

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

DANIELA RINGELEVICIUS PEGORARO

EM BUSCA DO CORPO REAL

A luta feminina no movimento Body Positive

São Paulo

2019

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

EM BUSCA DO CORPO REAL

A luta feminina no movimento Body Positive

Daniela Ringelevicius Pegoraro

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como requisito parcial para obtenção do título
de Especialista em Mídia, Informação e
Cultura.

Orientadora: Profa. Dra. Juliana Michelli S. Oliveira

São Paulo

2019

EM BUSCA DO CORPO REAL: A LUTA FEMININA NO MOVIMENTO BODY POSITIVE¹

Daniela Ringelevicius Pegoraro²

Resumo: Este estudo tem como objetivo analisar o movimento Body Positive no Brasil com foco na perspectiva feminina. Considerando que o movimento critica padrões estéticos corporais, interessa-nos examinar suas características no país, as razões que levaram ao crescimento deste movimento nas redes sociais, como se articula, quais suas principais vozes e pautas, e qual o impacto do discurso Body Positive para os indivíduos engajados no movimento. Para tal, a metodologia central deste artigo se dá por meio da pesquisa bibliográfica e de entrevistas que captem depoimentos tanto de mulheres protagonistas do movimento, assim como daquelas que são atingidas por ele. Apresenta-se assim a importância das influenciadoras na disseminação das discussões por meio de narrativas pessoais, o papel das redes sociais como meio principal de mobilização e o combate à gordofobia.

Palavras-chave: Movimento Body Positive. Padrões Estéticos. Feminismo. Corpo.

Abstract: This study aims to analyze the Body Positive movement, with focus on the female's perspective. Considering that the movement criticizes body aesthetic standards, we are interested in explore its characteristics in the country, the reasons that led to the growth of this movement in social media, how it articulates, what are its main voices and guidelines, and what is the impact of the Body Positive discourse for womens engaged with the movement. For that, the central methodology of this article is through bibliographic research and interviews that capture testimonies both from women who are protagonists of the movement, as well as those who are affected by it. We can observe the importance of influencers in the dissemination through personal narratives, the role of social media networks as the main means of mobilizing and combating fatophobia.

Keywords: Body Positive Movement. Aesthetic Standards. Feminism. Body.

Resumén: Este estudio tiene como objetivo analizar el movimiento Body Positive en Brasil con un enfoque en la lucha de las mujeres. Considerando que el movimiento critica los estándares estéticos corporales, nos interesa examinar sus características en el país, las razones que llevaron al crecimiento de este movimiento en las redes sociales, cómo se articula, cuáles son sus principales voces y lineamientos, cuál es el impacto del discurso corporal positivo para el individuos involucrados en el movimiento. Para ello, la metodología central de este artículo es a través de la investigación bibliográfica y entrevistas que recogen testimonios tanto de mujeres protagonistas del movimiento, como de las afectadas por él. Así, se presenta la importancia de los influencers en la difusión del efecto a través de narrativas personales, el papel de las redes sociales como principal medio de movilización y combate de la gordofobia.

Palabras clave: Movimiento Body Positive. Estándares Estéticos. Feminismo. Cuerpo.

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura.

² Pós-graduanda em Mídia, Informação e Cultura.

Introdução

O tema de estudo deste trabalho é o movimento Body Positive no Brasil, com foco nas atuações e pautas femininas. Observa-se que se trata de um fenômeno ainda novo no país, e por isso os estudos acerca do assunto são escassos, o que justifica a realização do presente trabalho. Pretende-se contribuir com o levantamento, análise e discussão de novos dados, de maneira a aprofundar sua caracterização.

O objetivo da pesquisa é compreender o movimento, quem são as principais ativistas, como é a articulação país, quais as principais pautas abordadas, qual o motivo do engajamento dos indivíduos e quais as mudanças provocadas nos âmbitos individual e social. Desta maneira, traçar também perfis em comum, situações e histórias pessoais que encontram um espaço na coletividade do movimento.

O padrão estético feminino eurocêntrico há décadas estampa as capas de revista, protagoniza desfiles em passarelas e é visto como um produto pela indústria da beleza, a qual se apropria do discurso de que o corpo da mulher precisa e pode alcançar a perfeição estabelecida pela mídia. O movimento Body Positive aparece, portanto, como um contraponto ao ideal de corpo perfeito estabelecido na sociedade. A hipótese dessa pesquisa é de que o movimento Body Positive tem ganhado mais notoriedade por meio das mídias digitais, especificamente disseminado por vozes de influenciadoras que levantam a bandeira da causa.

A primeira seção do artigo é destinada à contextualização do movimento, com base em dados levantados nos artigos de Luciana Arandas (2018), Carolina Duó de Souza (2019) e por meio das próprias redes sociais. Em seguida, serão estudados conceitos anteriores ao Body Positive em si, especificamente dentro da teoria feminista radical e de Simone Bouvier, onde a discussão de corpo e patriarcado se iniciou. Serão apresentados os debates acerca de gênero, a construção do padrão estético feminino, a utilização da beleza como instrumento de poder, a relação com a indústria da beleza, o crescimento da realização de procedimentos estéticos e a utilização das redes sociais como vitrine de corpos perfeitos por meio da consolidação de uma comunidade *fitness* digital.

Após a indicação dos marcos teóricos e conceituais, será realizado o mapeamento da atuação do movimento no Brasil por meio de pesquisa qualitativa com influenciadoras e membros não-influenciadoras. Na sequência, discutidos os dados obtidos, sugere-se a

importância das redes sociais para a disseminação do movimento, o papel crucial das influenciadoras como porta de entrada e as mudanças causadas pelo debate.

1. Problema de pesquisa

1.1 O movimento Body Positive

Combater os padrões estéticos e as opressões ligadas a ele são os principais focos da mobilização do movimento Body Positive. Dentre os assuntos discutidos por seus integrantes estão principalmente o amor próprio, a pressão estética, o combate à gordofobia e a normalização de corpos diversos com marcas, celulites, estrias, pneuzinhos, peles variadas, tipos de cabelos e formatos físicos. Pautas sobre racismo também integram as discussões.

O movimento encontra sua voz por meio das redes sociais, as quais amplificam debates gerados por influenciadoras e mulheres simpatizantes do movimento que compartilham suas experiências de aceitação corporal, transformando assim a narrativa pessoal em uma identificação coletiva. Elas atuam principalmente no Instagram e, por vezes, Twitter e Youtube com características de um ciberativismo no qual a mobilização social e engajamento se tornaram valores em rede (ARANDAS, 2018, p.10).

O debate acerca do corpo não é algo novo. No entanto, os primeiros vestígios do Body Positive propriamente dito se deu nos Estados Unidos, no final da década de 1990. O Instituto *The Body Positive* foi criado por iniciativa de Connie Sobczak e Elizabeth Scott com o objetivo de fornecer uma comunidade positiva e saudável para indivíduos que sofrem com pressões estéticas corporais, transtornos alimentares, ansiedade, depressão, auto mutilação, abuso de drogas e relações abusivas (The Body Positive, 2020).

Já nas redes sociais, de acordo com a socióloga Luciana Arandas (2018), o início do movimento não tem uma data e nem autoria definida. Ela aponta principalmente para a modelo *plus size* norte-americana Tess Holiday, hoje com 2,1 milhões de seguidores no Instagram e considerada a rainha do Body Positive. No Brasil, o nome mais reconhecido ao falarmos do movimento é Alexandra Gurgel (como apontado nos resultados das entrevistas qualitativas, apresentadas na seção 4 deste artigo), conhecida também pelo seu *user* e canal do Youtube @alexandrismos. Ela começou a falar sobre corpo em 2015 e avançou com pautas sobre autoaceitação e gordofobia. Em 2018 lançou um livro autobiográfico com foco no

assunto, intitulado *Pare de se Odiar*. É o primeiro livro a tratar sobre o Body Positive no país. Em setembro de 2020, a influenciadora contava com 934 mil seguidores no Instagram e 494 mil inscritos no Youtube. Ainda recentemente, ela foi responsável por traduzir o movimento para o Brasil, batizando-o de Corpo Livre – o perfil no Instagram (@corpolive) conta com quase 300 mil seguidores.

Em sua pesquisa sobre o movimento em 2018, a socióloga Luciana Arandas constatou que a *hashtag* #bodypositive contava com 7 milhões de postagens no Instagram. Hoje, dois anos depois, é possível observar o crescimento do movimento pelo engajamento da *hashtag*: já são quase 14 milhões de postagens. Focada apenas no Brasil, a #corpolive possui 278 mil usos em rede. A autora explica a importância de se observar esse número: “quando uma *hashtag* viraliza, deixa de existir um dono(a), caracterizando-se como uma representação coletiva pela sua apropriação por outros usuários da rede”. No entanto, há ressalvas: uma pesquisa rápida pela *hashtag* #bodypositive revela que a sua utilização não está limitada apenas aos apoiadores do movimento, mas cada vez mais tem sido tagueada por membros das comunidades *fitness*, com fotos de corpos malhados na academia. É como se, dentro do uso da *hashtag*, a ideia de positividade corporal estivesse desvinculada de um movimento que discute a gordofobia e se limitasse às questões de saúde.

De todo modo, a lista de influenciadores que levantam a bandeira do Body Positive só aumenta, e os perfis são diversos – gordas, magras, negras, brancas, mulheres com histórias e vivências diferentes, mas que encontraram em comum a luta contra o padrão estético.

Daiana Garbin é uma das vozes a falar sobre aceitação e transtornos alimentares. Ela tem 480 mil seguidores no Instagram (@garbindaiana) e um livro publicado sobre o assunto: *Fazendo as Pazes com o Corpo*. Quem também fala sobre transtornos alimentares e normaliza seu corpo com dobrinhas e pneuzinhos é Mirian Bottan (@mbottan), hoje com mais de 600 mil seguidores na rede social. Já a influenciadora Dora Figueiredo fala sobre amor próprio, relacionamentos abusivos e sexualidade, seguindo a mesma linha de normatizar seu corpo considerado “imperfeito” nos parâmetros sociais. Seu perfil no Instagram (@dorafigueiredo) tem 712 mil seguidores. Todas elas podem ser consideradas magras, e por isso as pautas seguem mais na linha de pressão estética e amor próprio.

As influenciadoras gordas trazem consigo também o debate sobre gordofobia para o movimento. Além de Alexandra Gurgel, um dos nomes que se destaca é a modelo *plus size* Letticia Munniz, com 712 mil seguidores no Instagram (@letticia.munniz). Na mesma linha

está a Juliana Romano, focada em postagens no mundo fashion *plus size*. Hoje seu perfil (@ju_romano) possui 467 mil seguidores.

Nesse cenário, os homens são minoria, mas destaca-se em especial o ciberativismo de Caio Revela (@caiorevela), com 95 mil seguidores. Além do movimento Body Positive, o influenciador também levanta a bandeira LGBTQ+. Na pesquisa qualitativa aqui realizada e apresentada nas páginas seguintes, é possível compreender mais sobre o posicionamento das mulheres membros do movimento, como o movimento se articula e o que liga essas mulheres em uma luta em comum.

2. Marcos teóricos e conceituais

2.1. Corpo e patriarcado

Ainda na barriga da mãe, ouve-se a pergunta: é menino ou menina? Se a criança tiver um pênis, inicia-se a construção do que é ser homem a partir das perspectivas da masculinidade, construção de um sistema patriarcal. Caso o feto tenha uma vagina, se inicia a construção da feminilidade, esta de caráter opressivo, igualmente estabelecida pelo sistema patriarcal. A diferença entre o homem e a mulher reside na biologia, mas no momento em que é declarado o seu sexo, a leitura daquele indivíduo é feita de acordo com o instrumento de gênero. Simone de Beauvoir foi uma das primeiras teóricas feministas a abordar esse assunto em sua raiz, explicitando tal construção de gênero em uma de suas mais célebres frases: “ninguém nasce mulher, torna-se”. Segundo Beauvoir (1949, p. 11):

Nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado, que qualificam de feminino. Somente a mediação de outrem pode constituir um indivíduo como um Outro. Enquanto existe para si, a criança não pode apreender-se como sexualmente diferenciada. Entre meninas e meninos, o corpo é, primeiramente, a irradiação de uma subjetividade, o instrumento que efetua a compreensão do mundo: é através dos olhos, das mãos e não das partes sexuais que apreendem o universo.

No entanto, o conceito de masculinidade e feminilidade é enxergado com naturalidade, como se fosse algo essencial ao ser. É deste modo que a construção de gênero se faz a maior

arma de um sistema opressor às mulheres, a fim de mantê-las sob o domínio dos homens em uma estrutura social antes mesmo do nascimento, como bem explica Welzer-Lang (2001, p. 461): “A opressão das mulheres pelos homens é um sistema dinâmico no qual as desigualdades vividas pelas mulheres são os efeitos das vantagens dadas aos homens”.

Da mulher espera-se comportamentos submissos, atribui-se a ela tarefas do lar e do cuidado com o casamento, automaticamente fazendo com que ela se anule para que o homem prospere. Isso é apenas a ponta do iceberg. Ao redor do mundo, crianças são mortas ainda dentro do útero ou logo após do nascimento, simplesmente por terem uma vagina. E é uma realidade nem tão distante quanto parece: recentemente no Brasil, em 2019, um pai assassinou sua própria filha apenas pelo fato de ela ter nascido mulher.

Não somente homens e mulheres não percebem da mesma maneira os fenômenos, que são no entanto designados pelas mesmas palavras, mas sobretudo não percebem que o conjunto do social está dividido segundo o mesmo simbólico que atribui aos homens e ao masculino as funções nobres e às mulheres e ao feminino as tarefas e funções afetadas de pouco valor. Esta divisão do mundo, esta cosmogonia baseada sobre o gênero, mantém-se e é regulada por violências: violências múltiplas e variadas as quais das violências masculinas domésticas aos estupros de guerra, passando pelas violências no trabalho tendem a preservar os poderes que se atribuem coletivamente e individualmente os homens à custa das mulheres. (WELZER-LANG, 2001, p. 461).

Dentro deste contexto, evidencia-se que o corpo biológico da mulher é utilizado como forma de opressão desta, sendo essa opressão causada pela construção de gênero. Segundo a antropóloga Adriana Piscitelli (2002, p. 4), a teoria radical do feminismo aponta que “o corpo aparece, assim, com o centro de onde emana e para onde convergem a opressão sexual e desigualdade”. Ou seja, a mulher ainda não é dona de seu próprio corpo. Luta-se pela autonomia da escolha da (não) maternidade, do aborto, da quebra dos padrões estéticos. Luta-se contra o sentimento de posse e de objetificação sexual, contra o assédio, o estupro, o feminicídio, contra a mutilação de suas genitálias.

O movimento feminista iniciou o debate sobre a pauta “corpo” entre os anos 1960 e 1970, durante a segunda onda do feminismo, explicitando que o corpo da mulher não era sequer estudado pela ciência. Foi neste mesmo momento em que a pílula anticoncepcional foi lançada, em teoria criando maior liberdade sexual – muito embora até hoje se discuta sobre seus graves efeitos colaterais e a falta de maiores pesquisas (ou interesse) na área.

Em contraposição a todos os direitos que foram conquistados com a segunda onda do feminismo, a imagem de beleza feminina começou a ser utilizada como uma arma política contra a evolução da mulher, o que Naomi Wolf (1992, p. 25-38) denomina como o mito da beleza: “Ela se fortaleceu para assumir a função de coerção social que os mitos da maternidade, domesticidade, castidade e passividade já não conseguem impor”.

Ainda de acordo com Wolf, o mito da beleza estabelece uma narrativa naturalizada na sociedade como algo imutável: as mulheres precisam procurar incansavelmente pelo ideal de beleza, este entendido de maneira universal e objetiva, como um fato consolidado. Os homens, por sua vez, não têm essa mesma obrigação. Dentro do mito, eles lutam pelas mulheres belas, pois elas são as que terão melhor sucesso na reprodução. Essa é a ideia mitológica do que seria a beleza. No entanto, Wolf aponta justamente para o seu verdadeiro poder na sociedade: “é um sistema monetário semelhante ao padrão-ouro. Como qualquer sistema, ele é determinado pela política [...] e combina o último e melhor conjunto para manter intacto o domínio masculino”. O corpo da mulher é, desta maneira, um instrumento de poder do sistema, o qual garante que as mulheres estejam oprimidas, longe de ascender nas esferas social, econômica e política.

2.2. Pressão Estética

A aparência física da mulher é regulada e vigiada de forma constante. Não apenas pelo sistema de gênero, como apontado anteriormente, mas somado ao capitalismo. “No processo de globalização, ao apoiar-se na ideologia do consumo, o indivíduo reduz seu corpo ao valor da aparência e, conseqüentemente, torna-o um objeto do mercado” (SANTOS, 1998, p. 54-57). Essa passagem é também a abertura do artigo “Mulher Light: Corpo Dieta e Repressão”, da nutricionista Maria do Carmo Soares de Freitas. Em seu texto, pontua que a aparência corporal abriga símbolos culturais, os quais determinam o que é bom e ruim, feio e belo, rico e pobre. O que, dessa maneira, faz com que o corpo ganhe valor estético de acordo com a cultura que o sujeito está inserido. Em uma cultura globalizada e majoritariamente tomada pelos ícones norte-americanos e eurocêntricos, o padrão de beleza se baseia na imagem dos indivíduos que suas obras e produções representam: branco, magro e sem defeitos.

A autora pontua que esses valores somam-se para construir uma ideia de identidade atrativa, sedutora e socialmente aceitável: “com essa perspectiva, surge a convenção da modificação do corpo, ajustada por um ponto de vista que se dirige à semelhança, e a aparência passa a ser a chave do sucesso” (FREITAS, 2002, p. 23-34). Ela ainda aborda especificamente o culto da sociedade ao mundo *light* e *clean*: são significados “com o enaltecimento do poder de uma aparência magra ou leve a ser representada por um corpo sem qualquer pecado pesado e, por isso, limpo”. É uma nova forma leve e iluminada de se apresentar ao mundo. Essa ideia é constantemente difundida e reforçada pela mídia, e assim sustenta-se o medo de engordar.

Esse é o sentido que age como um temor do fantasma do estigma que a imagem gorda associa. Dessa disposição, permanece na mulher um constrangimento sexual que não só a exclui do voyeurismo da sociedade moderna, como lhe impõe uma restrição do prazer, a partir do reconhecimento do sacrifício do paladar, com a adoção de dietas restritas que, esteticamente, compõem uma vida *light* [...] Os padrões de beleza, de certo modo, são colocados como uma condição mítica em que a mulher se sustenta para perseguir um modelo para seu corpo, para sua vida. (FREITAS, 2002, p. 26)

Desta maneira, capitaliza-se o corpo e a ideia de atingir o padrão ideal. Nasce então a chamada indústria da beleza, a qual explora o impulso consumista e o sentimento de inadequação da aparência dos corpos – especialmente os das mulheres. A indústria da beleza abarca os mais diferentes produtos e serviços voltados à aparência e modificação dos corpos, dentre eles: cosméticos, maquiagens, procedimentos estéticos e cirúrgicos. É essa busca constante do corpo perfeito, impulsionada pela mídia tradicional e, mais recentemente, pelas redes sociais, que tem causado tanto desconforto perante o espelho e feito com que essa indústria cresça cada vez mais. Ao mesmo passo, a frustração de não alcançar o padrão estético tem gerado cada vez mais transtornos de ansiedade, alimentares, de dissociação corporal e depressivo (ARANDAS, 2018). Se torna uma busca tão incessante que, até mesmo as mulheres que estariam dentro do padrão estético, continuam incomodadas com sua aparência e buscam incessantemente por procedimentos (estes cirúrgicos ou não) para modificar a si mesmas e alcançar um visual inalcançável.

Hoje, o Brasil é oficialmente o país em que mais ocorrem cirurgias estéticas, de acordo com a Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAP). Só no ano de 2018, foram

realizadas 1.498.327, dentre as quais 87,4% dos pacientes eram mulheres. Em 2011, o Mapa da Vaidade Nacional apontou que 9 em 10 mulheres entrevistadas não se sentiam satisfeitas com o próprio corpo.

2.2.1. O corpo perfeito em evidência

Se anteriormente as revistas voltadas ao público feminino estampavam dietas e magreza em suas capas, a migração para a internet carregou este discurso consigo, amplificando ainda mais o seu alcance. Nas redes sociais, o culto ao corpo perfeito e a cultura da dieta tornaram-se uma espécie de comunidade que reforça os padrões: a *fitness*, como bem exemplifica a socióloga Luciana Arandas (2018, p.7):

Isso se deu especialmente por meio da disseminação de perfis, grupos e comunidades que passaram a dedicar esforços na construção de um discurso que prega um estilo de vida permeado pela cultura da dieta, que é atravessada por restrições alimentares, pela necessidade de caber num determinado tamanho de roupa, geralmente entre o 36 e 40 ou na escala entre o PP e o M, desconsiderando a diversidade de biotipos.

A necessidade de apresentar-se sempre de maneira perfeita em redes, a princípio, pode parecer natural. Todo mundo quer ficar bem nas fotos. No entanto, o uso de filtros e ferramentas de edição têm levado a uma comparação contínua a corpos e rostos inexistentes na realidade. Para além de algo que acontece apenas em rede, essa influência realmente atuou de maneira negativa na auto percepção de mulheres ao redor do mundo.

A “dismorfia snapchat”³ é um exemplo alarmante disso. Segundo uma pesquisa conduzida pela Boston Medical Center em 2018, os filtros de aplicativo e edição de imagem têm cada vez mais alterado a percepção de imagem própria dos usuários. O estudo aponta que quase 55% dos cirurgiões plásticos tiveram pacientes que pediram alterações para que as *selfies* ficassem mais agradáveis. Foi constatado então a “dismorfia *snapshot*”, na qual os indivíduos procuraram pelos cirurgiões plásticos levando como referência seu próprio rosto, porém este alterado com um filtro. A ideia era se modificar daquela maneira: como se tivesse um filtro na vida real.

³Medical Daily. **What Is Body Dysmorphic Disorder? Filters, Selfies Hurt Body Image, Study Says.** Disponível em:

<www.medicaldaily.com/what-body-dysmorphic-disorder-filters-selfies-hurt-body-image-study-says-426674>.

Ainda de acordo com o estudo da Boston Medical Center, a dismorfia corporal atinge uma a cada cinquenta pessoas no mundo. Essa distorção da autoimagem é um dos sintomas presentes em pessoas com transtornos alimentares, tais como bulimia e anorexia nervosa. De acordo com um artigo publicado pelo Ambulatório de Bulimia e Transtornos Alimentares do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (SAIKALI, 2004, p. 164-166), existem evidências de que os indivíduos com transtornos alimentares sentem-se pressionados pela mídia para serem magros, e ainda “reportam terem aprendido técnicas não-saudáveis de controle de peso (indução de vômitos, exercícios físicos rigorosos, dietas drásticas) através desse veículo”.

3. Metodologia

Com objetivo de compreender o movimento Body Positive e sua atuação no Brasil a partir das redes sociais, foi feito um mapeamento de diferentes perfis de participantes dos debates acerca do movimento. Dentre eles encontram-se vozes ativas de influenciadoras digitais e membros não-influenciadoras, mas que igualmente tratam do assunto em suas postagens e engajam nas discussões e pautas.

As influenciadoras foram selecionadas de acordo com o alcance de suas contas, levando em consideração a diversidade de perfis existentes entre elas. Nesse sentido, foram mapeadas mulheres negras e brancas, gordas e magras, héteros e integrantes do movimento LGBTQ+. Foram selecionadas para as entrevistas Dora Figueiredo e Rízia Cerqueira. Também buscou-se contatar Mirian Bottan, Letticia Munniz, Raíssa Galvão e Juliana Romano, mas não se obteve retorno. Durante dois meses, também foi tentado contato com a influenciadora Alexandra Gurgel, igualmente sem sucesso. Por se tratar de um dos maiores nomes no movimento Body Positive cuja vivência muito poderia contribuir com a pesquisa, utilizou-se como material de pesquisa depoimentos extraídos de seu livro autobiográfico *Pare de se Odiar*, lançado em 2018.

O primeiro contato com as influenciadoras se deu via e-mail, a fim de apresentar a pesquisa e agendar uma entrevista, esta semi-estruturada e padronizada com vinte questões sobre o movimento Body Positive (cf. Apêndice). Em razão do isolamento social ocasionado pela covid-19, todas as entrevistas ocorreram on-line, da maneira que fosse mais acessível para a entrevistada. As opções foram: por chamada de vídeo, áudio, aplicativo de mensagem

instantânea ou pelo próprio e-mail. As perguntas foram direcionadas de maneira a entender mais a causa, o que fez com que aquela pessoa levantasse a bandeira, como é o engajamento, compreender qual o público que ela atinge, quais as pautas mais discutidas, quais mudanças são percebidas socialmente e discutir mais a fundo o que o movimento Body Positive representa.

Já o mapeamento das não-influenciadoras, do público, se deu por meio de páginas relacionadas ao movimento. Para encontrar mulheres diversas e bem engajadas com as pautas, foi monitorada a conta do Instagram Movimento Corpo Livre (@movimentocorpolivre), que atua de maneira mais interativa, dando senso de comunidade. Utilizando a hashtag #corpolivre, as mulheres postam fotos de seu corpo fora do padrão, e estas são compartilhadas na *timeline* do Movimento Corpo Livre. Dentre essas mulheres que ativamente discutem e levantam a bandeira do Body Positive, foram selecionados oito diferentes perfis, levando em consideração a diversificação de etnias, idade e localidades no Brasil. As que participaram das entrevistas foram: Bárbara Melo, Daniela Bernardo, Gabriela Schwarzbach, Giovana Smeets, Jéssica Dias, Jéssica Maria de Almeida, Rafaela Ferreira e Sara Siqueira.

As entrevistas também foram conduzidas on-line, todas por aplicativo de mensagem instantânea. Foram sete questões semi-estruturadas abordando o movimento Body Positive e as impressões delas dentro do meio, o que mudou depois de se engajarem, por onde elas se informam e se articulam, quais as influenciadoras que mais acompanham.

4. Apresentação e discussão dos dados

Por meio de comparação entre as respostas das entrevistadas foi possível constatar histórias que se repetiam. A partir disso, com base nos tópicos comuns das falas das entrevistadas, pôde-se organizar grandes eixos de discussão que serão enunciados a seguir. Em muitas das respostas foram mencionados, inclusive, termos parecidos: liberdade, gordofobia e amor próprio estão entre os mais citados. Dentro das respostas obtidas, foram selecionados os conteúdos que pudessem responder às interrogações que motivam esta pesquisa (como se dá o engajamento ao movimento, quais as pautas em destaque, como é a atuação dentro e fora das redes, qual o papel das influenciadoras). Algumas das mulheres entrevistadas não foram diretamente citadas no desenvolvimento das seções a seguir por conta

de redundância dos conteúdos, mas foram essenciais para compreender e estabelecer as discussões aqui apresentadas.

4.1. Influenciadores: a porta de entrada para o movimento

Os influenciadores exercem um papel crucial para a disseminação do Body Positive. Todas as entrevistadas, tanto as influenciadoras quanto as participantes não-influenciadoras, foram unânimes quanto a isso: o primeiro contato com o movimento acontece via redes sociais. O nome de Alexandra Gurgel é o mais citado, mas Thaís Carla, Luiza Junqueira, Raíssa Galvão e Juliana Romano também aparecem como figuras relevantes.

Apesar de as redes sociais possibilitarem o engajamento coletivo, a descoberta do movimento não provoca mudanças automáticas. O movimento aparece como uma fonte nova de reflexão ou, para outros casos, como um espaço onde as ideias individuais de corpo livre encontram uma comunidade.

Algumas mulheres contam que já buscavam por um discurso Body Positive antes mesmo de descobrir um movimento que abrigasse suas ideias, como foi o caso da professora curitibana Gabriela Schwarzbach, de 25 anos. Ela conta que conviveu por muito tempo com compulsão alimentar sem saber, passando por nutricionistas e dietas restritivas que apenas agravavam seu problema. Quando finalmente descobriu sobre sua condição, passou a procurar por uma abordagem positiva sobre o corpo, por conteúdos em rede que não exaltassem dietas. E foi nessa busca que acabou encontrando criadores de conteúdos e profissionais de diversas áreas. O termo Body Positive lhe foi apresentado por meio do perfil de Alexandra Gurgel.

Ou seja, o processo de questionamentos acerca dos padrões estéticos já se manifestava em muitas das entrevistadas antes mesmo de conhecerem o movimento. É também o caso da influenciadora alagoana Rízia Cerqueira, de 26 anos. Ela comentou que passou por um processo difícil de desconstrução sobre seu corpo, de cuidar de si mesma física e mentalmente e compreender que estava tudo bem em ser gorda: “Só depois fui saber que existia esse movimento Body Positive e entender que o corpo positivo não precisava ser especificamente o corpo igual ao meu, o corpo igual ao da pessoa que me inspirava. O corpo positivo é qualquer tipo de corpo”, explica. Não diferente dos outros depoimentos, Rízia também apontou Alexandra Gurgel como uma de suas primeiras fontes para compreender o movimento.

Por outro lado, a atuação nas redes sociais é capaz de levar a reflexão para mulheres que nunca antes haviam se questionado sobre o assunto – e que, inclusive, podem ter uma certa resistência a ele. É o caso da influenciadora paulista Dora Figueiredo, de 26 anos, que teve o primeiro contato com o movimento por meio de outras influenciadoras. À primeira vista, Dora conta que achava incrível ver as pessoas se amando, mas sentia que não se encaixava ali: “tinha até algumas coisas que me incomodavam de ver, e eu falava: ai, essa menina não é possível que ela se goste assim. Porque eu me odiava, sendo que eu era padrão”, explica. Hoje, ela é vista como uma das principais vozes do Body Positive e seus conteúdos abordam principalmente amor próprio, saúde mental e relacionamentos. Inclusive, foi após o término de um relacionamento abusivo que Dora Figueiredo passou a ser uma voz ativa do movimento e se aprofundou em discussões sobre aceitar a si e ao seu corpo.

4.2. Relacionamentos abusivos

Dentre as trajetórias em comum das mulheres engajadas com o movimento, muitas passaram por um relacionamento abusivo. Dentro desse tipo de relacionamento, a autoestima da mulher é fragilizada. Dora Figueiredo conta que desenvolveu transtornos alimentares, o seu agressor constantemente a humilhava por conta da aparência e, inclusive, controlava o que ela comia ou deixava de comer. Ela explica que, quando saiu do relacionamento, sentiu que tinha voltado a viver. Ainda em recuperação do trauma vivido, a influenciadora ganhou dez quilos – os quais foram prontamente notados e julgados por seguidores nas redes sociais. Ela conta que comentavam tanto que ela estava grávida, que até mesmo fez um teste de gravidez para se certificar: “Um dia eu cansei dos comentários, peguei uma foto em que minha barriga estava aparecendo e fiz uma legenda, falando: Vocês não têm o direito de questionar o meu corpo, não tem o direito de ficar me perturbando por causa disso”, relembra. Ela explica que foi a partir daí que começou a se posicionar como parte do movimento Body Positive, criando conteúdos sobre o assunto.

A gastrônoma carioca Sara Siqueira, de 35 anos, entrou em contato com o movimento Body Positive enquanto estava em um relacionamento abusivo. Ela conta que viveu em negação por anos, sem acreditar que passava por aquela situação: “Foi convivendo com outras mulheres gordas que entendi o que estava acontecendo, que aquilo não fazia bem para minha saúde mental. Foi o que me deu coragem para sair da relação”, relembra.

4.3 Luta contra transtornos alimentares

Os transtornos alimentares também estão presentes nas histórias de grande parte das mulheres do movimento. É uma das pautas tratadas constantemente, levantadas e discutidas nas redes sociais. Como apontado anteriormente, a história de Gabriela Schwarzbach com o Body Positive começou com o diagnóstico da compulsão alimentar, considerado um transtorno alimentar. Ela explica que o engajamento com o discurso do movimento foi crucial para o seu processo de tratamento. Ela diz que vivia em busca da perfeição desde a sua adolescência, e que isso já estava se tornando exaustivo. Acreditava que, quanto mais magra fosse, mais sucesso teria: “Eu estava doente, e junto com o diagnóstico de compulsão, o movimento me fez entender que isso foi criado em mim e que meu peso não dizia nada sobre minhas competências na vida”, explica a professora.

Em seu livro, Alexandra Gurgel (2018) também fala sobre a vivência com transtornos alimentares. A influenciadora relata que sentia ódio e nojo por seu corpo, e encontrou na internet uma comunidade inteira voltada ao submundo da anorexia e bulimia – doenças que ganharam apelidos carinhosos de Ana e Mia, respectivamente. Ela conta que fazia orações de ódio-próprio, onde se rebaixava a todo instante por não estar emagrecendo. Utilizava laxantes e diuréticos na tentativa de perder peso. A todo instante estava bombardeada por discursos de que o ideal de beleza era o da magreza: “Sair desse ciclo é difícil demais e, em diversos casos, não saímos dele com vida”, relata Gurgel.

4.4 Gordofobia

Independente de a mulher ser gorda ou não, existe uma preocupação geral acerca da gordofobia dentro do movimento Body Positive. Como apontado anteriormente, toda mulher sofre com a pressão estética – seja ela considerada dentro do padrão ou não. No entanto, a questão da gordofobia aponta para preconceitos estruturais contra a pessoa gorda: falta de acessibilidade, de inclusão social e despreparo até mesmo na área da saúde. Existe ainda uma separação: há as gordas menores, que são consideradas gordas pela sociedade, mas ainda encontram acessibilidade – e as gordas maiores, que dificilmente encontram roupas em lojas populares e têm dificuldade de acesso a serviços públicos. Uma das premissas do movimento

é desconstruir ideias relacionadas às pessoas gordas. Não necessariamente alguém com sobrepeso tem problemas de saúde.

A influenciadora Rízia Cerqueira é uma mulher gorda e negra. Ela comentou que, durante seu processo de compreender mais a si mesma, passou a se questionar sobre partes de seu corpo que as pessoas apontavam como defeito: “Eu fui entendendo quem eu era, o que era meu corpo. Estava tudo bem com ele! Inclusive, tinha feito exames e eu estava bem”. Ela explicou que existe resistência do público em ouvir as vivências de pessoas negras, especialmente as mulheres gordas de tamanho maior: “Se uma pessoa magra fala sobre aceitação, o discurso dela é bem mais aceito do que uma pessoa gorda e negra falando sobre aceitação”.

Dentro do Body Positive, as mulheres magras mostram ter consciência disso. A influenciadora Dora Figueiredo diz que, apesar de ser uma voz ativa do movimento, ainda se encontra em um local de escuta: “Eu sempre deixo muito claro que as mulheres gordas é que têm que estar à frente, porque são elas que sofrem gordofobia, são elas que se ferram mais”. Ela explica que procura sempre dar espaço em seu Instagram para outras ativistas, para que exista sempre aprendizagem no meio.

A gordofobia é uma realidade para grande parte das mulheres engajadas no movimento. A estudante mineira de Direito Jéssica Fonseca, de 19 anos, conta que seu corpo era motivo de vergonha para ela. Por ser gorda, explica que conviveu com a gordofobia durante toda a vida, tentando sempre se encaixar em um padrão inalcançável. O relacionamento com seu próprio corpo só passou a mudar quando descobriu uma influenciadora com corpo parecido com o seu, Raíssa Galvão (@rayneon): “Me identifiquei com ela e comecei a me ver com outros olhos. Passei a acompanhar *influencers* mais parecidas comigo, até transformar totalmente minha *timeline* do Instagram”. Ela conta que mudou completamente a rede social: antes era um espaço tóxico, cheio de corpos irreais. Depois de conhecer o movimento, o Instagram passou a ser um ambiente de conforto e representatividade.

No geral, o combate à gordofobia aparece como um dos principais problemas a serem combatidos pelo movimento. Quem aponta essas barreiras é Jéssica Dias, advogada e modelo *plus size* de 29 anos, moradora de Natal, no Rio Grande do Norte. Ela explica que, apesar do movimento estar avançando, enxerga uma barreira muito grande a ser ultrapassada: “acho que ainda há muita hipocrisia com relação a aceitação do corpo gordo, socialmente falando. Ainda

existem muitos fiscais de saúde disfarçados de preocupados”. A advogada ainda acrescenta que são necessárias adequações nos meios de convívio, como cadeiras mais largas em transportes públicos e modelagens maiores em lojas de departamento.

4.5 Moda plus size

Dentro do movimento Body Positive, a moda *plus size* é motivo de engajamento de muitas mulheres. Não à toa, muitas das influenciadoras do Body Positive são modelos – e mesmo as que não são, eventualmente acabam sendo abordadas por marcas voltadas ao mundo *plus* e produzem conteúdos sobre. Além das influenciadoras já citadas Lettícia Munniz e Juliana Romano, outras que se destacam são: Beatriz Gremion (@biagremion), Raíssa Galvão (@rayneon), Jéssica Lopes (@jessicalopes) e Isabella Trad (@todebells).

Rízia Cerqueira, uma das influenciadoras entrevistadas para o desenvolvimento deste artigo, é embaixadora da Fashion Nova Curve, marca de roupas voltada a mulheres gordas e curvilíneas. Ela explica que são peças mais sensuais, algo geralmente interdito para mulheres gordas: “eu trabalho com isso, mostrando meu corpo com estria, celulite”. Ela acrescenta que é justamente por ter coragem de se mostrar, de usar roupas ousadas, que as pessoas se identificam. Rízia, inclusive, foi chamada para participar do Big Brother Brasil, em 2019: “no programa eu desfilava direto de biquíni. Não tinha vergonha de conviver com meninas de corpo padrão e isso passou uma ideia positiva para as mulheres que se inspiravam em mim”.

Pela escassez de roupas *plus size* em lojas de departamento, as influenciadoras acabam tendo um papel importante de divulgação de marcas específicas para essas mulheres, aumentando as opções de estilos. Se antes elas tinham de se limitar a quaisquer peças que lhe coubessem, hoje existe um mercado que tenta atender às suas necessidades. Das entrevistadas, todas fizeram citações ao mundo da moda. Muitas delas são, inclusive, modelos.

É o caso da advogada Jéssica Dias. Ela conta que se interessou pela profissão em 2012, mas que na cidade de Natal, no Rio Grande do Norte, não haviam muitas oportunidades para quem era *plus size*. Foi ter a chance de atuar nesse mercado apenas em 2015, quando uma agência de modelos local abriu seleção para mulheres gordas. A partir daí, passou a ter mais contato com esse universo e conheceu o movimento Body Positive.

Quem tem história parecida é a gastrônoma Sara Siqueira, também já apresentada anteriormente. Ela conta que sempre sonhou em ser modelo, mas mesmo quando era magra

não conseguia ser empregada. Há cinco anos atrás, descobriu o mundo *plus size* e passou a conviver com modelos e influenciadoras da área – foi também quando entrou em contato com o movimento Body Positive.

A questão da moda é percebida e criticada até mesmo por mulheres que estão dentro do padrão. A professora Gabriela Schwarzbach explica que não é gorda, mas mesmo assim tem dificuldades em encontrar roupa íntima que lhe sirva, por conta do tamanho dos seios: “se eu, que ainda estou de certa forma no padrão, não encontro minha numeração em grande parte das lojas, imagina quem realmente não está nos padrões impostos, como uma mulher gorda maior”.

A moda tradicional acaba ocupando um papel de opressão na vida dessas mulheres. E não é tão difícil de entender: se os desfiles de moda e capas de revistas são estrelados por modelos magérrimas, como sentir que aquele mundo pertence a alguém tão fora do padrão estético dito como ideal? A comunicóloga paranaense Rafaela Lima, de 29 anos, conta que o movimento Body Positive foi justamente o que fez com que ela se libertasse de discursos repressivos da mídia e da moda: “antes eu pensava: preciso emagrecer para caber em uma roupa. Com o Body Positive, entendi que a roupa é que tinha de caber em mim. A vida não é linear, ela é curvilínea, assim como meu corpo”.

4.6 Impactos nas vidas pessoais das integrantes

Assim como para Rafaela Lima, mencionada no tópico anterior, o movimento Body Positive parece impulsionar mudanças significativas para as mulheres que nele se engajam. Com base nos depoimentos das entrevistadas, a difusão do discurso de um corpo livre pode impulsionar a transformação da relação que o indivíduo tem com o próprio corpo. Se o discurso midiático e social mais recorrente associa-se ao reforçamento e policiamento de supostas “falhas” corporais, produzindo constantes demandas para atingir um padrão de corpo, o Body Positive chega para questionar, desconstruir preconceitos e construir uma nova visão dos corpos. Durante as entrevistas, quando perguntadas sobre o que o movimento significa para cada uma, a palavra que mais se repete é: liberdade. A advogada Daniela dos Santos, de 36 anos, ainda acrescenta: “em uma sociedade que valoriza a perfeição, ter uma representação de amor próprio é um ato de coragem”.

A especialista em *customer experience* Giovana Smeets, de 26 anos, buscou o movimento em 2017, impulsionada pelo desejo de parar de limitar sua vida por não estar dentro dos padrões estéticos. Ela diz que existe uma Giovana completamente diferente antes do movimento, e outra depois de aceitar seu corpo. Saber que não está sozinha nessa jornada de desconstrução e amor próprio é o que motiva ela a seguir em frente cada dia: “cada dobra (ou falta dela) conta uma história, faz parte de quem eu tenho me tornado. Eu tenho que celebrar isso, e não tentar esconder ou me limitar”.

De acordo com os depoimentos, construir uma nova relação consigo mesma é um passo extremamente importante para mulheres que sofrem com transtornos alimentares, ansiedade, depressão e outros distúrbios psicológicos. Segundo a influenciadora Dora Figueiredo, o movimento Body Positive é uma opção mais saudável de lidar com o corpo e com o amor próprio: “é uma oportunidade de se conhecer melhor, de ter uma relação boa consigo mesmo”.

O crescimento do movimento nas redes sociais também é algo a ser considerado. A influenciadora Rízia Cerqueira declarou que passou por seu processo de aceitação corporal quando o tema ainda não era amplamente discutido, e por isso foi um caminho muito mais difícil de ser percorrido: “o movimento é importante para mim porque hoje entendo o que passei, mas é ainda mais importante porque outras pessoas poderão se desconstruir com mais informações, mais apoio”.

Para a advogada Jéssica Dias, o movimento Body Positive lhe deu forças para que pudesse trilhar o caminho da autoaceitação. Ela conta que passou a se olhar com mais carinho, se identificar com mulheres semelhantes a ela e abrir novos horizontes para conquistas de mulheres gordas: “o movimento representa mudança, progresso, auto amor, respeito e alguns outros sentimentos bons que podemos aplicar quando nos conhecemos e nos amamos”.

4.7 Impactos sociais e metas a serem alcançadas

Se mudar no âmbito pessoal já não é tão fácil quanto parece, quando se trata de estruturas sociais ainda há muito a ser percorrido. No geral, as entrevistadas reconhecem que hoje existe maior visibilidade de corpos fora do padrão na mídia. No entanto, todas apontam que ainda há muito preconceito na esfera social e uma desconfiança de que as marcas estejam utilizando do discurso Body Positive apenas como estratégia de marketing.

Um dos casos mais citados entre as entrevistadas é o da Victoria's Secret. A empresa vinha passando por inúmeras polêmicas, e constantemente era alvo de críticas por apenas utilizar de modelos altas, magras e brancas em seus desfiles. Em 2019 a marca chegou a anunciar uma modelo *plus size*, o que gerou ainda mais polêmica: a modelo vestia tamanho 44 e estava sendo considerada como fora dos padrões. Naquele mesmo ano, a Victoria's Secret anunciou o fim de seus aclamados desfiles anuais. Sobre essa ocorrência, uma das entrevistadas, a paulista Giovana Smeets, pontuou:

As marcas são genuínas em achar esses corpos bonitos ou só o fazem por uma pressão atual? Também penso que o movimento começou por incluir grupos gordos e de cores diferentes, mas quando pensamos em etnias (índios, asiáticos, muçulmanos) ou deficiência físicas, ainda há muito a ser conquistado.

As mudanças são notadas, mas é observado que o ritmo delas é lento. A representatividade está aumentando de forma gradativa, mas a prioridade aparece no combate à gordofobia. Quanto a isso, o cenário não parece vantajoso, principalmente porque requer iniciativas políticas quando falamos em acessibilidade: “a catraca e os bancos estão do mesmo tamanho, tá tudo igual. Algumas marcas só estão começando a pensar em modelagem maior, mas é sempre uma linha *plus size*, algo à parte”, relata a influenciadora Dora Figueiredo. Para ela, existem dificuldades internas e externas a serem ultrapassadas: a interna seria o fato da autoestima estar muito ligada ao estético, à aparência. A externa, ela pontua como a gordofobia – o fato de que pessoas gordas não conseguem se locomover, se vestir, utilizar equipamentos públicos de maneira adequada.

A fim de quebrar essa valorização a um certo padrão estético, a ampliação do movimento está na pauta de grande parte das entrevistadas. Para a professora Gabriela Schwarzbach, essa cultura da perfeição corporal é o que leva as mulheres ao fundo do poço: “é preciso alcançar mais pessoas e estabelecer uma cultura em que, quando pensarmos em saúde, entenderemos que a saúde mental é tão importante quanto a física”, explica.

Nesse sentido, existe ainda um senso comum de que as gerações mais velhas têm mais dificuldade em aceitar o discurso Body Positive por estarem inseridas em um contexto machista. Para Giovana Smeets, o que falta ser alcançado é justamente que o movimento saia da esfera de redes sociais e atinja os núcleos familiares: “é importante quebrar paradigmas e

construir uma sociedade menos machista, onde o corpo não é feito para agradar os olhares masculinos”.

4.8 O movimento Body Positive fora das redes

A força e o engajamento do movimento Body Positive se encontram especialmente nas redes sociais. Por meio das entrevistas foi possível constatar que a participação de grupos de discussão é algo comum, mas que ainda fica limitado ao ambiente das redes. As iniciativas fora do virtual são escassas, mas ainda existem. O destaque vai para a festa “Toda Grandona”, que acontece anualmente nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Ela foi criada pelos influenciadores Caio Revela, Alexandra Gurgel, Bernardo Boechat e Juliana Rangel. É uma festa que promove o Body Positive, um ambiente seguro e agradável para corpos de todos os tamanhos.

Conforme indicado em uma das entrevistas, na cidade de Natal, no Rio Grande do Norte, a advogada Jéssica Dias idealizou com algumas amigas o projeto “Gorda na Praia”, que basicamente consiste em promover um encontro para mulheres gordas irem à praia juntas, se conhecerem e darem apoio mútuo na hora de vestir uma roupa de banho em público. Também são realizados bazares de roupas *plus size*. A advogada esclarece: “o objetivo é fazer com que as mulheres se conheçam, criem laços e que não se sintam só”.

4.9 Dificuldades no caminho: discurso de ódio

O discurso de ódio nas mídias digitais se tornou um fenômeno a ser observado ao redor do mundo. De acordo com Marco Aurélio Moura (2016) ele pode ser caracterizado como um discurso que exprime a ideia de ódio ou desprezo direcionado a determinados grupos, normalmente compostos por minorias. A socióloga Luciana Arandas (2018) aponta que Tess Holliday sofre de ataques gordofóbicos nas redes sociais. O mesmo é observado no caso de influenciadoras brasileiras. Em seu perfil do Instagram, Alexandra Gurgel (2020) desabafou que recebe constantes ameaças e insultos. Sua imagem foi utilizada para piadas gordofóbicas inúmeras vezes pelo comediante Danilo Gentili. Ele conta com mais de 17 milhões de seguidores no Twitter, e cada vez que ele ofende pessoalmente Alexandra Gurgel, grande parte desses seguidores faz o mesmo. A contraposição ao movimento vem de

diferentes formas, muitas vezes com acusações de romantização da obesidade e utilização de um discurso *fitness* e gordofóbico como argumento.

Apesar de não se enquadrar como uma pessoa gorda, a influenciadora Doria Figueiredo, durante a entrevista, afirmou que toda vez que faz um conteúdo ligado ao Body Positive ou posta uma foto sua de lingerie, sofre ataques de ódio. O teor dos ataques é o mesmo visto no caso de Alexandra Gurgel: questionam a saúde, humilham publicamente a influenciadora, fazem piadas e afirmam ser impossível alguém gostar de si mesma sendo tão fora do padrão. As mensagens costumam vir majoritariamente de homens, especialmente quando as publicações estão no Twitter. No Instagram, a recepção dessas postagens é mais positiva. Ela explica que é um grande desmotivador na hora de falar mais sobre a causa: “eu só continuo porque ajuda demais as pessoas, mas é muito bizarro o tamanho do ódio que as pessoas sentem só por você não se odiar”.

Essa dificuldade do discurso de ódio parece ser um consenso entre as influenciadoras do movimento Body Positive. Como já apontado anteriormente, Rízia Cerqueira pontua que, se para alguém que é magra não é fácil, para uma mulher negra e gorda é mais difícil: “a maioria não quer nem ouvir, acha que é besteira. Eu acho que o movimento é ainda muito novo aqui no Brasil”.

Considerações finais

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise sobre a atuação do movimento Body Positive no Brasil. Por se tratar de um movimento recente, constatou-se que os dados são escassos, o que reforça a importância da presente pesquisa que buscou contribuir com elementos sobre a articulação do Body Positive, a relação entre seus membros e a figura central dos influenciadores e seu papel essencial na disseminação do discurso.

Ao abordar especificamente a mulher neste meio, pode-se propor um debate acerca do corpo e o patriarcado, presente na segunda onda do movimento feminista. Assim, nota-se que a discussão não é recente, embora apenas no final da década de 1990 que, de fato, a questão do corpo se transformou em um movimento próprio. Por conta da rápida disseminação de ideias nas redes sociais, fica difícil de atribuir uma data certa de quando o debate chegou ao Brasil, mas pode-se sugerir que a influenciadora Alexandra Gurgel foi uma das precursoras, com canal no YouTube criado em 2015 e um livro sobre o tema, publicado em 2018. Hoje,

existem outras grandes vozes que ocupam o espaço de disseminação da causa. É por meio das influenciadoras – sejam elas pequenas ou grandes – que o movimento cresce, que amplia o seu alcance.

Das pautas mais tratadas pelo movimento, o maior destaque fica para a pressão estética e a gordofobia. A mobilização em torno do combate à gordofobia vem tanto de mulheres gordas, quanto de mulheres magras. É cobrado por mudanças políticas, que possibilitem acessibilidade para pessoas gordas no âmbito público e privado. Por se tratar de uma pauta que tira o gordo do local de doença, de desajustado social, o discurso não é bem aceito. Nas redes sociais, as mulheres do movimento Body Positive precisam lidar com piadas difamatórias e mensagens de ódio a todo instante, principalmente vindos de um discurso *fitness* amplamente aceito pela sociedade e imposto pela indústria da beleza.

Se a pauta encontra entraves para seu desenvolvimento no campo político, no âmbito individual ela parece ter maior alcance, como sugerem as entrevistas analisadas nesta pesquisa. Por meio dos depoimentos, foi possível compreender a importância do movimento na vida das mulheres que se engajam. A desconstrução de ideias de padrões estéticos possibilita uma nova vida àquelas que se limitavam por conta da aparência corporal. Aparentemente, o movimento permitiu que várias pessoas voltassem a integrar e participar do espaço público, apesar das severas restrições impostas pelos padrões estéticos que são reforçados por certos discursos sociais. É promovida uma relação mais saudável do indivíduo consigo mesmo, tanto psicológico quanto fisicamente.

Como horizonte de pesquisa, investigações posteriores poderiam investir em um estudo detalhado sobre as raízes históricas do movimento, bem como examinar as transformações sociais e políticas trazidas pelo Body Positive. Como perspectiva, também sugere-se a ampliação do universo de entrevistadas, incluindo influenciadoras que não foram contempladas neste estudo, bem como uma ampliação do espectro das entrevistadas em relação, por exemplo, às idades e regiões, de maneira a verificar se esses fatores influenciam o alcance do movimento e de que maneira.

Por fim, observa-se que a busca pelo corpo real está cada vez mais presente nas discussões da sociedade. A pauta começa a sair do âmbito feminista e, cada vez mais, entrar no cotidiano das mulheres brasileiras. Existe a necessidade de representação de diferentes corpos, de mudar o estigma da beleza para proporcionar uma vida mais livre às milhares de

pessoas que não se adequam ao padrão estabelecido. Quanto mais essa discussão cresce, mais se caminha para uma supressão do poder que a cultura da beleza estabelece.

Referências bibliográficas

ARANDAS, L. **Por dentro da hashtag Body Positive: ciberativismo e a emergência de uma nova visão do corpo nas redes sociais da internet Popular**. São Paulo, SPG 24: Mídias Digitais, Subjetividades e Diferenças, 2018.

BEAUVOIR, S. **O Segundo Sexo: experiências vividas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016. v. 2.

BEAUVOIR, S. **O Segundo Sexo: mitos e verdades**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016. v. 1.

CWYNAR-HORTA, J. **The Commodification of the Body Positive Movement on Instagram**. York University, 2016.

DE SOUZA, C. **Body Positive: Estudo de Caso nas Mídias Digitais**. São Paulo: USP, 2019.

FREITAS, M. **Mulher Light: Corpo Dieta e Repressão. Imagens da mulher na cultura contemporânea**. Salvador: FFCH/UFBA, 2002. Coleção Bahianas. v. 7.

FLOR, G. Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza. **Revista de Estudos da Comunicação**, [S.l.], v. 10, n. 23, nov. 2009. Disponível em: <<https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/22317>>. Acesso em: set. 2020.

MENEZES, Jorge Antônio de. Ditadura da beleza. **Epistemo-somática**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 265-267, dez. 2006. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1980-20052006000200011&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: set. 2020.

MOURA, Marco. **O Discurso do Ódio em Redes Sociais**. São Caetano: Lura Editora, 2016.

PISCITELLI, A. “Recriando a (categoria) mulher?” In: ALGRANTI, L. (org.). **A prática feminista e o conceito de gênero**. Textos Didáticos, n. 48. Campinas: IFCH-Unicamp, 2002.

SAIKALI, Carolina Jabur et al. “Imagem corporal nos transtornos alimentares”. **Rev. psiquiatr. clín.**, São Paulo, v. 31, n. 4, 2004. p. 164-166. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-60832004000400006&lng=en&nrm=iso> Acesso em: set. 2020.

SANTOS, M. Entrevista. Carta Capital, São Paulo, n. 84, 1998. p. 54-57.

SILVA AFS et al. “A magreza como normal, o normal como gordo: Reflexões sobre corpo e padrões de beleza contemporâneos”. **Revista família, ciclos de vida e saúde no contexto social**, 2018. Disponível em:

<<http://seer.uftm.edu.br/revistaeletronica/index.php/refacs/article/view/3296/pdf>>. Acesso em: agosto, 2020.

ZANETTE, M. C., LOURENÇO, C. E.; BRITO, E. P. Z. “O peso do varejo, o peso no varejo e a identidade: uma análise de consumidoras plus size”. **RAE – Revista de Administração de Empresas** FGV- EAESP, 2013. p. 539-549

WELZER-LANG, D. “A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia”. **Rev. Estud. Fem.** 2001, v. 9. n. 2. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0104-026X2001000200008>>. Acesso em: ago. 2020.

WOLF, N. **O mito da beleza: como as imagens da beleza são usadas contra as mulheres.** 7. ed. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2018.

APÊNDICE - QUESTÕES DESENVOLVIDAS ÀS INFLUENCIADORAS

1. Como (e quando) você conheceu o movimento e o discurso do Body Positive?
2. Por que você começou a se interessar pelo movimento Body Positive?
3. O que o movimento representa para você?
4. Quais livros, textos ou vídeos foram essenciais para que você começasse a criticar o padrão estético?
5. O que fez com que você se colocasse como uma voz ativa contra o padrão estético nas redes sociais?
6. Como o movimento chegou ao Brasil? Como o movimento se articula? Quais eventos sobre o movimento você costuma desenvolver?
7. Quais as principais pautas que você procura abordar em suas redes sociais?
8. O que você discute atualmente mudou muito desde que você começou a falar sobre o assunto?
9. Por que você acha que esse movimento tem crescido tanto no Brasil?
10. Você reconhece alguma especificidade do movimento brasileiro em relação ao internacional? Qual?
11. Para você, qual o maior desafio do movimento atualmente?
12. Quais dificuldades você enfrenta ao tratar sobre esse assunto?
13. Desde que você passou a falar e engajar sobre a quebra do padrão estético, o que mudou na sua vida?
14. Você enxerga que houveram mudanças positivas na sociedade em geral? Você reconhece mudanças nos espaços públicos, maior diversificação de padrões estéticos na mídia, mudanças no discurso social?
15. O que acha que ainda falta atingir com o movimento?

16. Quais seriam os próximos passos do movimento?
17. Para você, qual seria o mundo ideal quanto às questões de quebra de padrão estético?
18. Quais as redes sociais que você mais utiliza para atingir seu público?
19. Você reconhece alguns perfis no seu público? Se são mais mulheres ou homens, tem alguma faixa etária específica.
20. Além de você, quais outras influenciadoras você considera essenciais ao movimento Body Positive?

ANEXOS - CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA

Concordo em participar, como voluntário/a, da pesquisa intitulada Em Busca do Corpo Real: a Luta Feminina no Movimento Body Positive, que tem como pesquisador/a responsável Daniela Ringelevicius Pegoraro, aluno/a do curso de Mídia, Informação e Cultura (pós-graduação lato sensu) do Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo, orientado/a por Juliana Michelli, os/as quais podem ser contatados/as pelo e-mail jumioliveira@gmail.com.

O presente trabalho tem por objetivos: analisar a atuação do movimento body positive no Brasil, tendo como ponto de partida a perspectiva feminista dos discursos; observar quais as principais bandeiras levantadas e sua relação com a libertação do corpo feminino e quebra dos padrões estéticos junto à 3ª onda do feminismo – a qual, assim como o movimento Body Positive, ganhou espaço nas redes sociais.

Minha participação consistirá em ser entrevistada para a pesquisa. Compreendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa, e que os dados obtidos serão divulgados seguindo as diretrizes éticas da pesquisa, assegurando, assim, minha privacidade. Sei que posso retirar meu consentimento quando eu quiser, e que não receberei nenhum pagamento por essa participação.

Nome e Assinatura:




Bárbara Melo Rezende
03 de setembro de 2020
Belo Horizonte, Minas Gerais.

Concordo em participar, como voluntário/a, da pesquisa intitulada Em Busca do Corpo Real: a Luta Feminina no Movimento Body Positive, que tem como pesquisador/a responsável Daniela Ringelevicius Pegoraro, aluno/a do curso de Mídia, Informação e Cultura (pós-graduação lato sensu) do Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo, orientado/a por Juliana Michelli, os/as quais podem ser contatados/as pelo e-mail jumiooliveira@gmail.com.

O presente trabalho tem por objetivos: analisar a atuação do movimento body positive no Brasil, tendo como ponto de partida a perspectiva feminista dos discursos; observar quais as principais bandeiras levantadas e sua relação com a libertação do corpo feminino e quebra dos padrões estéticos junto à 3ª onda do feminismo – a qual, assim como o movimento Body Positive, ganhou espaço nas redes sociais.

Minha participação consistirá em ser entrevistada para a pesquisa. Compreendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa, e que os dados obtidos serão divulgados seguindo as diretrizes éticas da pesquisa, assegurando, assim, minha privacidade. Sei que posso retirar meu consentimento quando eu quiser, e que não receberei nenhum pagamento por essa participação.

Nome e Assinatura: Daniela Bernardo Freire da Sante


Local e data:

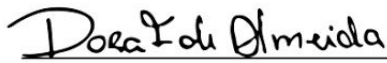
Coccol - RO, 04 de Setembro 2020

Concordo em participar, como voluntário/a, da pesquisa intitulada Em Busca do Corpo Real: a Luta Feminina no Movimento Body Positive, que tem como pesquisador/a responsável Daniela Ringelevicius Pegoraro, aluno/a do curso de Mídia, Informação e Cultura (pós-graduação lato sensu) do Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo, orientado/a por Juliana Michelli, os/as quais podem ser contatados/as pelo e-mail jumioliveira@gmail.com.

O presente trabalho tem por objetivos: analisar a atuação do movimento body positive no Brasil, tendo como ponto de partida a perspectiva feminista dos discursos; observar quais as principais bandeiras levantadas e sua relação com a libertação do corpo feminino e quebra dos padrões estéticos junto à 3ª onda do feminismo – a qual, assim como o movimento Body Positive, ganhou espaço nas redes sociais.

Minha participação consistirá em ser entrevistada para a pesquisa. Compreendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa, e que os dados obtidos serão divulgados seguindo as diretrizes éticas da pesquisa, assegurando, assim, minha privacidade. Sei que posso retirar meu consentimento quando eu quiser, e que não receberei nenhum pagamento por essa participação.

Nome e Assinatura:



Local e data:

08/09/2020

Concordo em participar, como voluntário/a, da pesquisa intitulada Em Busca do Corpo Real: a Luta Feminina no Movimento Body Positive, que tem como pesquisador/a responsável Daniela Ringelevicius Pegoraro, aluno/a do curso de Mídia, Informação e Cultura (pós-graduação lato sensu) do Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo, orientado/a por Juliana Michelli, os/as quais podem ser contatados/as pelo e-mail jumioliveira@gmail.com.

O presente trabalho tem por objetivos: analisar a atuação do movimento body positive no Brasil, tendo como ponto de partida a perspectiva feminista dos discursos; observar quais as principais bandeiras levantadas e sua relação com a libertação do corpo feminino e quebra dos padrões estéticos junto à 3ª onda do feminismo – a qual, assim como o movimento Body Positive, ganhou espaço nas redes sociais.

Minha participação consistirá em ser entrevistada para a pesquisa. Compreendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa, e que os dados obtidos serão divulgados seguindo as diretrizes éticas da pesquisa, assegurando, assim, minha privacidade. Sei que posso retirar meu consentimento quando eu quiser, e que não receberei nenhum pagamento por essa participação.



Nome e Assinatura:

Gabriela Schwarzbach
03 de setembro de 2020
Curitiba, PA.

Concordo em participar, como voluntário/a, da pesquisa intitulada Em Busca do Corpo Real: a Luta Feminina no Movimento Body Positive, que tem como pesquisador/a responsável Daniela Ringelevicius Pegoraro, aluno/a do curso de Mídia, Informação e Cultura (pós-graduação lato sensu) do Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo, orientado/a por Juliana Michelli, os/as quais podem ser contatados/as pelo e-mail jumioliveira@gmail.com.

O presente trabalho tem por objetivos: analisar a atuação do movimento body positive no Brasil, tendo como ponto de partida a perspectiva feminista dos discursos; observar quais as principais bandeiras levantadas e sua relação com a libertação do corpo feminino e quebra dos padrões estéticos junto à 3ª onda do feminismo – a qual, assim como o movimento Body Positive, ganhou espaço nas redes sociais.

Minha participação consistirá em ser entrevistada para a pesquisa. Compreendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa, e que os dados obtidos serão divulgados seguindo as diretrizes éticas da pesquisa, assegurando, assim, minha privacidade. Sei que posso retirar meu consentimento quando eu quiser, e que não receberei nenhum pagamento por essa participação.

Nome e Assinatura:



Giovana Pincerno Smeets
29 de agosto de 2020
Santo André, SP.

Concordo em participar, como voluntário/a, da pesquisa intitulada **Em Busca do Corpo Real: a Luta Feminina no Movimento Body Positive**, que tem como pesquisador/a responsável **Daniela Ringelevicius Pegoraro**, aluno/a do curso de **Mídia, Informação e Cultura (pós-graduação lato sensu)** do Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo, orientado/a por **Juliana Michelli**, os/as quais podem ser contatados/as pelo e-mail jumioliveira@gmail.com.

O presente trabalho tem por objetivos: analisar a atuação do movimento body positive no Brasil, tendo como ponto de partida a perspectiva feminista dos discursos; observar quais as principais bandeiras levantadas e sua relação com a libertação do corpo feminino e quebra dos padrões estéticos junto à 3ª onda do feminismo – a qual, assim como o movimento Body Positive, ganhou espaço nas redes sociais.

Minha participação consistirá em ser entrevistada para a **pesquisa**. Compreendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa, e que os dados obtidos serão divulgados seguindo as diretrizes éticas da pesquisa, assegurando, assim, minha privacidade. Sei que posso retirar meu consentimento quando eu quiser, e que não receberei nenhum pagamento por essa participação.

Nome e Assinatura: física Amélia de Silva Dias.



Local e data: Natal, Rio Grande do Norte, 22 de

Setembro de 2020.

Concordo em participar, como voluntário/a, da pesquisa intitulada Em Busca do Corpo Real: a Luta Feminina no Movimento Body Positive, que tem como pesquisador/a responsável Daniela Ringelevicius Pegoraro, aluno/a do curso de Mídia, Informação e Cultura (pós-graduação lato sensu) do Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo, orientado/a por Juliana Michelli, os/as quais podem ser contatados/as pelo e-mail jumioliveira@gmail.com.

O presente trabalho tem por objetivos: analisar a atuação do movimento body positive no Brasil, tendo como ponto de partida a perspectiva feminista dos discursos; observar quais as principais bandeiras levantadas e sua relação com a libertação do corpo feminino e quebra dos padrões estéticos junto à 3ª onda do feminismo – a qual, assim como o movimento Body Positive, ganhou espaço nas redes sociais.

Minha participação consistirá em ser entrevistada para a pesquisa. Compreendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa, e que os dados obtidos serão divulgados seguindo as diretrizes éticas da pesquisa, assegurando, assim, minha privacidade. Sei que posso retirar meu consentimento quando eu quiser, e que não receberei nenhum pagamento por essa participação.



Nome e Assinatura:

Jéssica Maria de Almeida Fonseca
03 de setembro de 2020
Esmeraldas, MG

Concordo em participar, como voluntário/a, da pesquisa intitulada Em Busca do Corpo Real: a Luta Feminina no Movimento Body Positive, que tem como pesquisador/a responsável Daniela Ringelevicius Pegoraro, aluno/a do curso de Mídia, Informação e Cultura (pós-graduação lato sensu) do Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo, orientado/a por Juliana Michelli, os/as quais podem ser contatados/as pelo e-mail jumioliveira@gmail.com.

O presente trabalho tem por objetivos: analisar a atuação do movimento body positive no Brasil, tendo como ponto de partida a perspectiva feminista dos discursos; observar quais as principais bandeiras levantadas e sua relação com a libertação do corpo feminino e quebra dos padrões estéticos junto à 3ª onda do feminismo – a qual, assim como o movimento Body Positive, ganhou espaço nas redes sociais.

Minha participação consistirá em ser entrevistada para a pesquisa. Compreendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa, e que os dados obtidos serão divulgados seguindo as diretrizes éticas da pesquisa, assegurando, assim, minha privacidade. Sei que posso retirar meu consentimento quando eu quiser, e que não receberei nenhum pagamento por essa participação.



Nome e Assinatura:

Rafaela Ferreira Lima
03 de setembro de 2020
Belém, PA.

Concordo em participar, como voluntário/a, da pesquisa intitulada Em Busca do Corpo Real: a Luta Feminina no Movimento Body Positive, que tem como pesquisador/a responsável Daniela Ringelevicius Pegoraro, aluno/a do curso de Mídia, Informação e Cultura (pós-graduação lato sensu) do Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo, orientado/a por Juliana Michelli, os/as quais podem ser contatados/as pelo e-mail jumioliveira@gmail.com.

O presente trabalho tem por objetivos: analisar a atuação do movimento body positive no Brasil, tendo como ponto de partida a perspectiva feminista dos discursos; observar quais as principais bandeiras levantadas e sua relação com a libertação do corpo feminino e quebra dos padrões estéticos junto à 3ª onda do feminismo – a qual, assim como o movimento Body Positive, ganhou espaço nas redes sociais.

Minha participação consistirá em ser entrevistada para a pesquisa. Compreendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa, e que os dados obtidos serão divulgados seguindo as diretrizes éticas da pesquisa, assegurando, assim, minha privacidade. Sei que posso retirar meu consentimento quando eu quiser, e que não receberei nenhum pagamento por essa participação.

Nome e Assinatura:



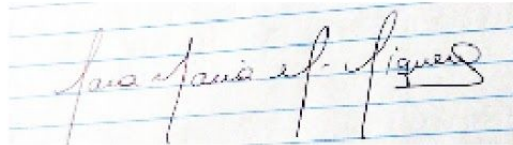
Rízia de Cerqueira Apolinário

24 de agosto de 2020
Rio de Janeiro/RJ

Concordo em participar, como voluntário/a, da pesquisa intitulada Em Busca do Corpo Real: a Luta Feminina no Movimento Body Positive, que tem como pesquisador/a responsável Daniela Ringelevicius Pegoraro, aluno/a do curso de Mídia, Informação e Cultura (pós-graduação lato sensu) do Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo, orientado/a por Juliana Michelli, os/as quais podem ser contatados/as pelo e-mail jumioliveira@gmail.com.

O presente trabalho tem por objetivos: analisar a atuação do movimento body positive no Brasil, tendo como ponto de partida a perspectiva feminista dos discursos; observar quais as principais bandeiras levantadas e sua relação com a libertação do corpo feminino e quebra dos padrões estéticos junto à 3ª onda do feminismo – a qual, assim como o movimento Body Positive, ganhou espaço nas redes sociais.

Minha participação consistirá em ser entrevistada para a pesquisa. Compreendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa, e que os dados obtidos serão divulgados seguindo as diretrizes éticas da pesquisa, assegurando, assim, minha privacidade. Sei que posso retirar meu consentimento quando eu quiser, e que não receberei nenhum pagamento por essa participação.



Nome e Assinatura:

Sara Maria Manso Siqueira
15 de setembro de 2020
Juiz de Fora, MG.