
Mulher, gorda e nua: contestação de valores morais e ressignificação de estereótipos no perfil do *Instagram* da influenciadora Thaís Carla¹

Dayana Cristina Barboza CARNEIRO²

Talita Iasmin Soares AQUINO³

Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, MG

RESUMO

Neste trabalho, objetivamos refletir sobre convenções culturais e estereótipos a partir da exposição corporal da mulher gorda. Analisamos as imagens, legendas e comentários de três publicações do perfil no *Instagram* da influenciadora Thaís Carla, em que ela aparece em nudez total. Atentas a dois eixos de observação, “estética e moral” e “representações e estigmas”, buscamos investigar como as ações de Thaís contestam valores morais, através da nudez, e (re)significam as representações sobre a mulher gorda, por meio da desconstrução de estereótipos. Percebemos as disputas de sentido, tramadas na dinâmica interativa da postagem e da reação do público, que promovem tanto movimentos de reconhecimento e identificação, quanto manifestações de repúdio.

PALAVRAS-CHAVE: mulher gorda; corpo; nudez; Thaís Carla, *Instagram*.

INTRODUÇÃO

Quando pensamos em representações de nudez, não é difícil perceber que predomina um certo tipo de corpo. Das capas de revista às obras de arte, aos programas midiáticos e às *timelines* das redes sociais digitais, o corpo branco, jovem e magro domina os ideais de beleza, liberdade e desejo. Olhando para as visualidades (ABRIL, 2010) que se conformam em casos de nudez total, essa realidade se torna ainda mais homogênea e tal universo parece inacessível aos corpos trans, idosos, negros, com deficiência e aos corpos gordos, nosso objeto de análise.

Do mesmo modo, quando refletimos sobre as representações sobre a mulher gorda, emerge uma construção simbólica baseada na ideia de feiura, doença e preguiça, entre outros estereótipos negativos. Na contramão desse cenário, encontramos no perfil no *Instagram* da influenciadora Thaís Carla (@thaiscarla⁴) a construção de um outro universo elaborado por ela, que se exhibe, muitas vezes, semi ou completamente nua. Partindo daí, objetivamos investigar, a partir da análise das publicações da produtora de conteúdo e dos comentários dos usuários, como as ações de Thaís no *Instagram* podem contestar valores morais e tabus através da nudez, e, ao mesmo tempo, (re)significar as representações sobre a mulher gorda por meio da desconstrução de estereótipos

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Gêneros, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCom-UFMG), e-mail: barboza.dayana@gmail.com

³ Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCom-UFMG) e bolsista CAPES, e-mail: aquino.ta@gmail.com

⁴ <https://www.instagram.com/thaiscarla/>

hegemônicos sobre esse grupo. Para isso, articulamos as discussões sobre a constituição da nudez na contemporaneidade, e sua relação com convenções morais e estéticas (SIBILIA, 2014ab), aos debates sobre representação e estereótipos, pensando a gordura como símbolo de estigma (CORRÊA; SILVEIRA, 2014; GOFFMAN, 1988).

Com base nesse alicerce teórico-conceitual, empreendemos a análise de três publicações de Thaís a partir de dois eixos: “nudez, convenções morais e estéticas” e “representações, estereótipos e estigmas”, detalhados no tópico “Proposta metodológica”. Ao voltar o olhar para as ações da influenciadora, entendidas, aqui, como potencialmente (des)estereotipizantes, buscamos refletir sobre os sentidos que Thaís busca ressignificar.

Ao mesmo tempo, ao realizar uma pesquisa exploratória junto aos comentários dos usuários em cada post, objetivamos compreender de que maneira as ações de Thaís podem fomentar processos de reconhecimento e identificação, que podem contribuir para uma ressignificação das representações sobre a mulher gorda, além da quebra de tabus sobre a nudez feminina. E ainda, refletir sobre as manifestações de repúdio que aparecem, alicerçadas em tabus sobre o corpo e a nudez, ou como reforço da ideia da gordura enquanto símbolo de estigma, o que fomenta a gordofobia⁵ em nossa sociedade.

A NUDEZ CONTEMPORÂNEA: CONVENÇÕES MORAIS E ESTÉTICAS

Cenas de nudez são particularmente interessantes para observarmos a cultura, uma vez que os discursos que polemizam sua aparição facilitam a identificação das convenções culturais que nos organizam. Percebemos os ideais padronizadores que delimitam quem, onde e quando é possível se mostrar, entendendo os meandros relativos às corporeidades (quais corpos) e ao espaço (quais lugares). As textualidades tramadas no encontro entre quem observa e quem se mostra, possibilitam vislumbrar como a cultura articula, por um lado, o “conjunto de valores, normas, prescrições, projeções em que os membros de uma sociedade são educados” (GOMES, 2011, p. 33) e, por outro, os “novos sentidos que surgem e são testados” (GOMES, 2011, p. 33).

Na contemporaneidade, a nudez tem sido cada vez mais utilizada como forma de manifestação política, artística e afetivo-sexual (protestos, *nudes*, *dickflicks*⁶). Paula Sibilía (2014a) afirma que “relaxamentos nos planos morais e jurídicos” têm contribuído

⁵ Compreendemos a gordofobia como um preconceito direcionado às pessoas gordas que vai além da pressão estética. Sua constituição se dá por um viés estrutural na sociedade, em que estão imbricados processos de patologização dos corpos gordos, falta de acessibilidade, animalização/desumanização da pessoa gorda e usos da linguagem gordofóbica.

⁶ Tanto *nudes* quanto *dickflicks* dizem respeito a fotos tiradas de si mesmo (*selfies*) e enviadas para namorados ou paqueras. As *dickflicks* são entendidas como fotos enviadas por homens, que compartilham a imagem de seu órgão genital (em inglês: *dick* – relativo ao pênis – e *flicks* – cliques fotográficos).

para a viabilidade de expor corpos nus (SIBILIA, 2014a, p. 16); entretanto, ainda há “uma distinção, que é tanto moral como política, entre as silhuetas polidas nos moldes midiáticos e as poluídas que brigam por seus direitos” (SIBILIA, 2014a, p. 16). Quando se refere às silhuetas polidas, midiaticizadas, a autora destaca a hierarquia entre corpos que são vistos e aceitos e os invisibilizados ou negados, apontando como a visualidade configurada pelo corpo magro, branco e jovem, tem sido hegemônica em nossa cultura.

No texto “*O que é obsceno na nudez?*”, Sibilía (2014b) analisa a censura praticada pelo Facebook em relação a fotos de amamentação, que foram banidas da rede social, e aponta o caráter não religioso desse tipo de moralidade. Em reportagem do portal Elástica⁷, de fevereiro de 2021, alguns casos de censura no *Instagram*, plataforma da mesma empresa, foram apresentados: a fotógrafa Milena Paulina (@olhardepaulina_) teve o perfil denunciado e bloqueado por veicular imagens de mulheres gordas nuas; a blogueira Alessandra Martins (@blogueirapcd), mulher negra, gorda e com deficiência, teve uma foto sua de biquíni, em que sua perna amputada aparecia em primeiro plano, denunciada por usuários; e a modelo britânica Nyome Nicholas-Williams, também negra e gorda, influenciou a alteração de algumas políticas da plataforma em relação a nudez, após a repercussão sobre a exclusão de suas fotos.

Observando as políticas relativas aos conteúdos que contenham nudez⁸, notamos que a plataforma se mostra, no geral, mais focada no controle dos corpos femininos, mas as censuras parecem se direcionar para corpos específicos, mulheres gordas, negras e/ou com deficiência. Esses corpos mais vulneráveis, e mais sujeitos ao policiamento, submetem-se ao olhar do outro como se exigissem, de alguma forma, um reconhecimento ético de seu par comunicativo. A exibição de si, então, transborda como um ato político, em que a sujeita arrisca a própria pele (literal e metaforicamente). Danielle Petherbridge (2017) reconhece a importância ética dessa relação de vulnerabilidade que, embora evoque violência, envolve também “amor, desejo, agência e interdependência” (PETHERBRIDGE, 2017, p. 156).

Nesse sentido, manifestações artísticas que buscam tal reconhecimento ético do corpo gordo, como os trabalhos de Fernanda Magalhães⁹ e Eliana Kertész¹⁰, utilizam a nudez como um elemento provocador, que sugere uma desconstrução de padrões de

⁷ Disponível em: <https://elastica.abril.com.br/especiais/instagram-nude-corpo-mulheres-negras-bloqueio/> Acesso em 29 jul. 2021.

⁸ Algumas das classificações de nudez definidas pela plataforma falam sobre a proibição de exposição da genitália, imagens das nádegas completamente despidas e mamilos femininos descobertos.

⁹ Conferir os trabalhos da artista em seu blog *Fotografias e Anotações*. Disponível em: <<http://fermaga.blogspot.com/>>

¹⁰ Artista plástica brasileira, já falecida, conhecida por suas famosas esculturas de mulheres gordas, em Salvador/BA.

visualidades. Além do contexto artístico, coletivos e perfis pessoais nas redes sociais digitais têm se utilizado do mesmo recurso para trazer à discussão não apenas a beleza dos corpos gordos, mas sua desassociação aos estereótipos aos quais vêm sendo atrelados. Dessa forma, a investigação das imagens que propomos neste artigo tenta desvendar quais convenções são acionadas quando corpos gordos aparecem nus em cena, como tais imagens são recebidas e, ainda, quais discursos são mantidos ou reconstruídos, reverberando nas práticas sociais.

REPRESENTAÇÕES E ESTEREÓTIPOS: A GORDURA COMO ESTIGMA

Neste trabalho, as representações são concebidas como um fenômeno que possibilita que nos relacionemos com o mundo e dele extraiamos sentidos. A construção do significado se dá por meio da linguagem, entendida como “sistema representacional”: fazer parte de uma mesma cultura implica uma partilha de significados entre os sujeitos, o compartilhamento de um mesmo “mapa conceitual” (HALL, 2016). Esse processo não se dá de forma “natural” e as representações, estando ligadas a questões políticas, culturais e históricas, são forjadas também na/pela comunicação configurada em diferentes situações, contextos e suportes, como as plataformas de comunicação digitais. Apesar da dinamicidade do processo de (re)construção das representações e da possível reorganização dos objetos simbólicos, algumas permanecem ao longo do tempo. Essas representações caracterizadas pela perenidade, pela resistência à complexidade e às mudanças são entendidas aqui como estereótipos, sentidos engessados e limitados que tendem a dicotomias redutoras e maniqueísmos (CORRÊA; SILVEIRA, 2014).

Refletindo sobre a origem dos estereótipos relacionados à mulher gorda, é importante pensar sobre como a gordura se configura, na sociedade contemporânea, como um sinal de estigma. Como conta Goffman (1988, p. 11), a palavra estigma foi usada pelos gregos para “se referirem a sinais corporais com os quais se procurava evidenciar alguma coisa de extraordinário ou mau sobre o status moral de quem os apresentava”. O autor apresenta três “categorias” de estigmas, que nos ajudam a entender as origens e a complexidade dos processos de estigmatização:

- (a) a primeira está relacionada com as abominações do corpo, que consiste em deformidades físicas; (b) a segunda caracteriza-se por fraquezas de caráter, como vontade fraca, desordens mentais, paixões excessivas, vícios, etc.; (c) a terceira se refere às diferenças de raça, religião e nacionalidade (MELO, FARIAS E KOVACS, 2017, p. 308).

Com base nessas dimensões, é possível depreender que o estigma relacionado ao gordo provém de uma lógica de abominação do corpo. Por meio desse processo, o ser estigmatizado vê sua inserção como sujeito na sociedade atravessada pela sua condição de “anormal”, já que o estigma é a “situação social do indivíduo que está inabilitado para a aceitação social plena” (GOFFMAN, 1988, p. 7). Como explica Jimenez Jimenez (2020), o corpo estigmatizado “[...] será conseqüentemente excluído, humilhado e violentado por inúmeras vezes em sua vida, com a justificativa de que esse corpo não está incluído na categoria que a sociedade definiu como natural, normal, saudável e bom” (JIMENEZ JIMENEZ, 2020, p. 56).

Ao fazermos a apropriação do conceito no âmbito deste trabalho, da gordura enquanto símbolo de estigma, defendemos que o fato de ser gorda pode impedir que uma mulher seja aceita socialmente. Nas relações sociais, sentidos de teor fortemente negativo são vinculados ao corpo gordo, como a incompetência, a preguiça e a incapacidade (MELO, FARIAS E KOVACS, 2017), além da feiúra e da doença.

Diante desse contexto, é importante voltarmos nosso olhar para o campo midiático compreendendo-o como instância ativa na construção desses estigmas e estereótipos. Sobre esse assunto, Arruda (2019) concluiu, a partir da análise de diferentes produtos midiáticos, que a constituição e a manutenção da gordofobia está fortemente relacionada às representações estereotipadas, limitantes e negativas que os *media* fazem das pessoas gordas¹¹ configurando, assim, uma relação indissociável.

Assim, os “tipos” trabalhados pela mídia tradicional levam a um apagamento do corpo gordo que se restringe a cumprir determinadas funções estereotipadas. Diante desse cenário, faz-se necessário lançar o olhar para as ações potencialmente ressignificadoras dessas representações limitantes sobre a mulher gorda na mídia: pensar sobre como as redes sociais digitais podem se constituir como ambientes em que as rupturas relacionadas a essas construções simbólicas podem ocorrer.

PROPOSTA METODOLÓGICA

Para pensarmos as relações estabelecidas entre visualidade e cultura, recorreremos ao pensamento de Gonzalo Abril (2010) para entender as imagens como textos visuais que estão relacionados “a determinadas lógicas de constituição do espaço sociopolítico e

¹¹ Os estereótipos de personagens gordos identificados pela autora foram: 1. Alívio cômico; 2. Estepe para o personagem principal; 3. Personificação daquilo que é feio, repulsivo, patético, errado; 4. Eterna romântica; 5. O emagrecimento que transforma.

de normatização do corpo”¹² (ABRIL, 2010, p. 24). Por meio do recurso verbo-visual das postagens no *Instagram*, configurado pelo engendramento entre imagem, legenda e comentários, analisaremos como tais olhares deixam ver aspectos da cultura, evidenciando convenções morais, éticas e estéticas, estereótipos e estigmas, relações de afinidade e afetividade e gestos de resistência.

Diante disso, interessa-nos perguntar ao objeto, a partir de um olhar relacional e contextualizado de que nos fala Abril (2010): “Eixo 1: nudez, convenções morais e estéticas”: em que medida as imagens se constituem como um enfrentamento/resistência às regulações morais da nudez na contemporaneidade? O que essas imagens podem dizer sobre os valores contemporâneos e, em especial, sobre o corpo gordo feminino na sociedade? “Eixo 2: representações, estereótipos e estigmas”: como a sujeita da pesquisa constrói imagens de si e busca (re)construir as representações sobre a mulher gorda? De que maneira estereótipos sobre a mulher gorda são ressignificados ou reforçados pelas manifestações dos usuários?

Optamos por analisar o perfil de Thaís Carla, que além de ser uma mulher gorda, entendida como gorda maior¹³, possui um número expressivo de seguidoras/es, aborda constantemente a crítica em relação à gordofobia, incentiva a autoaceitação e ainda utiliza frequentemente o recurso da exposição do corpo. Para seleção dos posts, consideramos os seguintes critérios: 1. por tipo: posts com imagem; 2. pela especificidade da imagem: posts que apresentem nudez total; 3. pelo recorte temporal: abarcando postagens dentro do período delimitado de junho/2020 a junho/2021; 4. pela quantidade de posts: optamos pela seleção de três posts do perfil analisado; 5. pelos dados disponibilizados pela plataforma: selecionamos as publicações com mais curtidas.

Devido ao grande número de comentários das postagens, optamos por realizar uma pesquisa exploratória das manifestações dos usuários em cada post. Posteriormente, selecionamos aqueles que entendemos como representativos da dinâmica discursiva de cada publicação para análise em profundidade, considerando os objetivos da pesquisa.

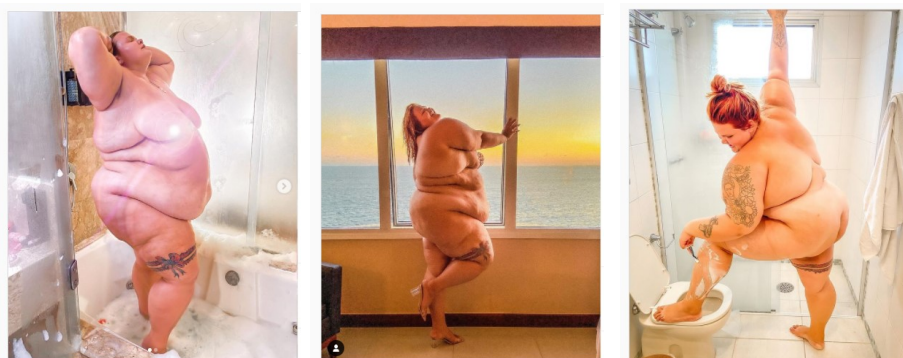
¹² Todas as citações do autor correspondem a uma tradução livre nossa, a partir dos originais em espanhol.

¹³ As categorias “gorda maior” e “gorda menor” foram criadas no âmbito do ativismo gordo para evidenciar o modo como diferentes corpos vivenciam diferentes níveis de opressão. Assim, a condição de “gorda maior” implica em uma opressão mais violenta e excludente em diferentes âmbitos da vida social, como o consumo (como encontrar roupas do seu tamanho) ou questões de acessibilidade (realizar um exame ou passar na catraca de um ônibus), além dos ataques gordofóbicos, patologização do corpo gordo e processos de desumanização/animalização.

ANÁLISE

Thaís Carla (@thaiscarla), 29 anos, é uma bailarina, produtora de conteúdo digital e ativista, nascida em Nova Iguaçu, município da Baixada Fluminense do estado Rio de Janeiro. Atualmente, Thaís atua como produtora de conteúdo digital e possui 2,6 milhões de seguidores no *Instagram*¹⁴ e 902 mil inscritos no seu canal no Youtube¹⁵. Em suas redes sociais digitais, aborda temas como amor-próprio, gordofobia, dança, maternidade e relacionamento. Thaís é casada com o fotógrafo Israel Reis, há 6 anos, e mãe de duas crianças, Maria Carla e Eva. No *Instagram*, se apresenta como: “THAIS CARLA ♡ MILITÂNCIA GORDA”. Na Bio¹⁶, além de seus contatos e parcerias, questiona ao seguidor/visitante: “Já se olhou no espelho hoje?”. Seu perfil na plataforma apresenta, fortemente, o recurso da nudez, objeto de estudo deste trabalho¹⁷:

Figuras 1¹⁸, 2¹⁹ e 3²⁰ - Fotos dos *posts* do perfil de Thaís Carla



Fonte: Reprodução *Instagram*.

Por meio da análise das imagens que compõem o corpus desta pesquisa (figuras 1, 2 e 3), é possível depreender que, de maneira geral, as fotos transmitem uma linguagem visual de “naturalidade”, que se distancia de uma concepção de produção para fotografias de moda, por exemplo²¹. As imagens não são construídas em torno de uma ideia de

¹⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/thaiscarla/> Acesso em 24 jul. 2021.

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCkDbKaH6CWE32PRzmGx6wbQ> Acesso em 24 jul. 2021.

¹⁶ Campo abaixo da foto de perfil do *Instagram*, onde você pode informar dados pessoais ou profissionais.

¹⁷ Outra marca do perfil, no caso de não-nudez, é o uso de roupas lidas socialmente como “inadequadas” para mulheres gordas, como *croppeds*, biquínis e lingerie. Atualmente, Thaís é proprietária da marca Alita Sex, de sex shop e lingerie.

¹⁸ Postagem de 22 de junho de 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CQcJdx8nsx1/> Acesso em 13 jul. 2021. Em 27/07/2021, a postagem somava 6.876 comentários.

¹⁹ Postagem de 25 de janeiro de 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CKeIoxRjmGF/> Acesso em 13 jul. 2021. A postagem somava 7.148 comentários em 27/07/2021.

²⁰ Postagem do dia 4 de dezembro de 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CIZFW9jHfOL/> Acesso em 13 jul. 2021. A postagem somava 6.034 comentários em 27/07/2021.

²¹ As imagens no *Instagram* da modelo *plus size* Rita Carrera são um exemplo desse estilo de produção que segue a linha dos editoriais de moda. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CGI8x_tnvTh/ Acesso em 30 jul. 2021.

ostentação ou glamour, e essa escolha reflete o posicionamento de Thaís em suas redes sociais, já que ela compartilha seu dia a dia como mãe, esposa e profissional.

Na primeira imagem, Thaís aparece se banhando. Ela está nua e sua expressão denota uma sensação de felicidade e relaxamento. Não há vergonha: ela está à vontade em ser quem é, e ter o corpo que tem. A única intenção de esconder alguma parte do corpo é materializada pelo efeito que cobre seus mamilos²². Na imagem, os olhos fechados, o pescoço reclinado e o pé levemente levantado evocam um tom sensual, potencializado pelo cenário. A banheira de espuma, associada a um imaginário de sensualidade, e a tatuagem (que envolve a sua perna em um formato de laço) contribuem para a criação de uma cena que flerta com o erótico. Entendemos, com a foto, que Thaís busca ressignificar os sentidos de infelicidade, vergonha e assexualidade que são associados às mulheres gordas e que reforçam uma ideia de desajustamento social. Na legenda, Thaís convida as mulheres a também se libertarem (“LIBERTE-SE”), revelando o incentivo ao empoderamento coletivo, que é constante em suas publicações.

Na segunda publicação, Thaís aparece nua em frente a uma grande janela com o mar ao fundo. A imagem remonta a um quadro, em que o corpo e a paisagem devem ser admirados. Assim como na primeira imagem, a influenciadora demonstra estar à vontade com seu corpo e, tanto a pose quanto o uso do salto alto, evocam novamente a sensualidade. De novo, ela se preocupa em esconder a região dos seios, dessa vez com as mãos²³. Por meio da leitura da foto, podemos aventar que Thaís busca ressignificar os sentidos sobre beleza e o que pode e deve ser admirado. A construção da imagem desloca sentidos negativos sobre o corpo gordo, de um lugar de vergonha, algo que precisa ser escondido ou modificado para um lugar de protagonismo e orgulho.

Na terceira imagem, a influenciadora está em um banheiro pequeno e com a perna em cima da privada. Como na segunda fotografia, Thaís aparece nua e sorrindo. A imagem traz uma dimensão de autocuidado e autoamor²⁴, já que ela está sozinha e feliz, raspando os pelos da sua perna. A cena de depilação, prática comum ao universo feminino, faz lembrar as propagandas sobre o tema, que se voltam para esse público²⁵.

²² Com base na discussão elaborada no tópico “A nudez contemporânea: convenções morais e estéticas”, sobre as políticas da plataforma sobre a nudez, podemos aventar que essa é uma tentativa de evitar que a imagem seja removida.

²³ O corpo, novamente visto de perfil, configura uma pose que facilita o ocultamento dos pontos não permitidos pela plataforma (mamilo, genitália e nádegas).

²⁴ Importante ressaltar, porém, que o fato de Thaís optar pela depilação não invalida todas as outras formas de autocuidado da mulher que, muitas vezes, não incluem a depilação.

²⁵ No contexto publicitário, no entanto, sempre vemos mulheres magras, com foco na área a ser depilada (pernas, axilas) e o produto utilizado. Embora muitos desses comerciais mostrem a mulher no momento do banho ou logo após ele, normalmente no banheiro, sempre aparecem encobertas por algo (toalha, roupão). Thaís, portanto, vai na

Entretanto, quando se coloca nua, de corpo inteiro, valoriza a si e ao seu cotidiano, e não a necessidade do produto ou da própria depilação. Nesse viés, busca ressignificar outro estereótipo ligado à mulher gorda, de ser desleixada e negligente com o próprio corpo.

Na legenda da terceira publicação, Thaís afirma: “Sob o olhar do meu marido”. Essa demarcação do companheiro fotógrafo enquanto autor da foto é significativa. Thaís evidencia o modo como ela, mulher gorda, pode receber um olhar de admiração e afeto, e valoriza a profissão do parceiro. Aqui, a produtora de conteúdo se coloca como alguém digna de ser amada e admirada. Além de acionar o olhar amoroso do marido, Thaís também elabora na legenda um convite às pessoas para observarem quais são os olhares que têm recebido de seus parceiros: “Esteja com alguém que veja beleza em você em qualquer ocasião, de qualquer forma física, com seus ‘defeitos’”. No trecho final, Thaís reforça que não só a mulher gorda pode ser amada, como não deve se contentar com “qualquer tipo” de relacionamento, e pergunta: “Como anda sua vida amorosa?”. Essa postura revela, mais uma vez, a tentativa de uma construção coletiva entre as mulheres, evidenciando a “razão coletiva de ser” (BERTH, 2019) do empoderamento.

Nos comentários do terceiro post, notamos um descontentamento, por parte das mulheres, sobre a forma como foram tratadas por seus companheiros: “[...] *Como gostaria de encontrar quem me tratasse como rainha, mas quem sabe um dia encontre um homem que realmente me valorize*”²⁶. Um comentário chamou atenção por seu viés paradoxal: “*Acho muito fofo o homem que ver sua esposa independente de corpo, de beleza seja lá oq for ver linda, elegante e faz dela a melhor mulher do mundo!! [...]*”. A usuária externaliza um entendimento de amor que se constrói independentemente de beleza, apesar de uma possível feiura. Parece que localiza Thaís no polo da feiura, já que valoriza o fotógrafo por ver beleza na esposa apesar do corpo dela.

Em outro comentário, uma usuária afirma: “*A minha vida amora está ótima, e depois comecei a treinar e fazer minha dietinha entaaaoooo!!!! Estou com 13kg a menos e muito bem disposta, to maravilhosa*”. Nesta perspectiva, a felicidade no amor estaria diretamente relacionada ao peso, uma vez que o emagrecimento parece ter melhorado a relação. Por outro lado, usuários que se identificam como gordos contaram como essa característica não os impediu de serem felizes nos relacionamentos: “*Eu sou gordinha e me sinto super bem com meu esposo ele que me depila cuida de mim do meu cabelo, bom*

contramão desse modelo de visualidade (um tipo de corpo, encoberto e recortado, que dá suporte ao produto), mesmo fazendo referência aos elementos que a compõem.

²⁶ Optamos por transcrever os comentários exatamente como foram publicados, preservando, até mesmo, os erros de digitação e ortografia.

ter essa intimidade com seu parceiro bom de mais”. Ainda nesse post, comentários de ódio foram direcionados ao papel de Thaís enquanto esposa: *“Coitado do cara q te come... tem que chamar o reboque pra não morrer sufocado*”. Essa “preocupação” é sintomática da sociedade machista na qual vivemos e percebemos, em todas as postagens, comentários que se direcionam ao casamento de Thaís.

Por meio da pesquisa exploratória nos comentários das três postagens que compõem o corpus da pesquisa, percebemos a constituição de uma disputa simbólica entre aqueles que criticam Thaís e os que manifestam reações positivas e elogiosas a ela. Analisando tais comentários, identificamos alguns padrões:

Quadro 1 - padrões de comentários elogiosos nas postagens

Padrões de comentários	Exemplos²⁷
Exaltam a beleza, a diversidade de corpos e a autoestima de Thaís	“Admiro demais”; “Seu corpo é arte!, Deusa empoderada”; “Perfeita”; “poderosa”; “ícone”; “orgulho”; “luz”; “você é FOD*”
Indicam processos de autoaceitação e desconstrução de padrões a partir da identificação com Thaís Carla	“Passei a amar meu corpo depois que comecei a te seguir me espiro em vc” “@thaiscarla te amo muito sou sua fã simplesmente Perdi meu complexo com vc incentiva várias pessoas que estão pra baixo querendo ter o corpo que a sociedade tanto quer”
Destacam a “coragem” de se expor	“Parabéns pela coragem. Admiro mulheres com atitude. Dane-se a opinião tóxica dos outros que ao invés de melhorar como gente prefere vim a uma rede social para apontar o dedo qdo na vdd a vida deve ser um vazio” “obrigada pela super alto estima que você trasmti. parabéns pela lidna coragem (emoji coração e emoji carinha com coração no olho)”

Fonte: Elaboração própria²⁸

Os seguidores relatam como o olhar sobre si mesmo mudou a partir do momento em que começaram a ver, em Thaís, a existência de um corpo possível, que também é belo. Entretanto, também há relatos de dificuldade nos processos particulares de auto-aceitação: *“Eu te acho linda, maravilhosa e não consigo me achar linda*”. Há indícios de uma relação paradoxal estabelecida nos comentários que evocam a “coragem”. Nas falas, percebemos uma crença de que a mulher gorda que decide expor seu corpo precisa ser corajosa. Jéssica Balbino²⁹, ativista gorda, problematiza essa questão: “A atitude da mulher gorda é vista como coragem, afinal, é preciso uma certa dose de desprendimento e autoconfiança para enfrentar o mundo que não só diz, mas BERRA, o tempo todo, que a mulher gorda deveria se envergonhar por ser quem é”³⁰.

²⁷ Em alguns casos, foram incluídos apenas trechos dos comentários.

²⁸ Nota: o conteúdo de todos os quadros corresponde à transcrição de comentários do perfil no *Instagram* de Thaís Carla (@thaiscarla)

²⁹ <https://www.instagram.com/jessicabalbino/>

³⁰ Disponível em: <https://peita.me/blogs/news/mas-como-e-que-ela-tem-coragem-por-jessica-balbino> Acesso em 30 jul. 2021.

Como sintomático da dinâmica interacional nos três posts, alguns usuários tentam retornar o corpo de Thaís a um lugar de vergonha, e desacreditam os seguidores que a elogiam: *“Todos elogiando mas só para fazer cena, por trás julga e não quer ter um corpo assim”*. Essas pessoas entendem o corpo gordo como algo que não pode ser considerado belo, admirável ou desejável. Perfis anônimos se manifestaram de forma agressiva e gordofóbica e o foco na relação entre o corpo gordo e os objetos do mundo, que se manifesta em tais comentários, aparece como forma de ridicularização: *“Vocês vai quebrar Essa banheira muito cuidado porque ela vai explodir com você forte”*.

Em consonância com essa concepção que subalterniza os corpos gordos, estereótipos de falta de mobilidade e descontentamento com o corpo também foram evocados nas publicações. Pessoas que se identificam como gordas relataram tais vivências: *“Tô fora do meu peso tô me sentindo mal, sei bem o que essa menina deve tá passando pra se locomover e muitos triste viver refém do nosso próprio corpo”*. Nesse sentido, a usuária imagina que Thaís vivencie tais problemas sem considerar (ou saber) tanto o que mostram as imagens e legendas, quanto o que mostra a vida da bailarina.

A associação do corpo gordo com a doença configurou-se como representativa da dinâmica interativa analisada nas três publicações, em diferentes formas de acionamento da patologização do corpo gordo:

Quadro 2 - padrões de comentários sobre patologização do corpo gordo

Padrões de comentários	Exemplos
Perigo iminente de morte ³¹	“COVID-19 matando geral os obesos, e a mensagem para mais de 2 milhões de seguidores (muitos obesos e obesas) é “liberte-se”. Sério?”. “Você vai perder um membro do corpo quando a diabetes bater forte”.
Preocupação com o bem-estar	“Sim tem que se amar, mas que ama se cuida e gordura faz mal ..eu te adoro es muito animada mas se cuida meu bem”. “Com tanto diheiro você precisa se cuida meu anjo vai se sentir até melhor eu imagino que seu marido gostaria de te ver melhor”.
Acusação de descuido e negligência com a sua saúde	“Jesus amado (emoji de quase choro com cara vermelha) cada dia vc me inspira mais e mais a me cuidar e fazer exercício, não quero ficar assim nunca”. (Aqui também está colocado que a gordura é uma escolha: Thaís está gorda (e não é) porque é preguiçosa e não faz atividade física).
Relatos de pessoas que se identificam como gordos ou ex-gordos sobre seus problemas de saúde	“Não tenho medo de engordar, mas tenho medo de morrer, fui obeso mórbido sim, e não tenho orgulho disso! pressão alta, gordura no fígado, pré-diabético, e dores no corpo todo por tá carregando dois de mim...”.

Fonte: Elaboração própria.

³¹ Essa tensão de morte é utilizada em diferentes contextos em atos gordofóbicos: Disponível em: <https://catracalivre.com.br/cidadania/cao-revela-nao-morreu-influencer-e-vitima-de-fake-news-e-gordofobia/> Acesso em 29 jul. 2021.

Nos comentários da segunda postagem³², localizamos a evocação do estereótipo do gordo como aquele que come compulsivamente e só é gordo porque quer: *“Fia faz textao para justificar a perguiça e preferência por comida come até explodir”³³ [...]*. Por outro lado, usuários questionaram essa patologização compulsória, por empatia *“Mano não é pq a pessoa está gorda que não é saldavel, calem a porrah da boca de vcs”*, identificação ou crítica à medicalização do corpo de Thaís pelo público leigo.

Essa visão patologizante leva, ainda, a uma outra reação do público. Os usuários acionam uma perspectiva caracterizada pelo entendimento de que a influenciadora estaria “romantizando” ser gorda, promovendo uma apologia a essa condição. Alguns comentários deixam ver essa argumentação:

Quadro 3 - padrões de comentários sobre romantização da obesidade

Padrões de comentários	Exemplos
Deslegitimação do discurso dos outros usuários	“Romantizar doença não torna ela saudável. Quem finge achar esse corpo bonito nos comentários garanto que NUNCA queriam ter um parecido. Hipocrisia”
Relativização do direito de ser quem é	“Não vejo empoderamento nenhum aí... Na verdade vejo um grande problema... Romantizando uma doença que mata milhões... Exigir respeito é uma coisa, conformismo é outra coisa bem diferente...”
Culpabilização/responsabilização de Thaís como mãe	“As filhas vão acabar gordas e chio de doenças olha a mãe que elas tem”

Fonte: Elaboração própria.

Percebemos que parte dos usuários leem a exposição de Thaís e a manutenção do seu “status” de gorda como uma maneira de alcançar mais engajamento no *Instagram*: *“O pessoal não entende que enquanto o corpo dela gerar lucro e engajamento, ela não vai emagrecer”*. Os usuários acionam uma possibilidade de “monetização da gordura”, questionando um suposto lugar de “privilégio” de Thaís. É como se considerassem que ela, por ser gorda e consequentemente lida como feia, tivesse assegurado um lugar de não-vulgarização que não é concedido a mulheres que correspondem aos padrões de beleza: *“Por que se uma mulher bonita postar foto assim todo mundo fala que é vulgar e essa aí todo mundo fica falando que tá lindo?”*. No que se refere à nudez, foi possível identificar os seguintes padrões:

³² Optamos por não abordar, de modo direto na análise, a legenda do segundo post por se tratar de um texto longo de autoria da ativista Jéssica Balbino que foi apropriado por Thaís Carla, o que demandaria uma análise específica e aprofundada sobre ele e suas reverberações entre os usuários. O texto completo da legenda da segunda publicação pode ser lido aqui: <https://www.instagram.com/p/CKeIoxRjmGF/>

³³ O uso do termo “explodir”, neste comentário, não é casual e dá a ver a influência das representações midiáticas nos processos de estigmatização. Dona Redonda, personagem da telenovela Saramandaia, é uma mulher gorda que come compulsivamente e, ao final do enredo, recebe a punição por seu **descontrole**, a morte: literalmente explodindo na frente de todos, tendo partes do seu corpo espalhadas pela cidade. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CPa_0iHA_KS/ Acesso em 30 jul. 2021.

Quadro 4 - padrões de comentários sobre a nudez encontrados nos posts

Padrões de comentários	Exemplos
Se pretende não-gordofóbico, mas apresenta valores conservadores quanto à nudez	“Acho que não tem necessidade dessa exposição toda, já entendemos que vc se ama, ama se gorda, super apoio sua autoestima, e ajuda sim muitas mulheres, mas é muita exposição nua, acho que a mulher tem que se reservar um pouco, nem gorda, nem magra, fica legal pra tanta exposição”. “Vc e linda p legal mais pra que postar essas coisas no Instagram”.
Liga a nudez à vulgaridade e tece um limite entre liberdade e vulgaridade, entendidas como instâncias dicotômicas	“Se libertar é uma coisa. Se expor vulgarmente é outra coisa amar nosso corpo não precisa apelar pra ser quem vc quer ser!”.
Aciona convenções morais para “denunciar” a nudez	“Gente que falta, de vergonha é essa? Mesmo que fosse magra tem adolescentes e crianças no Instagram meus filhos não me vê nua mas e obrigado vê aqui me poupe!” “Vc sabe que se expor nua é crime é crime né?”

Fonte: Elaboração própria.

Dessa maneira, podemos depreender que, embora Thaís busque transgredir padrões morais sobre a nudez, tentando naturalizá-la, os comentários dos usuários deixam ver como a exposição ainda é vista como algo vulgar, provocador, que incomoda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, buscamos compreender como a iniciativa de algumas mulheres, de expor seus corpos nas redes sociais, tensiona as formas de olhar para os corpos gordos na contemporaneidade. Olhamos para as imagens, legendas e comentários considerando um contexto cultural mais amplo (ABRIL, 2010) e em relação aos dois eixos que propusemos discutir (“nudez, convenções morais e estéticas” e “representações, estereótipos e estigmas”). Vislumbramos, nos textos verbo-visuais, que a nudez ainda é discriminada, considerada indecência, exibicionismo, vulgaridade e que os estigmas depositados sobre os corpos gordos permanecem alimentando estereótipos altamente negativos, como a feiura, a doença, o desleixo e a infelicidade. Entretanto, quando o corpo recusa a subordinação e emerge na cena pública se olhando com amor, tais sentidos subalternizantes são confrontados.

Nesse contexto, o corpo gordo nu insere outra camada no processo interativo: a resistência. O ato político rompe com a ideia de que só um tipo de corpo é autorizado a se expor e ressignifica estereótipos. Pelas imagens e legendas das publicações analisadas, identificamos a tentativa de ressignificação dos sentidos sobre a beleza, que não são normativamente associados aos corpos gordos, pela crítica aos padrões estéticos e pela reivindicação da possibilidade de ser bela, sensual e desejada: ela é uma mulher digna de ser amada. Thaís elabora movimentos particulares de autoamor, mas também fomenta

uma relação de empoderamento coletivo (BERTH, 2019), que passa pelo viés da autoestima e da autoaceitação, demonstrando uma desconstrução de padrões tramada no encontro entre as postagens e o público.

O policiamento do corpo de Thaís, no entanto, também se faz presente nas reações dos usuários. Nas estratégias de vigília, são acionados discursos moralizantes que dizem qual nu é possível (e belo) e que avaliam o propósito da nudez. Foram recorrentes questionamentos sobre o tamanho do corpo, sobre romantizar a obesidade e ganhar dinheiro com a gordura, sobre o relacionamento amoroso, sobre as relações familiares, sobre saúde. A defesa de convenções morais voltadas para a nudez deixou ver, ainda, como o tema é provocador e que incomoda mais quando o corpo nu não é aquele considerado padrão.

O estigma da gordura que, por ser notável³⁴, é visto como motivo de vergonha, algo que deve ser apagado, amenizado ou disfarçado, aparece com profundidade nos comentários. Como explica Jimenez Jimenez (2020), o estigma age como forma de controle social, criando um protótipo do que é permitido ou não na sociedade. Nesse contexto, observamos a maneira como os sentidos já instituídos sobre o corpo gordo feminino se fazem presentes nas falas dos usuários que, nesse viés, podem forjar e perpetuar processos de estigmatização das mulheres gordas.

Ainda em relação aos comentários, as manifestações de ódio e ridicularização podem ser vistas como sintomáticas da dinâmica interativa. Além das reações machistas, que se voltaram, principalmente, para a vida amorosa/sexual de Thaís, a patologização da pessoa gorda foi uma marca importante dos comentários. Mascaradas, principalmente, por discursos médicos, as preocupações ou conselhos relativos à saúde de Thaís nos pareceram mais tentativas de silenciamento do que manifestações de empatia. Chama atenção que a indústria do emagrecimento e o culto à magreza não sejam questionados com tanta veemência.

Nesse sentido, as estratégias de resistência elaboradas cotidianamente por corpos estigmatizados são ações que devem permanecer acontecendo, falando, fazendo-se ver. A disputa de sentidos e direitos, dessa forma, passa necessariamente pela exigência de uma relação ética. As visualidades hegemônicas são colocadas em questão e desestabilizadas no confronto entre estereótipos e novas significações. Refletimos com Sibilia (2014b),

³⁴ Goffman apresenta duas “categorias” de estigmatizados: os desacreditados e os desacreditáveis (GOFFMAN, 1988). No caso da mulher gorda, esse grupo se encaixa no primeiro grupo, já que o seu sinal ou “símbolo de estigma”, a gordura, - enunciado por Goffman (1988) como uma característica que transmite informação social e confirma a imagem que se tem do sujeito, juntamente com os outros signos - é perceptível ao primeiro olhar.

que argumenta como o campo da exibição dos corpos, e da nudez, parece estar em ebulição não por acaso, mas por ser capaz de tensionar regimes de visualidade (SIBILIA, 2014b, p. 52).

REFERÊNCIAS

ABRIL, Gonzalo. **Cultura visual y espacio público-político**. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, v. 15, p. 21-36, 2010.

ARRUDA, Agnes de Sousa. **O PESO E A MÍDIA: uma autoetnografia da gordofobia sob o olhar da complexidade**. 2019. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Paulista (UNIP), São Paulo, 2019.

BERTH, Joice. **Empoderamento**. -- São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019. 184 p. (Feminismos Plurais / coordenação de Djamila Ribeiro)

CORRÊA, Laura Guimarães; SILVEIRA, Fabrício José N. da. **Representação**. In: FRANÇA, Vera Veiga; MARTINS, Bruno Guimarães; MENDES, André Melo (org.). Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas/ PPGCom - UFMG, 2014.

GOFFMAN, Erving. **Estigma** - notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

GOMES, Itania. **Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento**. Comunicação e estudos culturais. Salvador: Edufba, p. 29-48, 2011.

HALL, Stuart. **O papel da representação**. In: HALL, Stuart. Cultura e representação. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

JIMENEZ JIMENEZ, Maria Luisa. **Lute como uma gorda: gordofobia, resistências e ativismos**. 2020. Tese (Doutorado em Estudos de Cultura Contemporânea) - Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, 2020.

MELO, Francisco Vicente Sales; FARIAS, Salomão Alencar de e KOVACS, Michelle Helena. **Estereótipos e estigmas de obesos em propagandas com apelos de humor**. Organ. Soc. [online]. 2017, vol.24, n.81, pp.305-324.

PETHERBRIDGE, Danielle. **O que há de crítico na vulnerabilidade?** Repensando interdependência, reconhecimento e poder. Dissonância: Revista de Teoria Crítica, v. 1, n. 2, 2019.

SIBILIA, Paula. **A politização da nudez: Entre a eficácia reivindicativa e a obscenidade real**. Compós, 2014a.

SIBILIA, Paula. **O que é obsceno na nudez?**. In: Famecos, PUC-RS, 2014b.