



DISCURSO DE ÓDIO E REPRESENTAÇÕES DE CORPOS DE MULHERES GORDAS NO YOUTUBE: UMA ANÁLISE DOS CANAIS “TÁ QUERIDA” E “ALEXANDRISMOS”

DISCURSO DE ODIO Y REPRESENTACIONES DE CUERPOS DE MUJERES GORDAS EN YOUTUBE: UN ANÁLISIS DE LOS CANALES “TÁ QUERIDA” Y “ALEXANDRISMOS”

HATE SPEECH AND REPRESENTATION OF FAT WOMEN’S BODIES ON YOUTUBE: AN ANALYSIS OF THE CHANNELS “TÁ QUERIDA” AND “ALEXANDRISMOS”

*Kamyla Stanieski Dias*¹

*Daniela Ripoll*²

RESUMO

Este artigo teve como objetivo analisar os discursos de ódio em comentários nos vídeos dos canais de YouTube “Tá Querida” e “Alexandrismos”. Ambos são protagonizados por mulheres gordas que tratam sobre o movimento de autoaceitação corporal intitulado *body positive*. Buscamos também identificar quais as representações de mulher gorda que são produzidas a partir de tais comentários. Para tanto, foi considerado o campo teórico dos Estudos Culturais em Educação, com os conceitos de Pedagogias Culturais (SILVA, 2010; CAMOZZATO, 2012; ANDRADE, 2016) e de Representação (HALL, 2016), tendo como metodologias a Etnografia Virtual (HINE, 2004) e a Análise Cultural (MORAES, 2016). Foi possível identificar discurso de ódio explícito a partir de expressões machistas e gordofóbicas direcionadas às YouTubers, bem como violência de gênero e discursos antifeministas. Já a representação predominante foi da gorda animalésca e nojenta, fazendo parte dos discursos de ódio predominantes.

¹ Mestre em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Luterana do Brasil.

² Doutora em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professora pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Luterana do Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso de ódio. Corpo Gordo. Estudos Culturais. Análise Cultural.

RESUMEN

Este artículo tuvo como objetivo analizar el discurso de odio en los comentarios de los videos de los canales de YouTube “Tá Querida” y “Alexandrismos”. Ambos están protagonizados por mujeres gordas que se ocupan del movimiento de autoaceptación corporal titulado *body positive*. También buscamos identificar qué representaciones de mujeres gordas se producen a partir de tales comentarios. Por tanto, se consideró el campo teórico de los Estudios Culturales en Educación, con los conceptos de Pedagogías Culturales (SILVA, 2010; CAMOZZATO, 2012; ANDRADE, 2016) y Representación (HALL, 2016), utilizando como metodologías la Etnografía Virtual (HINE, 2004.) y Análisis Cultural (MORAES, 2016). Fue posible identificar el discurso de odio explícito a partir de expresiones machistas y gordofóbicas dirigidas a las YouTubers, así como la violencia de género y los discursos antifeministas. Ya la representación predominante era la grasa animalista y repugnante, formando parte de los discursos de odio predominantes.

PALABRAS-CLAVE: Discurso de odio. Cuerpo gordo. Estudios Culturales. Análisis Cultural.

ABSTRACT

This paper has as an objective analyzing the hate speeches in commentaries on the YouTube channel videos “Tá Querida” and “Alexandrismos”. Both are led by fat women who deal with the bodyweight self-acceptance movement named *body positive*. We also seek on identifying which fat women representations are produced from these commentaries. For such, the Cultural Studies on Education theoretical field has been considered, with the concepts of Cultural Pedagogies (SILVA, 2010; CAMOZZATO, 2012; ANDRADE, 2016) and from Representation (HALL, 2016), pointing as methodologies the Virtual Ethnography (HINE, 2004) and Cultural Analysis (MORAES, 2016). It had been possible to identify explicit hate speeches from sexists and fatphobic expressions directed to the YouTubers, as well as the gender violence and antifeminist speeches. The prevailing representation has been of the disgusting and animalistic fat woman, being part of the prevailing hate speeches.

KEYWORDS: Hate Speech. Fat Body. Cultural Studies. Cultural Analysis.

* * *

Considerações iniciais: de onde partimos

O presente artigo é fruto de uma análise a respeito da retórica do movimento *body positive* no YouTube, a qual investigou as lições transmitidas através de dois canais - “Tá Querida” e “Alexandrismos” - e as representações acionadas e disputadas sobre o corpo gordo entre os anos de 2018 e 2019. As análises das representações foram feitas a partir de vídeos e comentários de ódio sobre as mulheres gordas nos canais citados. Destacamos o discurso de ódio como um recorte analítico específico, pois este material empírico

proporciona diversas possibilidades de análises e desdobramentos a respeito do tema, que em função deste recorte, não foram contemplados neste estudo.

Nosso critério de seleção diz respeito a uma categoria específica de comentários agressivos, recheados de ofensas e ódio contra mulheres gordas. Em alguns casos não ocorre, necessariamente, uma disputa sobre os sentidos e os significados acerca do corpo gordo feminino, apenas destilam ódio contra este grupo específico de sujeitos que, muitas vezes, é considerado vulnerável. A propagação de ódio contra pessoas gordas na internet não é algo novo: a extinta mídia social Orkut já apresentava comunidades contra pessoas gordas em meados dos anos 2000 (CAMOZZATO, 2007). Hoje, pelo menos uma década mais tarde, tais discursos ainda ecoam nas mídias sociais, como no Instagram (SILVA; TAVARES, 2020) e, neste caso, no YouTube. Do mesmo modo, as vítimas também fazem uso de tais ferramentas para expor suas dores e resistências (VAZ; SANTOS; SANCHOTENE, 2018). Logo, este é um problema ainda persistente, reflexo de uma cultura centralizada no corpo e na imagem corporal, sobretudo num corpo magro, e que se perpetua através da internet.

Tendo tais considerações em vista, temos como objetivo neste artigo analisar os discursos de ódio presentes nos comentários de vídeos dos canais do YouTube “Tá Querida” e “Alexandrismos” sobre o movimento *body positive*. Além disso, também buscamos identificar quais representações de mulher gorda são produzidas a partir de tais comentários.

Ferramentas teórico-metodológicas e o material empírico

Esta análise foi produzida a partir de um referencial teórico pós-estruturalista dos Estudos Culturais em Educação. Nesta perspectiva, a cultura passa a ser entendida como uma arena política de lutas, entre diferentes grupos, em torno de significados que são disputados e negociados. Logo, podemos considerar a cultura como operante e central neste campo de pesquisa, pois ela é o ponto de partida para analisar pensamentos, ações e significados em sociedade, bem como o modo de vida dos sujeitos, suas ações e posicionamentos. Consideramos, ainda, o campo da Educação, no qual a cultura está relacionada à formação das identidades e subjetividades dos sujeitos, assim como na construção de representações. Por isso, pode-se afirmar que os processos pedagógicos

não ocorrem apenas no espaço formal, como escolas e universidades, mas, também, através dos artefatos e espaços culturais (HALL, 2016).

Neste sentido, acionamos o conceito de pedagogias culturais (SILVA, 2010; CAMOZZATO, 2012; ANDRADE, 2016), posicionando os vídeos das YouTubers Luiza Junqueira (canal “Tá Querida”) e Alexandra Gurgel (canal “Alexandrismos”) como artefatos que instituem uma série de ensinamentos e pedagogias, operando como um espaço educativo que apresenta sistemas de significação capazes de criar, validar, reforçar, desqualificar ou até criminalizar as identidades e subjetividades dos sujeitos. Andrade (2016, p. 26) afirma que o surgimento das teorias críticas na área da Educação, ainda no século XX, assim como as discussões sobre cultura, passaram a apontar o espaço pedagógico como um meio político não neutro, em que ocorrem disputas ideológicas e de poder, ampliando o entendimento do que é pedagógico.

Com o surgimento das teorias pós-críticas, sobretudo a partir dos estudos sobre teorias do currículo, ampliou-se as discussões, questionando os “por quês” e os sistemas de poder vigentes na cultural e sociedade. Passa-se a enfatizar o conceito de “discurso” em vez de “ideologia”, deslocando também o próprio conceito de currículo (SILVA, 2010, p. 16-17). Por isso, não só os currículos escolares passaram a ser observados e pesquisados, mas também outras instâncias, como programas de rádio, TV, jornais e revistas – tidos como pedagógicos e produzidos sob interesses específicos, inclusive, corporativos. Desta forma, destacam-se diferentes linhas de pesquisas que dão conta, principalmente, sobre as relações de saber-poder, do sujeito, de identidade, subjetividade e modos de subjetivação, de gênero, raça, etnia e sexualidade, de verdades e discursos na produção de saberes na educação (SILVA, 2010).

Desse modo, as pesquisas pós-críticas em educação têm feito o currículo, a pedagogia, o ensino e outras práticas educativas movimentarem-se. Ao “atirar flechas” e realizar investigações que perseguem as condições de invenção dos conhecimentos legítimos, das verdades, do sujeito, da naturalização e universalização dos sentidos, essas pesquisas, por um lado, expõem as arbitrariedades, os processos de criação, as historicidades e as forças que fizeram a imposição dos sentidos e, em contrapartida, criam novos sentidos e fazem a educação movimentar-se, “dançar” (SILVA, 2001 apud PARAÍSO, 2004, p. 295).

Durante as análises do material empírico, foi possível identificar algumas representações de mulher gorda nos comentários dos vídeos nos canais em questão. As representações podem ser entendidas, conforme define Stuart Hall (2016), como a produção de significados acerca do mundo (material ou imaginário) através da linguagem e dentro de uma determinada cultura, ou seja, entre sujeitos que compartilham mapas

conceituais e que trocam sentidos e conceitos por meio de uma linguagem comum. Segundo o autor, a abordagem discursiva se concentra nos efeitos e nas consequências da representação, em como “o conhecimento elaborado por determinado discurso se relaciona com o poder, regula condutas, inventa ou constrói identidades e subjetividades e define o modo pelo qual certos objetos são representados” (HALL, 2016, p. 26-27).

Os vídeos estão hospedados no YouTube, uma plataforma desenvolvida em 2005 para criar, carregar, publicar e compartilhar vídeos em formato digital. Em 2006, o site foi comprado pela empresa Google e, desde então, tornou-se uma das plataformas mais populares de armazenamento de vídeos. Com o passar dos anos a ideia de produzir, armazenar e compartilhar conteúdo se popularizou e qualquer pessoa pode criar um canal na plataforma, a partir de uma conta Google, para carregar, editar e divulgar vídeos. É possível, também, inscrever-se nos canais, de acordo com o próprio interesse, e a partir desta inscrição, receber notificações sobre os vídeos postados nestes canais, podendo comentar e compartilhar estas produções. Os donos de grandes canais, que acumulam mais de 100 mil seguidores, são chamados de “YouTubers”.

Os vídeos analisados encontram-se em dois canais distintos, sendo o primeiro deles “Tá Querida”, criado pela YouTuber Luiza Junqueira em 2015 e que hoje conta com mais de 721 mil inscritos e, ao total, mais de 330 mil visualizações por mês, o que lhe rende um faturamento médio de até \$16,300 pelos acessos³. De acordo com a descrição do próprio canal, os principais temas são autoestima, empoderamento feminino, beleza, culinária, *vlogs*⁴ de viagem e dia a dia. Até novembro de 2021, o canal apresentava um total de 383 vídeos. Na página inicial do mesmo podemos encontrar algumas categorias⁵ de vídeos como “Autoestima”, “Empoderamento feminino”, “Receitas” ou “Culinária Honestona”, “Cabelo”, “Querida responde”, “Vlogs”, “Sexualidade” e “Me conheça melhor”. Atualmente, porém, a YouTuber tem focado mais em vídeos de receitas e de viagens e menos sobre corpo e autoaceitação.

FIGURA 1: Captura de tela da página do canal “Tá Querida”

³ Números de inscritos e visualizações consultados em 22/11/2021; para mais informações, acesse: <https://bitly.com/0pv1si>

⁴ *Vlog* (*vídeo blog*) são espécies de diários em formato de vídeo, geralmente de caráter pessoal.

⁵ Estas categorias foram criadas pela própria YouTuber.



Fonte: YouTube (2021).

O segundo canal, “Alexandrismos”, foi criado pela jornalista Alexandra Gurgel, também em 2015, que se apresenta como YouTuber, jornalista, feminista e ativista *body positive*. Desde o início do canal, Alexandra fala sobre corpo, autoestima, autoaceitação, gordofobia e amor-próprio. Atualmente o canal possui mais de 497 mil inscritos e com uma média mensal de 200 mil visualizações⁶, porém em declínio no último mês de novembro de 2021. Atualmente seu foco tem sido sua página pessoal do Instagram⁷, onde acumula mais de 1 milhão de seguidores, e do “Movimento Corpo Livre”⁸, onde trata-se sobre amor-próprio, *body positive* e autoestima com mais de 440 mil seguidores.

Em setembro de 2018, Alexandra, a convite da editora Best Seller, do grupo editorial Record, lançou seu livro “Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário”. De acordo com a sinopse do livro, a YouTuber é apontada como uma das principais vozes do movimento *body positive* no Brasil. Segundo o site da Editora Record, o livro “tem como objetivo ajudar suas leitoras a trilharem o caminho do amor-próprio e o da construção de uma autoimagem mais positiva, entendendo como a sociedade em que vivemos interfere diretamente na relação que temos com o nosso corpo⁹”. Em 2021 ela lançou seu segundo livro, pela mesma editora, com o título “Comece a se amar”¹⁰, uma espécie de “manual” sobre como amar a si mesmo/a e ao seu próprio corpo, conforme o trecho da descrição oficial no site da editora:

⁶ Número consultados em 22/11/21. Os valores estimados do faturamento do canal não estavam disponíveis no momento da cultura. Para mais informações, acesse: <https://socialblade.com/youtube/c/alexandrismos>

⁷ <https://www.instagram.com/alexandrismos/> (acesso em 22/11/21)

⁸ <https://www.instagram.com/movimentocorpolivre/> (acesso em 22/11/21)

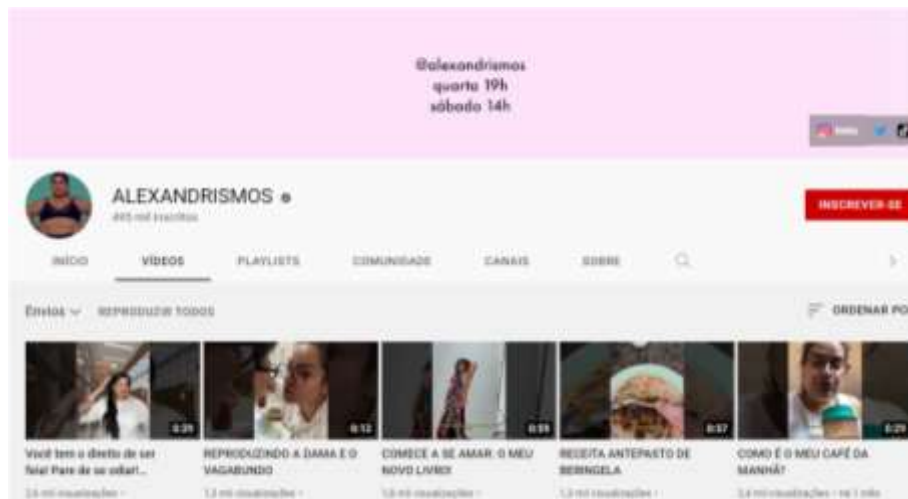
⁹ Fonte: http://www.record.com.br/livro_sinopse.asp?id_livro=30233 (acesso em 22/02/19)

¹⁰ <https://www.record.com.br/produto/comece-a-se-amar/> (acesso em 22/11/21)

[...] Alexandra participa ativamente da desconstrução da “ditadura da moda”. Afinal, quantos sacrifícios já não fizemos para alcançar um padrão de beleza que muda constantemente e que parece cada vez mais inalcançável? Por trás de cada promessa milagrosa, há um sistema opressor adoecendo mulheres saudáveis. Desde que a sua saúde esteja em dia, não há nada de errado com o seu corpo. [...] Aceitar-se é um ato de amor, porém, mais do que isso, é uma revolução! Um mundo mais inclusivo está sendo construído e você pode ser parte dessa mudança. Dar adeus ao ódio é abrir espaço para o amor. Comece a se amar agora mesmo. (COMECE..., 2021)

Ao acessar o canal pelo YouTube, o usuário se depara com algumas categorias¹¹ de vídeos criadas pela YouTuber como: “E aí, Xanda?”, “*Body positive*: autoimagem, autoestima e amor-próprio”, “Eu, gorda: corpo e quebra de padrão de beleza”, “*Girl power*: empoderamento feminino”, “Mente positiva: saúde mental e autoconhecimento”, “Maratona do amor-próprio: comece a se amar em 31 dias!”, “Vida da Xanda: blogs, fatos sobre mim, *tags* e curiosidades”, “Salão da Xanda: cabelo colorido, tratamento e +!” e “*Collabs* maravilhosas. Atualmente, seu foco tem sido sua página pessoal do Instagram¹², onde acumula mais de 1 milhão de seguidores, e do “Movimento Corpo Livre”¹³, onde trata-se sobre amor-próprio, *body positive* e autoestima com mais de 440 mil seguidores.

FIGURA 2: Captura de tela da página do canal “Alexandrismos”



Fonte: YouTube (2021).

¹¹ Estas categorias foram criadas pela YouTuber Alexandra. No canal “Tá Querida”, o mesmo acontece – Luíza é quem cria as próprias categorias.

¹² <https://www.instagram.com/alexandrismos/> (acesso em 22/11/21)

¹³ <https://www.instagram.com/movimentocorpolivre/> (acesso em 22/11/21)

Os canais foram escolhidos por serem os primeiros a surgirem nas buscas do YouTube sobre as temáticas *body positive* e gordofobia no período em que a pesquisa foi realizada, além de se tratar de dois canais relativamente grandes em relação ao número de inscritos.

O material empírico e analisado conta com os comentários coletados de cinco vídeos do canal “Tá Querida”¹⁴ e quatro vídeos do canal “Alexandrismos”¹⁵ durante o mês de julho de 2019. Tais vídeos foram escolhidos por tratarem sobre o movimento “*body positive*”, “autoaceitação”, “amor-próprio” e gordofobia, além de muitos apresentarem imagens das YouTubers seminuas expondo seus corpos. O principal critério para a escolha dos comentários foi o teor da mensagem – logo, escolhemos aqueles em que o comentador ofende, xinga ou propaga alguma mensagem maldosa e de ódio contra o conteúdo dos vídeos ou contra as próprias YouTubers.

TABELA 1 - Os vídeos analisados

Canal “Tá Querida”	
Título	Descrição
“Tour pelo meu corpo” ¹⁶	No vídeo, Luiza mostra parte do próprio corpo, seminua, explicando o que gosta e o que não gosta nele. Ela, ainda, conta sua trajetória de autoaceitação numa tentativa de ajudar o espectador a se auto aceitar também e tentar mostrar como todo corpo é bonito.
“A verdade sobre o <i>tour</i> pelo meu corpo” ¹⁷	Luiza explica como teve a ideia de fazer o vídeo “ <i>Tour</i> pelo meu corpo” e comenta a repercussão gerada após a publicação.
“Minha primeira vez posando nua” ¹⁸	O vídeo alterna entre trechos de um ensaio fotográfico de Luzia nua e trechos da YouTuber explicando como foi a experiência.
“Minha janta rápida e saudável (honestão)” ¹⁹	Um vídeo, em formato de <i>vlog</i> , em que Luiza prepara uma janta improvisada.

¹⁴ <https://www.youtube.com/channel/UCVEVuanoMK9tGclfWLghaKw> (acesso em 25/08/21)

¹⁵ <https://www.youtube.com/channel/UC2LQ5jMieMZjb5k5Gprp2JQ> (acesso em 25/08/21)

¹⁶ <https://youtu.be/hDpHE2U4PEk> (acesso em 25/08/21)

¹⁷ <https://youtu.be/PQX4qmYB1p0> (acesso em 25/08/21)

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=phje3v4p5MQ> (acesso em 25/08/21)

¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=5Ov6IyS4bCo> (acesso em 25/08/21)

“Meu defeitos e imperfeições” ²⁰	Neste vídeo, Luiza problematiza características físicas consideradas como “defeitos” estéticos e propõe naturalizá-los, tratando-os como aspectos naturais do corpo.
Canal “Alexandrismos”	
Título	Descrição
“Tour pelo meu corpo” ²¹	Do mesmo modo como Luiza, Alexandra mostra parte do próprio corpo, seminu, explicando o que gosta e o que não gosta nele. Ela também conta sua trajetória de autoaceitação e desenvolvimento do amor-próprio.
“Reagindo a fotos antigas de quando eu era magra” ²²	Alexandra mostra diversas fotos de quando era magra e comenta sobre seus transtornos alimentares, dietas, cirurgias plásticas e até uma tentativa de suicídio.
“Emagreci e nesse vídeo conto tudo (motivos, transtornos, etc.)” ²³	Neste vídeo, a YouTuber fala sobre os motivos de seu emagrecimento, comentando sobre a repercussão nas suas mídias sociais.
“Como me descobri sapatão + HT compulsória” ²⁴	Alexandra relata sobre sua homossexualidade aos quase 30 anos de idade, depois de se relacionar apenas com homens durante grande parte de sua vida. Aborda, ainda, a temática da heterossexualidade compulsória.

Optamos por copiar diretamente o texto dos comentários, ao invés de realizar capturas de telas das páginas, pois assim preservamos a identidade dos usuários - mesmo que muitos perfis que realizam este tipo de comentário não sejam perfis pessoais, ou seja, são perfis com imagens e nomes de personagens ou, até, de outros canais do YouTube.

Como ferramenta metodológica, empregamos a etnografia virtual para a observação e apropriação do espaço virtual no YouTube. O método surge da transposição da

²⁰ https://youtu.be/-AxDiKPN_jI (acesso em 25/08/21)

²¹ <https://www.youtube.com/watch?v=xa-sR165cZE> (acesso em 25/08/21)

²² <https://www.youtube.com/watch?v=KjrwcSG5VVA> (acesso em 25/08/21)

²³ <https://www.youtube.com/watch?v=kNvnUWFlaPg> (acesso em 25/08/21)

²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=OxB3I0LUGcA> (acesso em 25/08/21)

etnografia, na Antropologia, que reúne uma série de técnicas voltadas para a observação por meio da inserção do pesquisador em campo, num contato intrassubjetivo com o seu objeto (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008). A etnografia virtual é uma ampliação das potencialidades do método etnográfico tradicional aplicadas ao espaço digital como uma resposta às novas situações (HINE, 2004). Neste caso, as mídias sociais podem ser encaradas como repositórios de marcações culturais de determinados grupos e populações, não sendo possível desvincular o espaço virtual do *offline*. Por fim, vale destacar que “o pesquisador deve permanecer consciente de que está observando um recorte comunicacional textual das atividades da comunidade *online*, e não da comunidade em si, composta por outros desdobramentos comportamentais” (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 10).

Outra metodologia utilizada, combinada com a etnografia virtual, foi a Análise Cultural, a partir do campo dos Estudos Culturais, pelas teorizações de Ana Luiza Coiro Moraes (2016). Este método opera na análise dos comentários selecionados como meio de observar e investigar as (ir)regularidades, os padrões e as possíveis rupturas nas práticas sociais num determinado momento histórico. Assim, a centralidade da investigação da estruturação político-econômica é deslocada para contextualizar tal estruturação no conjunto da organização social (MORAES, 2016) - e claro, cultural.

Desta forma, a análise dos comentários permite compreender de que forma os sujeitos expressam suas ideias relacionadas ao corpo gordo e ao movimento *body positive* ao assistir os vídeos dos referidos canais, além de identificar quais padrões culturais permanecem (são reafirmados) ou são negociados, disputados, descontinuados, rechaçados.

Corpo, gordofobia e o movimento *body positive*

Ambos os canais têm como um dos focos o corpo e questões relacionadas à autoaceitação. Tanto Luiza quanto Alexandra se reconhecem e se autoafirmam como mulheres gordas, numa tentativa de derrubar estigmas e subverter certos sentidos - na maioria das vezes pejorativos - a respeito de pessoas gordas e da própria obesidade. Duas das principais questões tratadas em seus vídeos relacionados ao corpo gordo são a gordofobia e o padrão estético.

A gordofobia pode ser definida como um estigma social sobre a obesidade, de forma preconceituosa, desqualificando e marginalizando o sujeito gordo na sociedade devido a sua forma física, que escapa dos padrões estéticos e de saúde. Conforme destaca Maria

Luiza Jimenez (2020), este não é apenas um problema individual, mas é, também, estrutural, pois:

A gordofobia está em todos os lugares e é, muitas vezes, disfarçada de preocupação com a saúde, dificultando, dessa forma, seu entendimento e embate. Sustentada por discursos de poder, de saúde e beleza como geradores de exclusão, existem comportamentos diários que reforçam o preconceito/estigma em relação às pessoas gordas, corroborando os estereótipos que estabelecem situações degradantes, constrangedoras, marginalizando essas pessoas e as excluindo socialmente. (p. 3)

Neste sentido, a estética é apenas parte do problema, pois a gordofobia implica também em questões sobre a acessibilidade de pessoas gordas em espaços públicos - como a catraca de um ônibus e o tamanho dos assentos numa sala de espera, por exemplo. Outra questão diz respeito à gordofobia médica, quando profissionais da saúde buscam tratar problemas de saúde através do emagrecimento ou de cirurgia bariátrica, independentemente do diagnóstico (JIMENEZ, 2020). Por fim, o preconceito contra pessoas gordas acaba por desumanizá-las, já que diversos serviços, como os de saúde, são negligenciados ou até negados. Mesmo o estigma atingindo todos na sociedade, incluindo homens e crianças, a prevalência ainda é sobre as mulheres, cujos corpos são mais controlados no atual sistema patriarcal e capitalista.

Tais estigmas, preconceitos e demais significados acerca do corpo gordo não são fixos e estão sempre em disputas no campo simbólico, estabelecido numa série de disputas de poder na cultura e na sociedade – logo, o surgimento da obesidade enquanto uma doença pode ser localizado e datado historicamente. O historiador Georges Vigarello (2010) apresenta, desde o período do renascimento, as primeiras associações entre a gordura corporal, a preguiça, a lerdeza e a incapacidade, pois o “excesso de peso” passou a ser associado com atraso e preguiça.

Esta ideia se contrasta com o período da Idade Média, em que o foco estava no “pecado da gula”, nos exageros e não necessariamente no tamanho do corpo. Com o Iluminismo, a medicina racional e estrutural passou a classificar as patologias pelos seus “tipos”, sendo a gordura e os líquidos agrupados como “fluidos acumulados”, causadores de certos males. A gordura passou a ser associada à insensibilidade física, à falta de reflexos e à falta de reação, com isso o gordo foi considerado um ser apático por conta do

“relaxamento das fibras”. Logo, rejeitar a gordura seria a rejeição da insensibilidade, caracterizando o gordo como “inútil” e “improdutivo” (VIGARELLO, 2010).

O surgimento da palavra “obesidade” ocorreu em 1701 no dicionário de Antoine Furetière, que a define da seguinte forma: “termo da medicina; estado de uma pessoa carregada demais em carnes e gorduras” (VIGARELLO, 2010, p. 164). A partir de então, a gordura passou a ser associada à “desordem”, à “degradação interna” e não apenas como corpulência excessiva, atribuindo um caráter patológico. Na literatura passou-se a narrar a miséria, o sofrimento moral e psicológico do gordo, apontando-o não só como infeliz, mas também doente que, a cada regime fracassado, sofre cada vez mais - o gordo tornou-se uma vítima estigmatizada pelo seu fracasso no emagrecimento. Já no Brasil, o peso corporal, suas medidas e suas preocupações demoraram a fazer parte do cotidiano. Denise Sant’Anna (2016) afirma que, apenas por volta de 1907, surge na imprensa nacional a balança para pesar o corpo, pois este item ainda era visto de maneira negativa ou até satírica quando relacionado a pesagem do corpo. Aos poucos, o ideal corporal estadunidense, inspirado numa moral puritana e de ascensão social, passou a ser “importado” ao Brasil. Isso implicou em pesar e medir cada vez mais o corpo.

Sant’Anna (2014) destaca que, a partir da década de 1950, no período pós-guerra, o mercado de cuidados com corpo passou a crescer integrando produtos de beleza, higiene e, claro, regimes, esportes e exercícios físicos. Logo, a figura do “obeso doente” tornou-se uma ameaça para homens e mulheres que desejavam ter um corpo magro, enquanto cresciam os relatos de pessoas que diziam ter emagrecido graças a “dietas milagrosas” e exercícios físicos (SANT’ANNA, 2016). A segunda metade do século XX foi marcada pela classificação da obesidade com doença, porém não se trata apenas de uma doença orgânica: suas representações a tornaram, também, uma doença social que acaba por se desenvolver em sujeitos “sem vontade”, “acomodados” e “excessivos”, presos na sua própria condição (VIGARELLO, 2010, p. 318). Na década de 1980 os índices de obesidade entre populações mais pobres aumentaram, chamando a atenção para a desigualdade social. A falta de informação sobre nutrição nas classes mais baixas, mas, sobretudo, a dificuldade de acesso a alimentos de melhor qualidade veio a desconstruir a ideia de “doença de rico”. Esta crença estava relacionada à associação entre a gula e a abundância de comida, logo, teoricamente, apenas pessoas ricas poderiam ter alimentos suficientes a ponto de ficarem muito gordas. A obesidade passou a ser considerada uma “ameaça sanitária” e uma “epidemia”, apresentando riscos como hipertensão, incidência

de diabetes, relacionando cada vez mais a mortalidade com altos níveis de massa corporal, apenas a partir do final do século XX (Idem p. 321).

Classificada e considerada epidêmica desde os anos 2000, a adiposidade entrou para a área da saúde pública com normas e regulamentos, e o mal da gordura deixou de ser privado. A denúncia do gordo é, hoje, mais do que um indicador de ameaça sanitária, é também um problema cultural. Os indivíduos são classificados como “acima do peso” ou “obesos” a partir de um cálculo matemático chamado IMC (Índice de Massa Corpórea)²⁵, contribuindo para a produção de uma “epidemia de obesidade”. Todavia, como destaca Deborah Lupton (2013b, p. 35) as denominações “gordo”, “acima do peso”, “com sobrepeso” ou “obeso” não deixam de ser também “categorias sociais”, que surgem em diferentes momentos da história e da cultura, classificando os sujeitos e sendo legitimadas pelo discurso médico.

Tais tensionamentos e pesquisas levaram à emergência do *fat activism* (“Ativismo Gordo” em tradução livre) na década de 1960, que tem crescido desde os anos 2000, especialmente na Europa e nos Estados Unidos. O movimento surgiu a partir das teorizações do campo dos *Fat Studies*²⁶, numa tentativa de encontrar meios de combater a discriminação contra pessoas gordas. Desta iniciativa ocorreu a fundação da *National Association to Advance Fat Acceptance* (NAAFA), uma associação em prol dos direitos de pessoas gordas (COOPER, 2008). O ativismo gordo coincide com a Segunda Onda Feminista, quando o corpo passou a ser central nas discussões, considerado uma pauta importante do feminismo, pois as mulheres tendem a sofrer mais com padrões estéticos estabelecidos culturalmente em comparação aos homens, levando-as aos transtornos alimentares e a odiarem seus corpos (FIKKAN; ROTHBLUM, 2011).

Foi entre as décadas de 1960 e 1970, em meio à revolução cultural, maio de 68 e à efervescência dos movimentos políticos e sociais, que se iniciou a Segunda Onda Feminista, marcada pela máxima “o pessoal é político”, levantando discussões a respeito do papel social da mulher como mãe, esposa e dona de casa, bem como a liberação sexual e do próprio corpo - especialmente quanto à reprodução, com a chegada da pílula

²⁵ O IMC consiste num cálculo matemático do quociente do peso em quilos pelo quadrado da altura em metros, estabelecendo uma “escala de gordura” que classifica os sujeitos entre “muito abaixo do peso ideal” até três graus de obesidade.

²⁶ *Fat Studies* (“estudos da gordura/do corpo gordo” em tradução livre), constituem uma área acadêmica interdisciplinar radical de pesquisa, com foco em aspectos sociais, culturais, históricos e políticos sobre a gordura e o corpo gordo.

anticoncepcional ao mercado na década de 1960, e à sexualidade em relação ao prazer feminino (PEDRO, 2012). É a partir de então que o corpo é “redescoberto” na política e na arte, na ciência e na mídia, com uma juventude reivindicando o fim de tabus e a liberação sexual, causando espanto nas gerações anteriores por desafiam antigos valores e padrões culturais (SANT’ANNA, 2000).

O indivíduo e o corpo passam a ser centrais também em discussões acadêmicas e políticas. Isso abre espaço para que, entre as décadas de 1980 e 1990, a Terceira Onda Feminista conteste essencialismos a partir de uma concepção pós-estruturalista, analisando criticamente o movimento e destacando a pluralidade existente entre as mulheres – assim, diferenças econômicas, étnicas, raciais, sociais e culturais ganham espaço no movimento (PINTO, 2003; MATOS, 2014). Ainda sobre a Terceira Onda Feminista, Marlise Matos (2014, p.10-11) afirma que tais diferenças transformavam, nos anos e 1990, aquelas mulheres “nas outras”, excluindo e não dando conta das questões levantadas pelas mesmas, por isso que a nova onda trouxe uma ampliação e diversificação de mobilizações sociais e políticas. Neste sentido, ocorre uma renovação de forma teórica, transversal e interseccional para abordar temas como raça, etnia, gênero, sexualidade, classe e geração. Ainda, sobre a nova onda feminista, Matos (2014) destaca que “é fundamental lembrar da emergência de um renovador ativismo feminista online, nas mídias e redes – alternativas ou não (*blogs*, Facebook, Twitter etc.) – que têm ressignificado as lutas por justiça”.

Entre a Segunda Onda Feminista e a emergência da Terceira, outras questões como bulimia e anorexia se popularizaram nas discussões sobre corpo, especialmente a partir da década de 1980, se intensificando em 1990 com a popularização das *Top Models* que apresentavam um corpo extremamente magro. A influência destas modelos na mídia e na sociedade acabou influenciando diversas garotas ao redor do mundo a buscarem um corpo magro a qualquer custo, o que resultou em distúrbios alimentares e até psíquicos - como uma distorção da autoimagem. As pesquisas feministas passaram a considerar tais questões relacionadas à corporeidade feminina na cultura ocidental, analisando quais significados estão em jogo, no campo simbólico, no que diz respeito aos distúrbios alimentares e aos padrões corporais (LUPTON, 2013a).

Na atualidade, além do *fat activism*, houve a emergência de movimentos de aceitação corporal como o *body positive*, que, literalmente significa “corpo positivo” em português. O principal objetivo é fazer as pessoas compreender o próprio corpo de maneira positiva, aceitando-o independentemente do tamanho, forma ou cor. Apesar do

body positive estar muito mais relacionado a pressão estética - isto é, uma opressão que atinge a todos os corpos para acompanharem, buscarem e conquistarem o padrão estético vigente -, há várias pessoas gordas que se identificam e fazem parte do movimento. Jessica Cwynar-Horta (2016) afirma que a falta de representações positivas de corpos fora do padrão estético na mídia levou muitas mulheres a se mobilizarem no meio digital e a fazer uso dessas ferramentas online para documentar e desafiar conceituações de corpos femininos, especialmente os corpos gordos.

O movimento tem se expandido através da internet: atualmente, existem inúmeros *blogs* pessoais, sites, perfis de Facebook, Instagram e até canais no YouTube de pessoas que se apresentam como ativistas (ou militantes) *body positive* ou de algum tipo de ativismo de aceitação corporal. Tais espaços online são produzidos geralmente por mulheres que, em algum momento de suas vidas, odiavam seus próprios corpos e, por isso, tentavam de inúmeras formas perder peso e se adequar a um padrão estético.

As YouTubers Luiza e Alexandra são dois exemplos da expansão do movimento no YouTube. Ambas buscam, através da internet, promover a autoaceitação corporal e a positivação de corpos considerados fora dos padrões. Elas se posicionam contra o ideal de beleza convencional, ressaltando a importância da inclusão de diferentes tamanhos e formas de corpos nos diferentes tipos de mídia, nas produções culturais, na publicidade, na indústria da moda etc., em função da ausência de representações mais justas e inclusivas de corpos nessas diferentes instâncias culturais na sociedade:

Defensores do *body positive* estão tentando mudar a forma como o corpo feminino natural é percebido e habitado, e estão reivindicando o controle sobre sua própria imagem e se recusando a deixar a sociedade ditar o que é apropriado e inadequado para seus corpos. [O movimento] promove a aceitação e a recuperação da beleza natural, dos pelos corporais, da menstruação e das aparências da pele consideradas falhas. (CWYNAR-HORTA, 2016, p. 46, tradução nossa)

Mesmo com vários seguidores e fãs, as YouTubers e outros adeptos do movimento, às vezes, acabam sendo alvos de comentários maldosos e devido a forma como tensionam e abordam questões como autoestima, gordofobia e certos preconceitos através de seus corpos, sobretudo com o uso da própria imagem, seja em ensaios fotográficos nus, dicas de como usar certos tipos de roupa etc., conforme podemos ver em algumas capturas de tela de a seguir:

FIGURA 3: Captura de tela do vídeo “*Tour pelo meu corpo*” do canal “Tá Querida”.



Fonte: YouTube (2021).

FIGURA 5: Captura de tela do vídeo “*Minha primeira vez posando nua*” do canal “Tá Querida”.



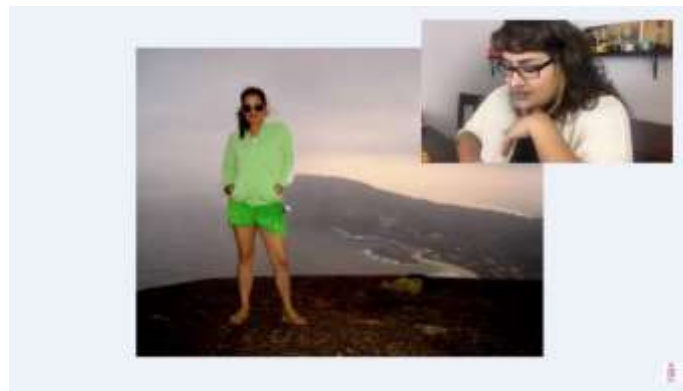
Fonte: YouTube (2021).

FIGURA 6: Captura de tela do vídeo “*Tour pelo meu corpo*” no canal “Alexandrismos”



Fonte: YouTube (2021).

FIGURA 7: Captura de tela do vídeo “Analisando fotos minhas de quando eu era magra” no canal “Alexandrismos”



Fonte: YouTube (2021).

Neste sentido, a internet tem proporcionado autonomia e exercício da livre expressão, permitindo que diversos sujeitos sejam ouvidos e representados, podendo assim, expor suas ideias, dores e ideais. Isso acaba instigando os sujeitos, dentro e fora da *web*, a discutirem sobre diversos temas e a se posicionarem, despertando desejos de mudança a partir de insatisfações pessoais, coletivas e pela esperança em promover transformações sociais, culturais, políticas e econômicas através de plataformas digitais e mídias sociais. Assim, os diários pessoais escritos à mão, carregados de angústias, sonhos, ideias e opiniões, migraram dos cadernos escondidos em gavetas para o ciberespaço.

Tal autonomia proporcionada pela internet tem possibilitado a livre expressão, o que leva alguns usuários a extrapolarem certos limites. Nos canais de Luiza e Alexandra, é comum encontrar comentários em suas páginas, questionando se elas não estão apenas querendo “causar”, isto é, chamar a atenção enquanto utilizam seus corpos para atingir um nicho de mercado, por exemplo. Além de outros tipos de comentários odiosos, com palavras de baixo calão, desumanização e até mensagens com referência à morte das

YouTubers. Apesar do ideal democrático e horizontal da internet, diversos sujeitos acabam por ultrapassam o bom senso através da propagação de discursos de ódio.

Discurso de ódio e representações de corpo gordo: corpos “fora” de lugar

[...] o ódio existe, todos nós já nos deparamos com ele, tanto na escala microscópica dos indivíduos como no cerne de coletividades gigantescas. A paixão por agredir e aniquilar não se deixa iludir pela magia das palavras. As razões atribuídas ao ódio nada mais são do que circunstâncias favoráveis, simples ocasiões, raramente ausentes, de libertar a vontade de simplesmente destruir. (GLUCKSMANN, 2007, p. 11)

O espaço virtual e as mídias digitais na internet são tomadas utopicamente como um espaço livre para se expressar sobre qualquer assunto, sendo que muitos sujeitos exploram o espaço virtual para expor suas ideias, opiniões e críticas (FREIRE FILHO, 2007). Neste sentido, várias pessoas encontram na internet um local “seguro” para buscar representatividade, se expressar, podendo até posicionar-se contra padrões sociais e culturais. Esta “segurança” surge a partir do princípio da liberdade de expressão, em que a tolerância se torna fundamental como garantia de justiça e estabilidade. A liberdade, no sentido jurídico, de acordo com Daniel Sarmiento (2006, p. 39), impõe à sociedade respeito ao direito de cada um pensar e de expor suas opiniões, o que pode desagradar certos grupos –, logo, a reação destes pode se transformar em discurso de ódio.

O discurso de ódio, para Marco Aurélio Moura dos Santos (2016), pode ser definido como uma série de manifestações de ideias que fomentam a discriminação (racial, social ou religiosa) sobre determinados grupos - em sua maioria, minorias políticas e sociais. Tais manifestações compreendem palavras com objetivo de ofender, insultar, intimidar e até assediar devido à etnia, raça, cor, sexo, gênero, nacionalidade, religião ou condição social. Quando observamos tal prática na internet, Jessie Daniels (2008) destaca que devemos considerar que as mídias sociais são espaços férteis para a disseminação de discursos de ódio, sobretudo pela possibilidade de anonimato, uma vez que os usuários podem proteger suas identidades por meio de perfis falsos e, também, pela facilidade em apagar os conteúdos publicados.

Segundo Marcelo Andrade e Magda Pischetola (2016), o ódio pode ser considerado “irracional”, por não apresentar razões éticas suficientes para sustentá-lo, mas, também “racional” ao apresentar, em alguns casos, argumentos articulados. Logo, os discursos de ódio podem ser frágeis, porém isso não anula a grande capacidade de destruição das relações sociais e emocionais. Quanto aos efeitos do ódio, Elizabeth Thweatt (2002) considera que o ódio diz respeito à desvalorização do outro e ao não reconhecimento de valor naquilo que o indivíduo pode oferecer. Logo, este tipo de discurso pode levar à intolerância, à inferiorização e até à desumanização de determinados grupos, motivados por diversos tipos de preconceitos.

Com efeito, as manifestações de ódio, preconceito e intolerância tendem a provocar uma babel de sentimentos negativos nas suas vítimas [...] como tais ataques expressivos são quase sempre dirigidos contra integrantes de grupos vulneráveis, que já enfrentam o estigma social, e têm por isso, com frequência, problemas de autoestima, eles podem desencadear verdadeiras crises de identidade nas suas vítimas. (SARMENTO, 2006, p. 42)

O discurso de ódio apresenta, de modo geral, algumas características. De acordo com Daniels (2008), existem discursos de ódio “evidentes”, isto é, que trazem consigo palavras e termos explícitos contra determinado grupo e, também, há o discurso de ódio “disfarçado”, em que a mensagem não é explícita. Para Santos (2016), esta diferenciação entre os modos como os discursos de ódio são propagados pode dificultar sua identificação, especialmente quando presente de forma implícita. É válido ainda lembrar o que Janaina Thais Daniel Varalli e Marco Aurelio Moura dos Santos (2015) destacam sobre as particularidades do discurso de ódio:

Não se deve confundir, todavia, o discurso do ódio como uma mera discordância ou uma argumentação em desfavor de determinadas concepções ligadas aos grupos ou minorias [...] O limite, porém é muito sutil, deve-se buscar identificar se a ofensa é real e transmite uma mensagem clara de intolerância utilizando-se de argumentos em geral pejorativos e caracterizados de desprezo e aversão. (p. 30)

No caso das mídias sociais, os comentários podem permanecer públicos, de modo com que outros usuários possam lê-los. Logo, é possível observar duas consequências do discurso de ódio: o insulto, que diz respeito ao destinatário - a vítima - da agressão e a instigação, que é o efeito decorrendo do discurso de ódio, voltados aos demais leitores que são chamados a participar (ou não) da propagação da discriminação (SANTOS, 2016).

O corpo gordo, nos vídeos, é “despido” – em alguns casos, literalmente! – de verdades que são asseguradas por especialistas de diversas áreas, especialmente da biomédica. Tal atitude gera embates em torno dos significados e suas representações, quando certos sujeitos ao se identificarem com as queixas e questões das YouTubers, acabam aceitando (ou contestando) os significados vigentes sobre o corpo.

Estes embates ocorrem nos comentários, onde os usuários do YouTube podem expor suas opiniões e relatos livremente. Grande parte dos comentários são de sujeitos elogiando, apoiando ou relatando experiências pessoais com o corpo gordo, pois esta maioria, geralmente, faz parte do público assíduo dos canais e dos inscritos. Porém, chamam a atenção, também, os comentários negativos e de ódio que acionam representações estereotipadas e pejorativas presentes na cultura.

Nos comentários dos vídeos analisados, é possível encontrar mensagens de ódio e intolerância explícitas em função das YouTubers não apresentarem um corpo que esteja de acordo com o padrão estético esperado e desejado para mulheres. Ou seja, o ódio surge por elas serem gordas, em alguns casos não se depilarem e, também, por suas posições políticas, especialmente por se intitularem como feministas. Elas acabam fazendo parte de um grupo considerado vulnerável em função da aparência física e dos posicionamentos políticos, desagradando alguns espectadores.

A gordofobia é bastante recorrente nos canais de ambas YouTubers. Tal discriminação não pode ser tratada de forma isolada, pois é um fenômeno estrutural na sociedade, reforçado por discursos médicos e da saúde, definindo diversas práticas no cotidiano sem que isso seja percebido. O estabelecimento do que seria um peso “normal” ou “ideal” acaba influenciando questões relacionadas também à estética e se tornando central na moda, por exemplo, e atingindo principalmente as mulheres: o medo de engordar passa a ser produzido em diversos meios, associando a magreza à juventude e à beleza (VIGARELLO, 2010).

A gordura passou a ser associada a diversas doenças, seu acúmulo começou a ser considerado uma patologia e o gordo virou uma ameaça. Assim, já na metade do século XX, o sujeito gordo tornou-se o obeso, o doente: representando na cultura o fracasso e a dor. A partir dos anos 2000, a obesidade passou a ser considerada uma epidemia e, também, um problema de saúde pública (VIGARELLO, 2010), o resultou na estigmatização e no preconceito contra os sujeitos gordos, considerados doentes e moribundos, isto é, condenados à morte devido a sua condição física.

Desta forma, gordos e gordas acabam sendo representados de diversas formas na cultura, oscilando entre representações negativas e positivas. Claude Fischler (2017) destaca a figura do “obeso maligno”, caracterizada como sendo a representação negativa do gordo, que seria o doente ou depressivo, irresponsável por si mesmo e desenfreado, enquanto o “obeso benigno” seria o “bonachão”, o extrovertido, o simpático – o gordo brincalhão, que conta histórias engraçadas (inclusive, de si mesmo). Estas e outras representações são encontradas fartamente na mídia, em filmes, séries, desenhos animados e comerciais. Tais mídias são artefatos pedagógicos (CAMOZZATO, 2012), ou seja, eles possuem um papel pedagógico na cultura, atravessando os sujeitos e criando uma trama de significados que os constituem. Logo, as representações presentes, especialmente nestes artefatos citados, acabam por influenciar no modo como o gordo é posicionado e percebido na sociedade.

Ao considerarmos os vídeos aqui analisados como artefatos culturais, que também são pedagógicos, isto é, como produtores de pedagogias culturais, Luiza e Alexandra constroem representações de mulheres gordas que fogem daquelas dominantes na mídia. Elas posicionam seus corpos como não doentes, belos e atraentes, dando destaque às dobras, estrias, celulites e volumes. Ou seja, ambas buscam normalizar um corpo grande, volumoso, avesso aos padrões estéticos e, ainda, patologizado e medicalizado.

Paula Sibilia (2004, p. 68) afirma que a medicalização do corpo gordo, com o passar do tempo, resultou numa repulsa pela gordura: a lipofobia, o horror ao acúmulo de tecidos adiposos que naturalmente são produzidos no corpo humano. Desta forma, não existe apenas o desejo de livrar o próprio organismo da gordura, mas também de condená-la nos corpos alheios. A autora, a partir das teorizações da antropóloga Mary Douglas, retoma a ideia de pureza como a criação de uma ordem e a adaptação do mundo a essa ideia. Zygmund Bauman (1999) aponta a ordem como sendo algo contrário ao caos, conceitos concebidos na Modernidade em meio a ruptura do mundo ordenado e do divino: “O caos, ‘o outro da ordem’, é pura negatividade. É a negação de tudo o que a ordem se empenha em ser” (BAUMAN, 1999, p. 15).

A ordem implica na organização, estabelece limites, procura regular e definir o lugar de cada coisa. Logo, a pureza implica na existência da ordem, pois é a atitude de eliminar da sujeira, ou seja, atingir um ideal, e cada modelo de pureza tem seu modelo de impureza a ser combatido - ou de desordem. No caso do corpo, uma das impurezas é a

gordura que, quando exposta em corpos gordos, gera reações de nojo e repulsa. Nos vídeos “*Tour pelo meu corpo*”, dos canais “Tá Querida” e “Alexandrismos”, as YouTubers recebem comentários explícitos com expressões de nojo e xingamentos devido a aparência de seus corpos: por exemplo, no vídeo “*Tour pelo meu corpo*” de Alexandra, alguns comentários dizem: “*nojo de vc sua praga arrombada*”; “*gorda nojenta, parece eu*”; “*VAI RASPAR O SOVACO ROLIÇA SUJA*”. No vídeo “*Tour pelo meu corpo*” de Luiza: “*Que gorda nojenta*”; “*sua feia e idiota*”; “*Bando de gorda escrota*”; “*Seloko mina feia pra caralho minha cadela é mais bonita que ela*”.

A exposição de corpos volumosos, com dobras, estrias, pelos e celulite se torna alvo do discurso de ódio pela repulsa e pelo nojo alheio daqueles que as assistem, num processo de abjeção. O abjeto, para Julia Kristeva (1982), é o oposto do sujeito, é “algo”, uma “coisa” que não é reconhecida como sujeito; é um peso, uma falta de sentido, é uma repulsa por algo ou alguém comparável à repulsa por comida. Kristeva (1982) afirma que o abjeto não chega a ser o sujo ou o impuro, mas sim, aquele que perturba a ordem, a identidade, o que se caracteriza como sendo “o sistema”; é aquilo que desrespeita os limites, o “sem-vergonha” que trai as regras sociais. Contudo, a ideia de sujeira e impureza se faz presente nas representações criadas e reforçadas nos comentários, em que os corpos de Luiza e Alexandra são considerados não só feios, mas nojentos e sujos, perturbando o ideal corporal liso e magro da contemporaneidade.

A construção do sujeito abjeto, para Fernando Pocahy (2010), aproxima-se da ideia de um “não sujeito”, isto é, de vidas que se tornam desprezíveis, bizarras e até estranhas. É um sujeito também que pode ser o avesso da sexualidade e do gênero; é um corpo que escapa, ou pelo menos tenta, da disciplina e da normatividade (Idem, p. 128). Nesse sentido, as YouTubers transgridem e rompem algumas lógicas culturais e sociais ao se considerarem bonitas e normais, logo acabam por receber ataques devido à exposição dos seus “desvios” estéticos e corporais.

Vale destacar, nos comentários anteriores, as questões relacionadas à beleza e à feiura como um meio de xingar as YouTubers, quando os usuários afirmam que as YouTubers não são bonitas, mas, sim, “feias” e “horríveis”. A beleza feminina era – e ainda é – um dos maiores alvos das estratégias publicitárias para o crescimento da indústria farmacêutica, estética e até biomédica, incluindo dietas, medicamentos, academias e cirurgias plásticas. Logo, é necessário sempre criar motivos para ser e estar bonita, apelando para questões relacionadas à procura de parceiros e marido – dentro e uma lógica heteronormativa e patriarcal –, autoestima, bem-estar e felicidade. A beleza

deve ser um ideal de toda mulher e isso implica, numa lógica lipofóbica, ser magra. Sendo Luiza e Alexandra duas mulheres gordas, recorre-se à associação entre gordura e feiura para ofendê-las e desqualificá-las, sobretudo como mulheres.

Um tipo de ofensa recorrente nos comentários de vários vídeos é a comparação das YouTubers a animais. A representação animalesca de pessoas gordas, sobretudo mulheres, é facilmente localizada em artefatos culturais. Na análise do filme “Norbit” realizada por Eurídice Carvalho (2009), por exemplo, vê-se a representação caricata da personagem gorda Rasputia, associada ao animalesco e à bizarrice, devido à sua personalidade forte, agressiva e a práticas caracterizadas pelo excesso (compulsão alimentar), além de seu corpo “encher” a tela quando surge. Este tipo de representação encontra-se numa encruzilhada entre natural e normal, pois remete ao “selvagem”, ao “intocado”, portanto, mais próximo do “natural”, daquele que não foi adequado e corrigido pela civilização. Por isso, é, também, anormal, por ser maior do que os outros, por comer mais do que o “adequado” em termos sociais e por estar fora das regras culturalmente válidas para o corpo feminino.

Logo, ao chamar Luiza e Alexandra de “*baleia*”, “*orca*”, “*elefante*” ou “*leitoa*”, está-se recorrendo à representação da gorda animalesca, selvagem, sem controle, anormal e bizarra - aqui, o ódio desumaniza. Elas estariam, então, à margem da norma, sem controle sobre si e sem serem controladas por outrem, rebaixadas como animais ou até coisas. Seus corpos causam desconfortos, pois possuem excessos de toda ordem, transgridem pela gordura e por desafiar o gênero que lhes foi designado. No vídeo “*Tour pelo meu corpo*” de Alexandra, alguns comentários vão nessa direção: “*Q baleia kkkkkkkk*”; “*Orca*”. No vídeo “*Emagreci e nesse vídeo conto tudo (motivos, transtornos, etc.)*” de Alexandra, lê-se: “*Emagreceu aonde elefante?*”; “*Mais magra não kkkk no máximo menos baleia*”. No vídeo “*Tour pelo meu corpo*” de Luiza: “*leitoa*”. No vídeo “*Meus defeitos e imperfeições*” de Luiza: “*HAHHHAHAHAHAHAHA ala a gorda baleia*”; “*Credo [sic] muie feia...nem rapar o suvaco ela ã rapa...porca*”. No vídeo “*Minha primeira vez posando nua*” de Luiza: “*Incrível o ensaio da rara espécie baleia jubarte -*” E, no vídeo “*Minha janta rápida e saudável (honestão)*” de Luiza, lê-se: “*Esse porco gordão do krl aí*”; “*MINHA JANTA RAPIDA*”.

Referente ao comentário acima, em que o usuário menciona a axila da YouTuber Luiza, uma vez que ela não remove os pelos corporais, ocorre uma comparação entre ter

pelos e ser um animal. Um corpo com pelos, que não teria passado por nenhum procedimento, estaria mais próximo do seu estado “natural”, logo, pode ser associado a algo selvagem, sem interpelações culturais. Porém, o que seria a “natureza” do corpo? Segundo Marise Basso Amaral (1997) algo considerado “natural” estaria oposto à (e sem interpelação da) cultura e seus conjuntos de significados, seria algo não dominado e desorganizado. Jocimar Daolio (1995, p. 26) destaca que “o corpo é expressão da cultura, portanto cada cultura vai se expressar através de diferentes corpos, porque se expressa diferentemente enquanto cultura”. Logo, imaginar um corpo “natural”, apenas biológico, implica em anular a cultura e todos os significados que o interpelam. Todavia,

o corpo humano não é um dado puramente biológico sobre o qual a cultura impinge especificidades. O corpo é fruto da interação natureza/cultura. Conceber o corpo como meramente biológico é pensá-lo - explícita ou implicitamente - como natural e, conseqüentemente, entender a natureza do homem como anterior ou pré-requisito da cultura. (DAOLIO, 1995, p. 26)

Sendo assim, não há um corpo intocado, inalterado, fora do espectro cultural, ou seja, um corpo natural, e a afirmação apenas carrega uma série discursos sobre o “selvagem” e o “civilizado”, do puro e do impuro, do feio e do belo, do humano e do não humano. Se trata de uma classificação hierárquica e dualista sobre o corpo, em que um polo é a norma, o ideal, enquanto o outro o indesejável, o anormal. Este último acaba por gerar rejeição, abjeção e, claro, ódio, pois aquele é um corpo que sequer deveria existir.

Ainda sobre os comentários com discurso de ódio explícito, destacamos dois que estimulam a violência física contra as YouTubers. Do mesmo modo como nos demais comentários, as motivações são devido a aparência física e a exposição de seus corpos. No vídeo “Reagindo a fotos antigas de quando era magra” de Alexandra, lê-se: “*Podia ter conseguido se matar*”. Já no vídeo “A verdade sobre o *tour* pelo meu corpo” de Luiza: “*Nossa da ancia [sic] de assisti essa gorda q nem depila o suvaco, essa filha da puta tinha q ser queimada pra virar [sic] olho pra queimar mais pessoas como ela. GORDA NOGENTAAAAA!!!*”

A principal motivação destes comentários é a gordofobia, o ódio contra pessoas gordas, já que o gordo representa a figura do indesejável, logo ambas, novamente, não deveriam existir na percepção dos usuários. Este tipo de violência implica não só questões relacionadas a saúde mental, como, também, criminais e contra a dignidade da pessoa humana:

Todos os danos promovidos pelo discurso do ódio a citar: os sociais, ambientais (saúde psíquica) e criminais, voltam-se unicamente contra um preceito, a garantia de preservação da dignidade da pessoa humana, afirmada como fundamental nos termos da Constituição Federal de 1988. Devido ao conteúdo incitador e provocador, o discurso do ódio entra em conflito com a dignidade da pessoa humana, não só da pessoa individualmente considerada, mas da dignidade de um povo, de um grupo social, étnico, religioso ou cultural. (VARALLI; SANTOS, 2015, p. 44)

Isso pode ser identificado também nos comentários dos vídeos de Luiza, cujas mensagens de ódio são direcionadas a ela por ser feminista, utilizando palavras de baixo calão, como no exemplo abaixo do vídeo “A verdade sobre o *tour* pelo meu corpo”: “*Sua feminista de merda e gorda feia do caralho*”. Todavia, outros comentários chamaram mais a atenção durante as análises: neste mesmo vídeo citado, bem como em “Meus defeitos e imperfeições”, há grande utilização do termo “feminazi”: “*Falou “sociedade patriarcal” já sei que é feminazi*”; “*Feminazi*”; “*Emagrecer é bom sim, emagrecer é bonito sim, é elogio, é saudável, o movimento das feminazis que não entende isso*”. Aqui, é importante considerar que o termo “feminazi” surge com bastante frequência em discussões nas mídias sociais, como forma de atacar e agredir mulheres que se declaram, ou não, feministas (EDFELDT, 2016) ou, ainda, aquelas que demonstram apoio e concordância às pautas feministas:

Esse termo remete à analogia entre “feminismo” e “nazismo”, em que, numa associação distorcida, remete à postura de caráter, tida como extrema e radical, das feministas. Vistas como ditadoras e ameaçadoras, os discursos que levam o léxico “feminazi” acarretam a ideologia de que mulheres que lutam por igualdade de direito são, em sua maioria, agressivas e misândricas. (SILVA, 2018, p. 67-68)

No caso do comentário, o usuário usa o termo para atacar a YouTuber e o movimento feminista e, indiretamente, o movimento *body positive* também. Ali, a pauta sobre autoaceitação é posicionada como uma pauta feminista e, de fato, temas relacionados ao corpo são pauta do movimento desde a década de 1960. Bear Bergman (2009) relata, a partir de sua experiência pessoal como pessoa gorda que, mesmo tendo nascido mulher e visualmente se parecer com um homem, percebe que seu corpo gordo ganha menos destaque devido a sua aparência masculina e que, quando é identificada como mulher, a relação se altera: bebidas *diet* são oferecidas, olhares de desaprovção surgem e seus hábitos alimentares são julgados.

Considerando que o termo “feminazi” remete a uma ideia distorcida e errônea do movimento, sendo utilizado para ofender e criticar mulheres, consideramos tais comentários misóginos e machistas, caracterizados não só como ódio, mas, também, como uma forma de violência de gênero contra as mulheres. O viés de gênero deixa margem para considerar que a maioria dos ataques e críticas recebidas nos vídeos pode surgir também por se tratar de duas YouTubers do sexo feminino que se vestem e se identificam com tal gênero, já que, historicamente, as mulheres têm sido muito mais cobradas por sua aparência do que os homens.

Considerações finais

A horizontalidade na comunicação e toda a configuração do ambiente virtual trouxeram a possibilidade de os sujeitos se manifestarem e levantarem bandeiras políticas sobre praticamente qualquer assunto. Tanto no contexto mundial, como no brasileiro, abriu-se um caminho que não poderá mais ser fechado, especialmente, conforme Heloisa Buarque de Hollanda (2018) aponta, com uma possível nova onda feminista que faz uso do corpo como sua bandeira e ferramenta política. Tudo isso nos convidou, e continua convidando, a olhar para corpos que sempre foram recriminados, julgados e censurados, mas sob uma nova ótica.

Como uma forma de ampliar a luta política a sujeitos cujos corpos estão “fora” de lugar no contexto sociocultural, o movimento *body positive* surge como um espaço propício para debater e questionar certas normas que, muitas vezes, podem oprimir e marginalizar, sobretudo mulheres. Porém, como a cultura é uma arena política de lutas entre diferentes grupos sobre os sentidos e significados, haverá sempre a tentativa de manter certos corpos e sujeitos marginalizados. O problema é, então, quando esta disputa se transforma em ódio. No caso dos vídeos analisados, se trata de discurso de ódio explícito, onde há uso de palavras de baixo calão, expressões machistas, gordofóbicas e, de modo geral, desrespeitosas contra as YouTubers Luiza e Alexandra.

É possível, assim, concluir que um ambiente em que o preconceito se faz presente acaba por reforçar, através da repetição de afirmações maldosas, representações, estigmas e estereótipos negativos estimulando ainda mais a discriminação, levando o indivíduo a

uma perda da sua autoestima e bem-estar psíquico. A representação predominante é a da gorda animalesca, que pode ser também nojenta e feia, que diz respeito aos corpos que escapam da norma, que não se enquadram em padrões estéticos e, logo, são construídos como abjetos: incomodam, causam repulsa, ânsia de vômito, não são exatamente vidas, são “coisas” reduzidas ao anormal, no animalesco e selvagem. Numa sociedade gordofóbica quase não há espaço para localizar e enaltecer a beleza em corpos que estão nos limites social e cultural, especialmente corpos grandes e volumosos como o gordo - porém, há espaço para o ódio.

Por fim, os discursos de ódio referentes ao gênero são escancarados nos comentários, havendo muitas referências negativas ao feminismo, como se este fosse uma ameaça - e, de fato, pode ser para o patriarcado! Consideramos este tipo de comentário como parte da violência de gênero contra mulheres e que está muito presente no atual cenário brasileiro e mundial contemporâneo, uma vez que a prevalência de discursos “antifeministas” é uma realidade em nossa sociedade ao reivindicar a manutenção de hierarquias sociais, em que o papel de cada sujeito é baseado em seu sexo e seu gênero.

O ódio e a violência sobre a mulher gorda acabam sendo maiores devido à importância histórica atribuída à sua aparência física e seu controle através da mesma. Por isso, acaba sendo inevitável a associação dos comentários que expressam ódio - seja através de violência contra mulher, pressão estética ou gordofobia - a problemas estruturais, como o machismo e a misoginia. A internet, assim, acaba sendo apenas mais um espaço em que tais violências se perpetuam.

Referências

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. *Sessões do Imaginário*, Porto Alegre, ano 13, n. 20, 2008.

AMARAL, Marise Basso. *Representações de natureza e educação pela mídia*. 1997. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1997.

ANDRADE, Marcelo; PISCHETOLA, Magda. O discurso de ódio nas mídias sociais: a diferença como letramento midiático e informacional na aprendizagem. *Revista e-Curriculum*, São Paulo, v. 14, n. 4, 2016.

ANDRADE, Paula Deporte de. A invenção das pedagogias culturais. In: CAMOZZATO, Viviane Castro; CARVALHO, Rodrigo Saballa de; ANDRADE, Paula Deporte de. *Pedagogias culturais: a arte de produzir modos de ser e viver na contemporaneidade*. Curitiba: Appris, 2016.

BAUMAN, Zigmunt. *Modernidade e Ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
BERGMAN, Bear S. Part-Time Fatso. In ROTHBLUM, Esther; SOLOVAY, Sondra. *The Fat Studies reader*. New York: New York University, 2009.

CAMOZZATO, Viviane Castro. *Da pedagogia às pedagogias - Formas, ênfases e transformações*. 2012. Tese (Doutorado em Educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

CAMOZZATO, Viviane Castro. *Habitantes da cibercultura: corpos 'gordos' no contemporâneo e os modos de produzir a si e aos 'outros'*. 2007. 182 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Programa de Pós-graduação em Educação da Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

CARVALHO, Eurídice Mota Sobral de. *Pedagogias do cinema em ação: representações de mulheres gordas em comédias hollywoodianas*. 2009. 107 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Luterana do Brasil, Canoas.

COMECE a se amar - Grupo Editorial Record. Grupo Editorial Record. Disponível em: <<https://www.record.com.br/produto/comece-a-se-amar/>>. Acesso em: 22 Nov. 2021.

COOPER, Charlotte. What's Fat Activism? *Working Paper*. Department of Sociology. Working Paper Series, University of Limerick, set. 2008.

CWYNAR-HORTA, Jessica. Documenting femininity: *body positive and female empowerment on Instagram*. 2016. 291f. Dissertação. (Mestrado em Comunicação e Cultura) York University, Toronto, Ontario, Canadá.

DANIELS, Jessie. Race, Civil Rights, and Hate Speech in the Digital Era. In: Everett., Anna. *Learning Race and Ethnicity: Youth and Digital Media*. Edited by MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008.

DAOLIO, Jocimar. Os significados do corpo na cultura e as implicações para a Educação Física. *Movimento*. Porto Alegre, n. 2, junho, 1995.

EDFELDT, Chatarina. De 'mulheres masculinizadas e históricas' a 'nazi feministas': Reflexão sobre o discurso de ódio e de contrafeminismo na Internet. *Cadernos de Literatura Comparada*. Porto, n. 35, 2016.

FIKKAN, Janna. L., & ROTHBLUM, Esther. Is fat a feminist issue? Exploring the gendered nature of weight bias. *Sex Roles*. San Diego, Volume 66, Issue 9–10, 2011.

- FISCHLER, Claude. Obeso benigno, obeso maligno. In SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de (Org). *Políticas do corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.
- FREIRE FILHO, João. Convergências e divergências midiáticas: fãs, indústrias do entretenimento e os limites da interatividade. *XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 30., 2007.
- GLUCKSMANN, André. *O discurso do ódio*. Rio de Janeiro: Difel, 2007.
- HALL, Stuart. *Cultura e representação*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.
- HOLLANDA, Heloisa Buarque. *O papel do homem no feminismo é desconstruir*, diz Heloísa Buarque de Hollanda. Entrevista. (2018) *Jornal Zero Hora*. Disponível em: <https://bitly.com/1Fu65q> - acesso em 25/09/21
- HINE, Christine. *Etnografía virtual: Colección nuevas Tecnologías y Sociedad*. Barcelona: Editorial UOC, 2004.
- JIMENEZ, Maria Luiza Jimenez. *Lute como uma gorda: gordofobia, resistências e ativismos*. 2020. 237 f. Tese (Doutorado em Estudos de Cultura Contemporânea) - Programa de Pós Graduação Estudos de Cultura Contemporânea, Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2020.
- KRISTEVA, Julia. *Powers of horror: an essay on abjection*. New York: Columbia University Press, 1982.
- LUPTON, Deborah. *Fat*. Londres: Routledge (Shortcuts), 2013a.
- LUPTON, Deborah. *Risk*. Londres: Routledge (Shortcuts), 2013b.
- MATOS, Marlise. A Quarta onda feminista e o Campo crítico-emancipatório das diferenças no Brasil: entre a destradicionalização social e o neoconservadorismo político. *38º Encontro Anual da ANPOCS*, Caxambu, 2014.
- MORAES, Ana Luiza Coiro. A análise cultural: um método de procedimentos em pesquisas. *Questões Transversais*, São Leopoldo, v. 4, n. 7, jan-jun, 2016.
- PARAÍSO, Marlucy Alves. Pesquisas pós-críticas em educação no Brasil: um esboço de um mapa. *Cadernos de Pesquisa*, v. 34, n. 122, maio/ago. 2004.
- PEDRO, Joana Maria. O feminismo de segunda onda: corpo, prazer e trabalho. In PINSKY, Carla Bassanezi. PEDRO, Joana Maria (Org). *Nova história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2012.
- PINTO, Céli Regina Jardim. *Uma história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

POCAHY, Fernando. Um corpo entre o gênero e a sexualidade: notas sobre educação e abjeção. *Instrumento: Revista de Estudo e Pesquisa em Educação*, v. 12, n. 2, 2010.

VAZ, Paulo; SANCHOTENE, Nicole; SANTOS, Amanda. “Gorda, sim! Maravilhosa, também!”: Corpo, desejo e autenticidade em testemunhos de vítimas de gordofobia no YouTube. *Lumina*, v. 12, n. 2, 2018.

SANTOS, Marco Aurélio Moura dos. *O discurso de ódio em redes sociais*. São Paulo: Lura Editorial, 2016.

SARMENTO, Daniel. A liberdade de expressão e o problema do "Hate Speech". In: SARMENTO, Daniel. *Livres e iguais: estudos de Direito Constitucional*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

SILVA, Débora Caruline Pereira. TAVARES, Lúcia Helena Medeiros da Cunha. Os discursos de ódio contra o corpo gordo feminino no Instagram: dos estereótipos às resistências. *PERcursos Linguísticos*. Vitória, v. 10, n. 25, 2020.

SILVA, Jamile Maria. Construção lexical de termos misóginos no Facebook: a formação de um discurso sexista. *Entheoria*, Serra Telhada, v. 5, n. 1, jan-dez, 2018.

SILVA, Tomaz Tadeu. *Documentos de identidade: uma introdução às teorias de currículo*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

THWEATT, Elizabeth. Bibliography of hate studies. *Journal of Hate Studies*, 2002.

VARALLI, Janaina Thais Daniel. SANTOS, Marco Aurelio Moura dos. O “discurso do ódio”, meio ambiente digital e a saúde ambiental. *Atas de Saúde Ambiental*. São Paulo, v. 3, 2015.

Recebido em setembro de 2021.

Aprovado em dezembro de 2021.