma gorda: gordofobia, resistências e ativismos**. 2020. 237 f. Tese (Doutorado), Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá, 2020. Disponível em: <https://documentcloud.adobe.com/link/track?uri=urn%3Aaaid%3Aascds%3AUS%3A56c7b40e-031c-4a3e-ae94-452f721fa4b4>. Acesso em: 06. abr. 2020.

JIMENEZ-JIMENEZ, Maria Luíza. Gordofobia: Uma questão de perda de direitos. **TODAS Fridas**, 2018. Disponível em: <http://www.todasfridas.com.br/2018/03/11/gordofobia-uma-questao-de-perda-de-direitos/>. Acesso em 09 set. 2019.

JOVENS Reagem a Gordofobia - parte 1, 01 set. 2016. 1 vídeo (12min39s). Publicado por

Canal Janela da Rua, Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mFiVCdR-J30>  
Acesso em 15 dez. 2020.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 3.ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LIMA, Artemilson Alves. Excurso sobre o conceito de contracultura. **HOLOS**, Natal, v. 4, pp. 183-192, 2013. DOI: 10.15628/holos.2013.1536. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/1536/715>. Acesso em: 13 dez. 2020.

LOUREIRO, Gabriela. Gordofobia: por que esse preconceito é mais grave do que você pensa. **Revista Galileu**, 2017. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2017/05/gordofobia-por-que-esse-preconceito-e-mais-grave-do-que-voce-pensa.html>. Acesso em: 12 dez. 2019.

LOUREIRO, Juliana. A gordura corporal como problema: uma reflexão sobre a literatura de autoajuda e os processos de subjetivação na contemporaneidade. *In*: CASTRO, Ana Lúcia; LANDA, Maria Inés (org.). **Corpos, poderes e processos de subjetivação: discursos e práticas na cultura contemporânea**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2017.

MACHADO, Jorge Alberto. S. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. **Sociologias**, Porto Alegre, n. 18, p. 248-285, Dec. 2007. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1517-45222007000200012&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-45222007000200012&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 15 Dez. 2020.

MAGALHÃES, Izabel. Introdução: A Análise de Discurso Crítica. **D.E.L.T.A.**, São Paulo, v. 21, número especial, 2005, p. 1-9.

O ATIVISMO gordo chegou ao fim, 27 jun. 2017. 1 vídeo (6 min15s). Publicado por Canal Mídia Ninja, Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6zaXEj4BMbo>. Acesso em: 15 dez. 2020.

O QUE é gordofobia? Como deixar de ser gordofóbico? - ep 1 Alexandrismos, 27 jun. 2017. 1 vídeo (4 min2s). Publicado por Canal Alexandrismos. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=NUyFj82OoRg&list=PLTzAjoqhOji-IUdGRF9-Bzqp\\_JsIOSzPC&index=32&t=0s](https://www.youtube.com/watch?v=NUyFj82OoRg&list=PLTzAjoqhOji-IUdGRF9-Bzqp_JsIOSzPC&index=32&t=0s). Acesso em: 15 dez. 2020.

POULAIN, Jean Pierre. **Sociologia da obesidade**. São Paulo: Senac, 2013.

RANGEL, Natália Fonseca de Abreu. **O ativismo gordo em campo: política, identidade e construção de significados**. 2018. 162 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis). Disponível em: <https://nusec.paginas.ufsc.br/files/2018/11/Natália-F.-A.-Rangel-Dissertação-de-mestrado-07.10.18.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2020.

RESENDE, Viviane de Melo; RAMALHO, Viviane. **Análise de discurso crítica**. São Paulo: Contexto, 2006, 158p.

RIBEIRO, Luiza Santos Junqueira. **GORDA**: Processo de criação e realização de curta-metragem documentário. Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2016. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/566/1/RELATÓRIO%20FINAL%20-%20GORDA.pdf>. Acesso em: 16 fev. 2020.

RIGITANO, Maria Eugênia Cavalcanti. Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente. **BOCC. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2003, p. 1-10. Disponível em: [bocc.ubi.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf](http://bocc.ubi.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf). Acesso em: 18 jun.2018.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. **Gordos, magros e obesos**: Uma história do peso no Brasil. São Paulo: Estação Liberdade, 2016.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. **História da beleza no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2014. v. 1. 205p.

SE GORDOFOBIA fosse uma pessoa: Falta de respeito e empatia ft. Emma Araújo, 01 ago. 2019. 1 vídeo (3min04s). Publicado por Canal DR Oficial. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mFiVCdR-J30>. Acesso em: 15 dez. 2020.

SIBILIA, Paula. Em busca da felicidade lipoaspirada: agruras da imperfeição carnal sob a moral da boa forma *In*: FREIRE FILHO, João. **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

SPINK, Mary Jane; MEDRADO, Benedito. Produção de sentido no cotidiano: Uma análise teórico-metodológica para análise das práticas discursivas. *In*: SPINK, Mary Jane (org.). **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**. Centro Edelstein de Pesquisas Sociais: Rio de Janeiro, 2013.

TAJFEL, Henri. **Grupos humanos e categorias sociais**. Lisboa: Livros Horizonte, 1982.

THAIS Carla /Gordofobia - Saúde - Analisando Youtubers, 06 mai. 2019. 1 vídeo (11min34s). Publicado por Canal Nice Mattes. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=aGCD6RT\\_Ckc](https://www.youtube.com/watch?v=aGCD6RT_Ckc). Acesso em: 15 dez. 2020.

TORRES, Julliana Cutolo. Cyborgcracia: entre a gestão digital dos territórios e as redes sociais digitais. *In*: DI FELICE, Massimo (org.). **Do Público para as redes**: a comunicação digital e as novas formas de participação social, 1. ed., São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008, p. 227-285.

VIGARELLO, Georges. **As metamorfoses do gordo**: História da obesidade. Petrópolis: Vozes, 2012.

WE ARE SOCIAL. **Digital in 2017**: Global Overview. Disponível em: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>. Acesso em: 25/06/2018.

WE ARE SOCIAL. **Digital in 2019**: Global Overview. Disponível em:

<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. Acesso em 15 dez. 2020.

XAVIER, Monalisa. Pontes. **A consulta transformada:** Experimentações de dispositivos interacionais “psi” na sociedade em midiatização. 2014. 369f. Tese (Doutorado), Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2014.

YOUTUBE. **Youtube para a imprensa.** Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>. Acesso em: 26 ago.2018.