



Universidade Federal de Viçosa

CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

ELENICE CHRISTINA MAURÍLIO DA SILVA

**CORPO, ESTIMA E RECONHECIMENTO: UMA ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DE
CORPOS GORDOS NO INSTAGRAM**

ORIENTADORA: DRA. RAYZA SARMENTO

**VIÇOSA - MINAS GERAIS
DEZEMBRO/2019**

ELENICE CHRISTINA MAURÍLIO DA SILVA

**CORPO, ESTIMA E RECONHECIMENTO: UMA ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DE
CORPOS GORDOS NO INSTAGRAM**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de Viçosa como requisito para a obtenção do título de Bacharela em Ciências Sociais.

Orientadora: Profa. Dra. Rayza Sarmento

**VIÇOSA - MINAS GERAIS
DEZEMBRO/2019**

ELENICE CHRISTINA MAURÍLIO DA SILVA

**CORPO, ESTIMA E RECONHECIMENTO: UMA ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DE
CORPOS GORDOS NO INSTAGRAM**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de Viçosa como requisito para a obtenção do título de Bacharela em Ciências Sociais.

Orientadora: Profa. Dra. Rayza Sarmiento

Aprovado em: 17 de setembro de 2019

Ms. Alexandra Bittencourt de Carvalho
(Avaliadora)

Prof^a. Dra. Daniela Alves de Alves
(Avaliadora)
(DCS/UFV)

Prof^a. Dra. Rayza Sarmiento
Orientadora
(DCS/UFV)

Elenice Christina Maurílio da Silva
Discente
(DCS/UFV)

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Maria Aparecida e Lenilson, pelo amor e carinho ao longo da minha vida, além das inúmeras horas dedicadas ao trabalho para que nada me faltasse. Agradeço também às minhas madrinhas que ajudaram meus pais na tarefa de cuidar e me educar. Aos amigos que me apoiaram durante o período da escola, da graduação, e aqueles que estão comigo desde a infância. Vocês foram fundamentais no meu crescimento acadêmico e pessoal.

Aos meus sobrinhos, Emanuelle e Hugo, que mesmo nos tempos difíceis arranjavam coisas divertidas para fazermos: dar gargalhadas das loucuras da vó, jogar baralho, dançar, ir ao cinema, fazer trabalhinhas da escola e viajar.

À minha filha canina, Maria Isabel, que é minha companheira a 14 anos, me auxilia nos tempos mais tristes, me enche de amor, e me faz rir com suas poses para dormir e seus olhares engraçados.

Não poderia deixar de lembrar das minhas professoras, professores e demais profissionais da educação. Hoje como professora tento seguir os ensinamentos que me foram passados. É por causa de vocês que ainda acredito na educação.

À Rayza Sarmiento, minha orientadora, que me apresentou diferentes discussões e ajudou na construção deste trabalho. Obrigada pela paciência, pelos ensinamentos, e principalmente pelo companheirismo.

*“E um homem não me define
Minha casa não me define
Minha carne não me define
Eu sou meu próprio lar”*

(Triste, Louca ou Má - Francisco, El Hombre, 2016)

RESUMO

Este estudo aborda o papel desempenhado por mulheres gordas no *Instagram* no processo de construção de novos discursos e maneiras de apreender o corpo gordo feminino. Partimos de estudos desenvolvidos pelo filósofo alemão Axel Honneth, no que diz respeito à luta por reconhecimento, dando enfoque principalmente à dimensão da solidariedade. Para isso, analisamos vinte publicações de dois perfis no *Instagram*, a partir de três categorias: consumo, rejeição de um padrão de beleza e autoaceitação. Dessa forma, o presente trabalho busca compreender de que maneira tais mulheres empreendem uma desconstrução de estereótipos e estigmas em relação ao corpo gordo feminino. Além disso, objetiva-se descrever como se desenvolve a interação entre imagem e texto das publicações feitas nos perfis.

Palavras- chave: Corpo gordo, Reconhecimento, Instagram, Solidariedade

ABSTRACT

This study addresses the role played by fat women on Instagram in the process of building new discourses and ways to grasp the fat female body. We start from studies developed by the German philosopher Axel Honneth, with regard to the struggle for recognition, focusing mainly on the dimension of solidarity. To do so, we analyzed twenty Instagram profile posts from three categories: consumption, rejection of a beauty standard, and self-acceptance. Thus, the present work seeks to understand how such women undertake a deconstruction of stereotypes and stigmas in relation to the female fat body. In addition, it aims to describe how the interaction between image and text of publications made in profiles develops.

Keywords: Fat body, Recognition, Instagram, Solidarity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

1. Imagem 1: Print da Interface do Instagram	22
2. Imagem 2: Print do perfil de Alexandra Gurgel	26
3. Imagem 3: Print do perfil de Luiza Junqueira	27
4. Imagem 4: Print do perfil de Alexandra Gurgel	28
5. Imagem 5: Print do perfil de Alexandra Gurgel	29
6. Imagem 6: Print do perfil de Luiza Junqueira	31
7. Imagem 7: Print do perfil de Alexandra Gurgel	38
8. Imagem 8: Print do perfil de Alexandra Gurgel	38
9. Imagem 9: Print do perfil de Alexandra Gurgel	39
10. Imagem 10: Print do perfil de Alexandra Gurgel	39
11. Imagem 11: Print do perfil de Alexandra Gurgel	40
12. Imagem 12: Print do perfil de Alexandra Gurgel	40
13. Imagem 13: Print do perfil de Alexandra Gurgel	41
14. Imagem 14: Print do perfil de Alexandra Gurgel	41
15. Imagem 15: Print do perfil de Alexandra Gurgel	42
16. Imagem 16: Print do perfil de Alexandra Gurgel.....	42
17. Imagem 17: Print do perfil de Luiza Junqueira	43
18. Imagem 18: Print do perfil de Luiza Junqueira	43
19. Imagem 19: Print do perfil de Luiza Junqueira	44
20. Imagem 20: Print do perfil de Luiza Junqueira	44
21. Imagem 21: Print do perfil de Luiza Junqueira	45
22. Imagem 22: Print do perfil de Luiza Junqueira	45
23. Imagem 23: Print do perfil de Luiza Junqueira	46
24. Imagem 24: Print do perfil de Luiza Junqueira	46
25. Imagem 25: Print do perfil de Luiza Junqueira	47
26. Imagem 26: Print do perfil de Luiza Junqueira	47

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. CORPO, ESTIMA E RECONHECIMENTO	13
2.1. Reconhecimento.....	14
2.2. Internet e Reconhecimento	19
3. NOTAS METODOLÓGICAS	21
4. INSTAGRAM E ESTIMA: UMA RELAÇÃO DE CONSUMO, GORDOFOBIA, REJEIÇÃO DE UM PADRÃO DE BELEZA E AUTOACEITAÇÃO.....	25
4.1. Consumo	25
4.2. Rejeição de um padrão de beleza.....	28
4.3. Autoaceitação.....	29
4.4. O impasse entre Gordofobia e Autorrealização	31
CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35
ANEXOS.....	37

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho é resultado de inúmeras indagações que surgiram ao longo do meu processo de construção enquanto mulher gorda e também como estudante do curso de Ciências Sociais. Pensar o corpo gordo para além dos estigmas foi e ainda é tarefa de bastante complexidade. Isso se dá principalmente pelo fato de ele, com suas características e especificidades, ainda ser tratado como anormal em grande parte dos meios de comunicação. Porém, percebe-se o surgimento de diferentes ações que propõem uma nova abordagem do corpo gordo.

O corpo, tratado aqui como objeto cultural e social, pode ser caracterizado também como elemento histórico e político, capaz de propiciar uma nova construção de sentidos na contemporaneidade. Ele, permeado por discursos, crenças e saberes, é como aponta Silvana Vilodre Goellner (2003), produto do contato de um “eu” com um “outro”.

O referido objeto quando recortado para sua forma gorda suscita outras discussões, atores, e principalmente, novas formas de apreensão desses “novos” corpos. A partir disso, e tendo como arcabouço teórico estudos relacionados ao feminismo, reconhecimento, internet e corpo, procuramos entender de que maneira mulheres gordas se utilizam de seus perfis no *Instagram* para divulgar uma nova percepção sobre o “ser gorda”.

A investigação se debruçou sobre vinte publicações no *Instagram*, lendo-as a partir da Teoria do Reconhecimento, nos moldes de Axel Honneth, dando enfoque à dimensão da solidariedade. Além disso, tem-se como propósito descrever a maneira que ocorre a interação entre imagem e texto nas postagens.

Para isso, é necessário apontar que a análise se desenvolve a partir de dois perfis específicos no *Instagram* pertencentes a mulheres gordas¹: Alexandra Gurgel² e Luiza Junqueira³. Ambas as mulheres procuram, por meio da referida rede social, desconstruir sentidos sociais estigmatizantes sobre os corpos gordos, que ainda são marcados pela ideia do descuido, da falta de saúde, e também da imperfeição.

¹ As duas mulheres foram informadas desta pesquisa e da replicação de suas publicações. Além disso, os dois perfis do Instagram são públicos.

² <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

³ <https://www.instagram.com/luizajunquerida/>

As referidas páginas representam o caminho inverso daquele que desmoraliza os corpos gordos, fazendo assim com que essa arena online se transforme em um lugar de reivindicações, de militância, e também um espaço importante para processos políticos de reconhecimento, estes que, nos termos de Honneth (2003), envolvem busca por estima.

Assim, nosso objetivo geral é compreender como perfis de mulheres no *Instagram* podem colaborar na construção de novos discursos e maneiras de apreender os corpos gordos femininos. Além disso, tem-se como objetivos específicos analisar de que maneira podemos entender a Teoria do Reconhecimento, a partir de estudos desenvolvidos por Axel Honneth, através das publicações no Instagram, e também descrever como se desenvolve a interação entre imagem e texto das publicações feitas nos perfis.

O estudo em questão se faz necessário uma vez que sugere uma compreensão do corpo para além de suas características biológicas, salientando seu potencial político. Na primeira parte deste trabalho nos dedicaremos a falar sobre corpo, estima, reconhecimento e internet. No que diz respeito ao corpo, trabalharemos sua relação com a cultura, e sua construção enquanto objeto da mesma, a partir de estudos de Andrade (2003), Braga (2009) e Goellner (2003).

Além disso, o abordaremos a partir de uma concepção feminista, que o enxerga como um lugar de disputa entre o domínio público e o privado (SCAVONE, 2010), e também a partir de seu reconhecimento enquanto objeto político, elemento que propicia a reivindicação em diferentes espaços (GOMES; SORJ, 2014; HOLLANDA; COSTA, 2018). Podendo assim ser configurado como alvo de diferentes instituições masculinas que visam através da imposição de um mito da beleza (WOLF, 1992), barrar os avanços do movimento feminista.

Em relação à estima e ao reconhecimento, fazemos uma breve apresentação da teoria desenvolvida por Honneth (2003), que diz respeito a uma luta por reconhecimento, as dimensões do amor, do direito e também da solidariedade. Para isso utilizamos produções de Mendonça (2007; 2009) como suporte para compreensão dos estudos desenvolvidos por Honneth. Isso se dá pela percepção de uma iniciativa dessas mulheres em contrapor os sentidos sociais estigmatizantes sobre os corpos gordos.

Ademais, nos dedicaremos à relação entre internet e reconhecimento. Apontaremos assim, a importância de se pensar as possibilidades oferecidas pela internet, tendo em vista que ela propicia o debate de diferentes questões, divulgação de informações (GARCÊZ; MAIA, 2009; LAGE; CAVALCANTE, 2018; MAIA, 2007; SARMENTO, 2015).

A internet funciona ainda como meio de divulgação de pautas de grupos de pouca visibilidade, possibilitando o desenvolvimento de uma luta por reconhecimento, oferecendo assim “múltiplas possibilidades para grupos discriminados promoverem uma redefinição da própria imagem pelos outros e por eles próprios, buscando gerar um novo entendimento simbolicamente compartilhado” (GARCÊZ; MAIA, 2009, p.87).

Para isso, utilizaremos a metodologia de análise de conteúdo, que por meio de uma abordagem qualitativa nos possibilita uma maior compreensão da perspectiva dos sujeitos sobre diferentes fenômenos, e nos auxilia na produção de inferências, categorização do conteúdo coletado, além de facilitar na apreensão da relação entre texto e imagem.

2. CORPO, ESTIMA E RECONHECIMENTO

Ao analisarmos o corpo como objeto histórico e também de reivindicação, estamos atribuindo a ele um novo significado. Este que se distancia cada vez mais de uma perspectiva biológica, e aproxima-se de uma compreensão voltada para as dimensões cultural e social.

Na análise de Goellner (2003), o corpo é um elemento construído na cultura e também por ela, e ganha destaque na medida em que é considerado um componente que não se prende apenas no *ser corpo*, mas “é também a roupa e os acessórios que o adornam, as intervenções que nele se operam, a imagem que dele se produz” (GOELLNER, 2003, p. 29).

Sandra dos Santos Andrade (2003) frisa que os processos educativos envolvendo o corpo, principalmente o feminino, se desenvolvem por meio das mais variadas instituições e em diferentes espaços. De acordo com a autora, “há pedagogia em qualquer espaço em que se efetua educação, em que se ensina aos indivíduos modos de proceder, de viver, de fazer, de comprar, de comer, de vestir, de falar” (ANDRADE, 2003, p. 109).

Compartilhando da perspectiva da construção cultural do referido objeto, mas dando enfoque também à mídia, Adriana Braga (2009) demonstra através de sua análise que o corpo humano “é resultado de relações sociais e apropriações culturais. Cada corpo é construído por discursos (adjetivos, elogios, valorização/recusa de certas ‘partes’)” (BRAGA, 2009, p. 1). E que sendo elemento da cultura, nele se inscrevem leis construídas pela sociedade a qual está inserido.

Braga (2009) aponta ainda a questão da coerção social que atua sobre os corpos femininos, essa que cria “idealizações largamente difundidas pelos meios de comunicação de massa” (p. 3). Ou seja, os veículos de comunicação contribuindo para a construção e solidificação de um imaginário de corpo ideal, em que diferentes instrumentos de modificação, controle, e também moldes de um dever ser, são naturalizados e legitimados.

Assim, temos como ponto de partida o entendimento de que o corpo não se reduz apenas a sua estrutura, mas também depende do contexto o qual ele está inserido. Compreendendo que ao longo da história os corpos femininos foram submetidos a diferentes imagens de beleza, essas que definiam e ainda definem um parâmetro de “feminidade bem-sucedida” (WOLF, 1992, p. 13), é necessário pensar como esses padrões, regras e modos de imaginar o corpo foram e ainda são divulgados e disseminados.

Naomi Wolf, ao analisar em seu livro de 1992 o mito da beleza, indica que mesmo depois de inúmeras conquistas advindas do que ela chama do renascimento do feminismo (que se desenvolveu no início dos anos 70), em que “as mulheres abriram uma brecha na

estrutura do poder” (WOLF, 1992, p. 12), foi perceptível o aumento da utilização de imagens de beleza como um componente contra as mulheres. Assim, a autora assinala que a partir desse período, e junto da conquista de alguns direitos legais (que anteriormente lhes eram negados), mais imagens da beleza feminina eram impostas, tentando assim frear os avanços que o movimento havia alcançado.

A autora sustenta que se trata de “uma arma política contra a evolução da mulher: o mito da beleza” (WOLF, 1992, p. 12). Defende assim que o mito aparece como uma nova forma de controle social, em que temendo a liberdade de mulheres - essas que não se veem apenas como pertencentes a um único âmbito, o doméstico- diferentes instituições masculinas fazem uso de seu poder institucional para frear os avanços até então obtidos.

Lucila Scavone (2010) ao discorrer sobre o corpo, considerando-o como um lugar de disputa de poder entre o domínio público e o privado, mostra o caráter político que ele pode admitir. A partir disso, podemos interligar as contribuições da autora com as de Carla Gomes e Bila Sorj (2014), as quais se propõem entender como vem se dando a relação entre corporeidade, geração e identidade dentro do movimento feminista brasileiro, e ressaltam o papel do corpo enquanto objeto de reivindicação.

o corpo é usado para questionar as normas de gênero, em especial as regras de apresentação do corpo feminino no espaço público. ao mesmo tempo, o corpo é um artefato no qual cada participante procura expressar alguma mensagem que o particulariza (GOMES; SORJ, 2014, p. 438).

Assim, as autoras nos mostram a relevância de torná-lo uma base para se pensar a maneira com que mulheres se utilizam do *Instagram* para a construção de novos sentidos sociais sobre os corpos gordos, nosso objeto empírico. Para a análise desses sentidos, mobilizamos as discussões sobre reconhecimento.

2.1. Reconhecimento

Neste trabalho nos dedicamos a discutir as contribuições feitas por Honneth (2003) em seu livro “*Luta por reconhecimento*”. O autor, cujo objetivo é uma maior reflexão sobre “como a vivência do desrespeito pode ser geradora de reivindicações públicas” (SARMENTO, 2015, p.132), desenvolve uma atualização de “alguns *insights* hegelianos por meio da psicologia social de Mead” (MENDONÇA, 2009, p.144). Honneth enfatiza a importância de se pensar os conflitos sociais, e conseqüentemente, as lutas por reconhecimento como uma possibilidade de transformação da realidade.

É interessante ressaltar novamente que o autor, assim como Taylor⁴, se apoia nas teorias desenvolvidas por Hegel, mas seu foco é direcionado ao que ele chama de “obra de juventude” (HONNETH, 2003, p.125), que diz respeito ao reconhecimento e as motivações dos conflitos sociais.

Porém, como apontado por Rayza Sarmiento (2015), Honneth faz o movimento de “tornar mais ‘materialista’ os escritos do filósofo” na medida em que lhe adiciona estudos desenvolvidos por George H. Mead, e direciona seu “foco nas interações sociais como precedentes às construções cognitivas individuais” (SARMENTO, 2015, p. 132).

Segundo Ricardo Fabrino Mendonça (2009), a referida perspectiva se assenta na ideia de que o indivíduo para construir sua identidade necessita de uma relação com o outro, em que dentro dessa interação o sujeito carece de igualdade perante seus pares, e ao mesmo tempo o evidenciamento de suas diferenças. Assim, através do reconhecimento intersubjetivo ele pode autorrealizar-se, ter suas capacidades valoradas, e ser reconhecido como importante dentro da sociedade. Entendemos que, como não podemos nos dissociar do nosso corpo, a forma como somos reconhecidos e entendidos como interlocutores sociais passa pela experiência corporificada.

Honneth desenvolve seu modelo teórico a partir da chamada “*gramática moral dos conflitos sociais*”, que segundo Mendonça (2009) é responsável por reger “os conflitos sociais, buscando ultrapassar a idéia de que tais lutas são simplesmente governadas pela razão instrumental e pelo desejo de autoconservação” (p.145).

Mendonça (2009) ressalta a questão da dimensão intersubjetiva da auto-realização. O pesquisador a destaca como elemento central na análise de Honneth, dado que a teoria entende a construção da identidade como um processo que é dependente da relação com o outro. Nessa perspectiva, Mendonça (2009, p. 145) demonstra que “para Honneth, é por meio do reconhecimento intersubjetivo que os sujeitos podem garantir a plena realização de suas capacidades e uma auto-realização íntegra, uma vez que as identidades são construídas relacionalmente”.

⁴ O filósofo Charles Taylor é considerado o precursor da teoria do reconhecimento. Ele, como aponta Mendonça (2009), ao revisar a obra de Hegel, propõe uma renovação na teoria da justiça. Ainda segundo o autor, Taylor estaria preocupado “com os processos de construção do *self*, defendendo que os indivíduos dependem do reconhecimento intersubjetivo para se auto-realizarem” (MENDONÇA, 2009, p. 144). Assim, dentro da análise de Taylor, o reconhecimento aparece como uma necessidade humana, como bem apontado por Mendonça (2007).

Outro aspecto fundamental dentro da análise de Honneth (2003) diz respeito à construção do reconhecimento em três dimensões: do amor, do direito, e da solidariedade. A primeira dimensão está ligada às relações que se pautam em ligações emotivas, desenvolvidas por um grupo reduzido de indivíduos, e que segundo Honneth são todas aquelas “relações primárias, na medida em que elas consistam em ligações entre poucas pessoas, segundo o padrão de relações eróticas entre dois parceiros, de amizade e de relações pais/filhos” (HONNETH, 2003, p.159).

Para elucidar a dimensão do **amor**, Honneth (2003) volta-se às contribuições do pediatra e psicanalista inglês Donald W. Winnicott, acerca da infância, especialmente da simbiose em crianças e suas mães nos momentos iniciais de vida. Honneth se utiliza da referida teoria para demonstrar o processo pelo qual o indivíduo precisa passar para alcançar a **autoconfiança**, “uma espécie de auto-relação em que os sujeitos alcançam mutuamente uma confiança elementar em si mesmos” (HONNETH, 2003, p.177).

Assim, a dimensão do amor tem grande importância à medida que representa a primeira etapa de um longo processo para que um indivíduo consiga autorrealizar-se.

No que diz respeito à segunda dimensão, voltada para questões do **direito**, Honneth (2003) aponta para a necessidade de o indivíduo ser reconhecido juridicamente como pertencente a um grupo. A partir de tal integração, e reconhecendo-se como igual a seus parceiros de interação, os sujeitos “de direito se reconhecem reciprocamente como pessoas capazes de decidir com autonomia individual sobre normas morais” (idem, p.182).

Na dimensão do **direito**, os indivíduos reconhecendo-se como pertencentes a uma coletividade, e portadores de direitos, se veem como igualmente valorados, e importantes no processo de construção da sociedade (HONNETH, 2003). A partir disso, se desenvolve o que Honneth chama de **autorrespeito**, em que surge no indivíduo “a consciência de poder respeitar a si próprio, porque ele merece o respeito de todos os outros” (HONNETH, 2003, p.195).

A terceira dimensão, igualmente importante para o processo de autorrealização do indivíduo, é a da **solidariedade**. Para Honneth (2003) os sujeitos necessitam de uma **estima social** que seja capaz de fazer com que eles reconheçam suas capacidades ou “às propriedades particulares que caracterizam os seres humanos em suas diferenças pessoais” (HONNETH, 2003, p.199). Assim, na referida dimensão os indivíduos têm a possibilidade de desenvolver a sua estima pessoal, visto que:

a estima social assume um padrão que confere às formas de reconhecimento associadas a ela o caráter de relações assimétricas entre sujeitos biograficamente individuados: certamente, as interpretações culturais que devem concretizar em cada caso os objetivos abstratos da sociedade no interior do mundo da vida continuam a ser determinadas pelos interesses que os grupos sociais possuem na valorização das capacidades e das propriedades representadas por eles (HONNETH, 2003, p. 208)

Neste estudo direcionamos a atenção para a terceira e última dimensão em que se constrói o reconhecimento. Isso se dá principalmente pelo objetivo firmado aqui, que diz respeito à análise de perfis de duas mulheres dedicadas a um processo contínuo de compreensão e aceitação de seus corpos, em um processo relacional, que dialoga com os padrões vigentes em nossa sociedade.

Além disso, esses perfis são espaços em que se desenvolve a construção de outras narrativas sobre os corpos gordos, que transpõem uma concepção estigmatizada, e buscam afirmar que eles, com suas características e peculiaridades, merecem respeito como qualquer outro.

Por meio da apresentação das três dimensões, e entendendo-as como etapas que possibilitam aos indivíduos se autorrealizarem, é indispensável reafirmar mais uma vez a importância das relações intersubjetivas em todo esse processo, assim como a necessidade do reconhecimento mútuo entre os sujeitos envolvidos na interação.

Outro ponto essencial dentro da análise de Honneth (2003) é acerca da influência dos desrespeitos na luta por reconhecimento. Segundo Sarmiento (2015, p.132), “diante da ausência, da frustração da expectativa de interação entre sujeitos e, em função daquilo que é denegado, os atores podem coletivamente empreender lutas públicas”. Ou seja, a partir da percepção de que o reconhecimento lhes é recusado, e conseqüentemente, há um empecilho para que se desenvolva a autorrealização, os indivíduos por meio de uma “reflexividade” (MENDONÇA, 2009, p.145) se inserem em uma disputa por reconhecimento.

Para entender melhor o que leva esses sujeitos a iniciar essas lutas, é fundamental explicar sobre os diferentes tipos de desrespeitos os quais segundo Honneth os atores da interação podem sofrer.

O primeiro deles é aquele que se manifesta em forma de violência, e que toca a integridade corporal do indivíduo, considerado por Honneth (2003) como o desrespeito mais doloroso entre os rebaixamentos pessoais. Segundo o autor, essa forma de desrespeito “está inscrita nas experiências de maus-tratos corporais que destroem a autoconfiança elementar de uma pessoa” (HONNETH, 2003, p. 216).

Já a segunda forma de desrespeito se desenvolve a partir da denegação de determinados direitos. Segundo o autor, “a denegação de pretensões jurídicas socialmente vigentes significa ser lesado na expectativa intersubjetiva de ser reconhecido como sujeito capaz de formar juízo moral” (HONNETH, 2003, p. 216). Disso decorre a perda de autorrespeito, e o não reconhecimento como indivíduo que possui igualdade jurídica na interação.

A terceira forma de desrespeito, mas nem por isso menos danosa ao indivíduo no que diz respeito ao processo para autorrealização, e envolve a desvalorização social. Ela por sua vez retira dos sujeitos “toda a possibilidade de atribuir um valor social às suas próprias capacidades” (HONNETH, 2003, p. 217). Fazendo assim com que o indivíduo não se enxergue valorizado dentro de seu grupo ou realidade, afetando assim o desenvolvimento de estima.

Honneth (2003) procura demonstrar de qual maneira essas formas de desrespeito podem afetar os sujeitos, a partir do caráter mútuo do reconhecimento, e da necessidade das relações intersubjetivas. A partir disso o autor defende que:

na dependência constitutiva do ser humano em relação à experiência do reconhecimento: para chegar a uma auto-relação bem-sucedida, ele depende do reconhecimento intersubjetivo de suas capacidades e de suas realizações; se uma tal forma de assentimento social não ocorre em alguma etapa de seu desenvolvimento, abre-se na personalidade como que uma lacuna psíquica, na qual entram as reações emocionais negativas como a vergonha ou a ira. Daí a experiência de desrespeito estar sempre acompanhada de sentimentos afetivos que em princípio podem revelar ao indivíduo que determinadas formas de reconhecimento lhe são socialmente denegadas (HONNETH, 2003, p. 220).

Assim, por meio do quadro teórico elaborado por Honneth, e objetivando entender a maneira com que mulheres gordas utilizam seus perfis no *Instagram* para empreender uma luta por reconhecimento, divulgar um novo discurso sobre o corpo gordo, e conseqüentemente, ter suas capacidades e propriedades reconhecidas, é que desenvolvemos a pesquisa. Ela que direciona seu foco para a ideia de estima, que é amplamente trabalhada por Honneth.

A partir dos estudos de Mendonça (2007; 2009), sabemos que o conceito está imerso em uma disputa, que engloba várias vertentes teóricas que o empregam. O autor deixa evidente que as perspectivas desenvolvidas por Honneth e Taylor são alvos de críticas. É interessante ressaltar que a principal delas é feita por Nancy Fraser, que volta-se principalmente para a centralidade que ganha a identidade e a autorrealização dentro da teoria

do reconhecimento. Para autora, a demanda por justiça deve-se dar a partir da paridade de participação e não pela autorrealização.

Mendonça (2009) em defesa da Teoria do Reconhecimento empregada por Honneth e Taylor, salienta que não se pode “assumir que, na visão de Taylor e Honneth, a luta por reconhecimento seja uma simples promoção pública da forma como se quer viver” (MENDONÇA, 2009, p. 148). Isso porque o reconhecimento parte de um caráter mútuo, ou seja, dependente de seu parceiro de interação.

Assim, embora a discussão de Fraser, uma teórica feminista, seja de extrema importância, é perceptível a relevância do quadro teórico elaborado por Honneth dentro de nossa pesquisa, pois nos possibilita pensar a maneira a qual mulheres gordas empreendem uma luta por reconhecimento, no que diz respeito à estima, aos seus corpos, discursos, e também de suas identidades.

2.2. Internet e Reconhecimento

Para entender como a luta por reconhecimento é empreendida, nos voltamos para a análise da maneira a qual os sujeitos desrespeitados se valem de recursos e espaços da internet para dar visibilidade às suas reivindicações.

Com o objetivo de analisar a maneira que mulheres gordas se utilizam do *Instagram* como espaço de reivindicação de estima, e também como uma ferramenta de compartilhamento de novas maneiras de representar os corpos gordos, é imprescindível apresentar outras pesquisas que analisaram a internet como um campo fértil para grupos engajados em diferentes lutas por reconhecimento.

Rousiley Maia (2007), ao trabalhar sobre redes cívicas na internet e os efeitos democráticos que podem ser originados do associativismo, demonstra o grande potencial que a internet possui, ela que propicia uma troca e disponibilização de informações por diferentes pessoas e grupos, como bem assinalado pela autora.

A pesquisadora descreve assim a importância das diferentes formas de participação, dos atores coletivos, e de um maior envolvimento das pessoas em questões de interesse público. Para ela, “as trocas argumentativas que ocorrem na esfera podem influenciar o entendimento que os indivíduos têm sobre os problemas sociais e alterar as relações que eles estabelecem com as instituições do Estado e do mercado” (MAIA, 2007, p. 52).

Neste ponto, a internet como dito anteriormente, pode ser utilizada como uma ferramenta que aproxima as pessoas de questões importantes que anteriormente elas não

teriam acesso. Ou seja, os grupos “se valem dos recursos oferecidos pela internet para disponibilizar e trocar informações e coordenar suas ações” (MAIA, 2007, p. 44).

Leandro Rodrigues Lage e Tainá Cavalcante (2018) ao discorrerem sobre estima social, solidariedade, e principalmente sobre a luta por reconhecimento empreendida por pessoas com Síndrome de Down e seus familiares, salientam que as redes desenvolvem um papel importante para a interação de indivíduos. Em que há:

o desenvolvimento intersubjetivo das pessoas com SD⁵, favorecendo à liberdade e à construção da autonomia desses sujeitos, pois são abertas à ampla participação, expressão e interação com outras pessoas, e configuram espaços de interação nos quais esses indivíduos podem exercitar suas capacidades de articulação e comunicação, além de poderem integrar rede cívicas e de solidariedade. (LAGE; CAVALCANTE, 2018, p.513)

Os autores acentuam assim a importância da internet na divulgação, discussão, e desenvolvimento de uma luta por reconhecimento que visa não só a quebra de estereótipos, mas também a busca por estima social, e conseqüentemente, o desenvolvimento da autorrealização das pessoas com Síndrome de Down.

Regiane Garcêz e Rousiley Maia (2009) também se dedicam à análise da questão do reconhecimento e internet. Ao discutir o desenvolvimento de lutas por reconhecimento dos surdos e os efeitos políticos advindos do testemunho, mostram como a internet “oferece múltiplas possibilidades para grupos discriminados promoverem uma redefinição da própria imagem pelos outros e por eles próprios, buscando gerar um novo entendimento simbolicamente compartilhado” (GARCÊZ; MAIA, 2009, p.87).

Sarmiento (2015), também partindo uma perspectiva honnethiana de reconhecimento observa as reivindicações online feitas por mulheres trans. Endossa a importância da internet como espaço em que as transfeministas se utilizam para fomentar discussões e dar visibilidade para segmentos da sociedade a muito tempo excluídos.

Objetivou-se apresentar neste fragmento a importância de entender a relação do reconhecimento com a internet, pois entende-se que esse espaço, como bem apontado por Garcêz e Maia (2009), Lage e Cavalcante (2018) e Sarmiento (2015), é uma ferramenta a qual grupos marginalizados, desrespeitados, e à procura de estima e reconhecimento -nos moldes de Honneth- se utilizam para o desenvolvimentos de debates, compartilhamento de informações, e também, construção de novos discursos e maneiras de perceber os indivíduos que empreendem tal luta.

⁵ SD é utilizado pelos autores como abreviação para Síndrome de Down.

3. NOTAS METODOLÓGICAS

Desenvolvemos nosso estudo por meio de uma abordagem qualitativa, e tendo como técnica de organização e tratamento de dados a Análise de Conteúdo. Como aporte teórico no que diz à análise de conteúdo, recorreremos às contribuições feitas por Ricardo Bezerra Cavalcante, Pedro Calixto e Marta Macedo Kerr Pinheiro (2014), além de Rosana Hoffman Câmara (2013) e Claudinei José Gomes Campos (2004).

Este método procura oferecer ao pesquisador(a) uma melhor compreensão da perspectiva dos sujeitos sobre diferentes fenômenos, e também descrever, e apreender para além daquilo que foi dito, pode ser entendida como um conjunto de “técnicas de pesquisa que permitem, de forma sistemática, a descrição das mensagens e das atitudes atreladas ao contexto da enunciação, bem como as inferências sobre os dados coletados” (CAVALCANTE; CALIXTO; PINHEIRO, 2014, p. 14).

Hoffman-Câmara (2013) ao contribuir para as discussões sobre a análise de conteúdo, e voltando-se para sua utilização em pesquisas aplicadas às organizações, indica que essa ferramenta utilizada já a algum tempo, só foi sistematizada na década de 20 por Leavell, e recebeu sua definição entre as décadas 40 e 50, por meio de trabalho de Berelson e Lazarsfeld.

Campos (2004), ao falar da utilização do referido método em pesquisas, principalmente de suas possibilidades enquanto ferramenta, salienta a capacidade de produção de inferências, em que:

produzir inferências em análise de conteúdo significa, não somente produzir suposições subliminares acerca de determinada mensagem, mas em embasá-las com pressupostos teóricos de diversas concepções de mundo e com as situações concretas de seus produtores ou receptores (CAMPOS, 2004, p. 613).

Assim, com o objetivo de compreender a maneira a qual mulheres e seus perfis no *Instagram* podem colaborar para a construção de novos discursos e formas de entender o corpo gordo feminino, considerando a rede social como um espaço propício à reivindicação de estima, nossa pesquisa se desenvolveu através das possibilidades que a análise de conteúdo nos apresentou enquanto ferramenta.

Faz-se importante descrever como se deu a definição do corpus de nossa pesquisa, e principalmente o processo de coleta de dados.

O Instagram, rede social baseada em publicações de fotos e vídeos, foi criado por Kevin Systrom e Mike Krieger, foi lançado no ano de 2010. Dois anos após entrar para o rol

das mídias sociais, ele foi comprado pelo *Facebook*. Atualmente conta com mais de 1 bilhão de usuários pelo mundo, sendo estes pessoas ou empresas.

Imagem 1: Print da Interface do Instagram



Fonte: <https://www.instagram.com/>

A escolha deste espaço se deu pela possibilidade de analisarmos não só as fotos publicadas pelas mulheres as quais seus perfis são objeto do estudo, mas também por nos permitir o desenvolvimento de uma relação entre texto e imagem, essa que se mostrou de bastante relevância na construção de categorias e elucidação de elementos importantes quando o assunto é o corpo gordo.

O corpus da pesquisa é constituído por 20 publicações do Instagram, divididas de maneira igual entre os perfis de Alexandra Gurgel e Luiza Junqueira, a partir dos seguintes critérios. O número de postagens a serem analisadas foi definido aleatoriamente, buscando respeitar o tempo da produção da monografia, bem como a oportunidade da realização de uma leitura mais aprofundada e não apenas de um grande número de posts.

O primeiro critério estabelecido foi a necessidade de a publicação possuir um texto como legenda ou discussão sobre a foto que lhe acompanhava. O segundo critério tinha como proposição abordar a temática do corpo, e para isso não bastaria conter somente as hashtags (*#CorpoLivre*, *#corpãoquerido*, *#bodyposite*, *#gordofobianãoépiada*). Mas sim um texto que abordasse a relação com o corpo, sua estrutura, características, e também transformações. Além disso, outras publicações cujo foco não era o corpo foram excluídas.

Já o terceiro foi em relação à data: os posts deveriam ter sido publicados até o dia 8 de março de 2019, em que se comemora o Dia Internacional das Mulheres, data emblemática na história das mulheres e dos diferentes movimentos feministas.

Após o estabelecimento dos respectivos critérios e seleção das publicações, foi criado um banco de dados que distingue os vinte casos em número do caso, texto de postagem, número de curtidas, número de comentários, além de data de publicação e link de post para o acesso ao material.

É importante ressaltar ainda de que maneira chegou-se aos dois perfis analisados. O primeiro fato a ser destacado é em relação ao acompanhamento que faço dessas duas mulheres gordas, assim como de outras, pelo *Instagram*, principalmente por esses e outros perfis terem como temática o corpo gordo, as relações que se dão a partir dele, e processo de empoderamento.

O primeiro perfil a ser escolhido foi o de Luiza Junqueira. Isso se deve à literatura que a aponta como uma mulher envolvida em articulações que trabalham a gordofobia, dentro de reivindicações desenvolvidas nas redes. No recente livro organizado por Heloísa Buarque de Hollanda (2018), “Explosão feminista”, o perfil é destacado.

As redes trazem ainda a possibilidade de articulações improváveis, como o tema da gordofobia, que acaba perpassando os grupos aqui mencionados. Destacam-se os vídeos de Jéssica Tauane, do canal Gorda de Boa, e Luiza Junqueira, do canal Tá Querida. Depois do poético filme *Espelho Torcido*, em que Luiza explora imagens de seu corpo nu, ela convocou a comunidade gorda para ajudá-la a financiar um projeto em gestação. Em menos de uma semana, a página do projeto do seu novo filme *GORDA* alcançou mais de mil curtidas, e o formulário de inscrição para a participação obteve mais de 550 inscrições (HOLLANDA; COSTA, 2018, p. 59).

Luiza Santos Junqueira Ribeiro é natural de São José dos Campos, São Paulo. É Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Radialismo, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro -UFRJ. Trabalha com seu canal no YouTube, o “**Tá, Querida**”⁶ que possui 611.383 mil inscritos. Como destacado anteriormente, ela ainda é produtora do curta-metragem **Espelho Torcido**⁷ e do documentário **GORDA**⁸. Tornou-se referência para outras youtubers que falam do corpo, e participa de vários debates, palestras e rodas de conversa sobre o corpo gordo.

⁶ Link **Tá Querida**: <https://www.youtube.com/channel/UCVEVuanoMK9tGclfWLghaKw/featured>

⁷ **Espelho Torcido** - curta metragem de 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=x10Lg1ngnAk>

⁸ **GORDA** - documentário de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PVozftI7Ebs>

No caso de Alexandra Gurgel, a Youtuber além de ser autora do livro “**Pare De Se Odiar - Porque Amar O Próprio Corpo é Um Ato Revolucionário**”⁹, possui ainda conta verificada no *Instagram* com cerca de 350 mil seguidores. Essa ferramenta auxilia na identificação de perfis oficiais de pessoas públicas na rede social, demonstrando assim o alcance que as publicações dela podem ter.

Xanda, como é chamada por diversos seguidores que a acompanham também no seu canal **Alexandrismos**¹⁰, conta com 452.425 mil inscritos. Possui formação em Jornalismo pela PUC-RIO, nasceu no Rio de Janeiro - e atualmente mora em São Paulo-, é empresária, faz parte de um coletivo formado por outras pessoas gordas que organizam festas -**TODA GRANDONA**¹¹ para o público plus size- e que possuem uma marca de roupas.

É preciso enfatizar que ambos os perfis são públicos e que as mulheres foram comunicadas sobre a pesquisa. Neste sentido, não coletamos nenhum dado privado.

Após breve apresentação das proprietárias dos perfis que representam nosso objeto de pesquisa, é necessário elucidar de que maneira se desenvolveu o processo de análise. Depois da definição dos três critérios e da seleção das vinte publicações, deu-se início a uma leitura minuciosa das mesmas. Através delas foi possível a realização da seleção de unidades de análise, no nosso caso, o corpo e estima.

Feito isso, partimos para a fase de categorização, em que através do texto, principalmente, mas também por sua relação com a imagem utilizada na publicação, classificamos nosso corpus de acordo com o elemento que mais se destacava nas publicações analisadas.

É necessário apontar assim a importância da utilização da análise de conteúdo, essa que nos auxiliou não só da definição dos critérios que definiram as publicações selecionadas como corpus de nossa pesquisa, mas também na categorização e entendimento da relação entre texto e imagem.

⁹ Livro publicado no ano de 2018 pela editora Best Seller. No livro a autora conta sua relação com seu corpo, e também como foi o processo de aceitá-lo.

¹⁰ Link **Alexandrismos**: <https://www.youtube.com/channel/UC2LQ5jMieMZjb5k5Gprp2JQ/about>

¹¹ **Toda Grandona** - Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/todagrandona/>

4. INSTAGRAM E ESTIMA: UMA RELAÇÃO DE CONSUMO, GORDOFOBIA, REJEIÇÃO DE UM PADRÃO DE BELEZA E AUTOACEITAÇÃO.

Buscamos compreender de que maneira duas mulheres gordas se utilizam de seus perfis no *Instagram* para criar e divulgar um novo olhar e sentidos sociais sobre os corpos gordos, estes que não sejam marcados pela gordofobia.

Tais perfis nos auxiliam no entendimento da teoria desenvolvida por Honneth (2003), voltando-se principalmente para a questão da estima, em que indivíduos através de um sentimento de injustiça e de uma ação reflexiva, empreendem uma disputa na qual reivindicam o reconhecimento.

Assim, após análise das publicações selecionadas, estabelecemos três categorias que seriam responsáveis por agrupá-las de acordo com a temática abordada. Essa organização se inspira em Sarmiento (2015).

Categorias	
1. Consumo	Publicações que possuem como temática o consumo de determinados produtos, collabs ¹² , assim como de conteúdos disponíveis na internet.
2. Rejeição de um padrão de beleza	Texto que rejeita um padrão de beleza e evidencia a desvalorização dos corpos gordos.
3. Autoaceitação	Publicações que ressaltam a importância da valorização dos diferentes corpos, o processo de aceitação dos corpos gordos, assim como suas características.

Fonte: Construção nossa

4.1. Consumo

Categorizamos como publicações voltadas ao “consumo” aquelas que possuam como temática a divulgação de produtos, festas, parcerias com pessoas, e também de diferentes conteúdos disponíveis na internet, como por exemplo, canais na plataforma *YouTube* - esses que podiam ser das proprietárias dos perfis aqui analisados, ou de outras pessoas.

Para uma melhor visualização da pertinência da referida categoria dentro de nossa análise, é necessário voltar-se a trechos de algumas publicações.

¹² Collab é uma prática de colaboração entre produtores de conteúdo para o Youtube. Possui como finalidade não só a parceria entre diferentes canais da plataforma, mas também uma maior visualização das produções, e aquisição de um maior número de inscritos.

Imagem 2: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/?hl=pt-br>

Tá chovendo e nois tá como? Posando na chuva mesmo, de pé descalço, tudo molhado e enaltecendo essa obra de arte que é o maiô da [...]. ROUPA DE PIRIGUETE QUE CABE NO MEU CORPO A GENTE ENALTECE SIM!!! Obs: tenho pelos no corpo, assim como você. Aprenda a normalizar isso :) #corpolive (GURGEL, 2019)

Na publicação feita no perfil de Alexandra Gurgel, há a divulgação de um produto, e da marca responsável por sua distribuição, segundo a mulher, seria uma roupa que cabe em seu corpo, e que por isso precisaria ser enaltecida. Através desta declaração fica evidente que existem outros tantos produtos que não são acessíveis aos diferentes corpos. O texto analisado nos mostra assim o desrespeito em relação ao corpo gordo, à medida que não são todas as roupas que são pensadas para abranger este público, desconsiderando assim não só o corpo gordo, mas também suas características e particularidades.

Outra publicação que deixa evidente a noção de consumo é a que Luiza Junqueira se utiliza para divulgar um vídeo novo em seu canal, em que ela relata o processo pelo qual passou para começar a gostar de seu corpo. Além disso, há a apresentação da fotógrafa responsável por capturar esse momento íntimo de Luiza, divulgando assim o trabalho da profissional, e salientando a qualidade do serviço prestado.

Imagem 3: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunqueira/>

“Cada detalhe de um corpo bem aceito, é perfeito”. Essa foto lindíssima da [...] é pra te convidar a assistir o vídeo dessa semana sobre como comecei a gostar do meu corpo. Fiz um resumo das coisas que fiz para começar a mudar meu olhar sobre meu #corpãoquerido Tá bom demais! Link nos Stories. (JUNQUEIRA, 2019)

Percebe-se que através da utilização de imagem que evidencia o corpo, e do texto que a segue, Luiza procura levar seu público do *Instagram* a acompanhar seu trabalho em outra plataforma, podendo assim, angariar um maior número de visualizações em sua produção, e possivelmente, maior divulgação de como foi o início de sua aceitação.

Outra questão a ser trabalhada dentro desta categoria é a dimensão de espaço público. Ela, mesmo não sendo evidenciada no texto das publicações de consumo, aparece na imagem de algumas delas, podendo nos alertar sobre como se dá a inserção do corpo gordo nos mais diferentes espaços, e a partir disso, o aparecimento de diversas questões. Podemos averiguar assim sobre os desdobramentos da presença do corpo gordo em espaços públicos, e de que forma tal inclusão pode influenciar na luta por reconhecimento e na possibilidade de desenvolvimento de estima.

É necessário salientar que mesmo reivindicando representatividade e visibilidade em relação ao corpo gordo, os perfis de Alexandra Gurgel e Luiza Junqueira acabam se encaixando dentro de uma perspectiva mercadológica, posto que suas publicações evidenciam diferentes marcas e produtos, favorecendo a divulgação e também o consumo dos mesmos.

4.2. Rejeição de um padrão de beleza

Em relação à categoria de “rejeição de um padrão de beleza” é necessário apontar que engloba a publicação que apresenta ao longo de seu texto marcas de desvalorização do corpo gordo, e que ao mesmo tempo, se utiliza da rejeição como resposta à gordofobia. Isso pode ser evidenciado a partir da publicação abaixo:

Imagem 4: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/?hl=pt-br>

“Você não pode usar biquíni porque você é gorda. Tenha bom senso”.
Esta sou eu tendo bom senso.
Enfia seu preconceito na privada e dê descarga!#gordofobianãoépiada
(GURGEL, 2019)

É perceptível o desrespeito em relação ao corpo gordo, a ideia de que este não é o “adequado” para vestir um biquíni, revelando assim a existência de um ideal de beleza. Como consequência deste fato, há o impedimento do desenvolvimento de estima. Ou seja, não existe o reconhecimento mútuo entre sujeitos, fator essencial para que ocorra a autorrealização, como apontado por Honneth (2003).

Em sua postagem Alexandra desenvolve um pequeno diálogo, em que ela dá uma resposta a um comentário que poderia aparecer em sua publicação - preconceito direcionado a seu corpo-, evidenciando assim a existência de concepções estigmatizantes sobre seu corpo. Além disso, ela faz um movimento que nos remete ao desenvolvimento de uma luta por

reconhecimento, luta essa que objetiva não só a aceitação do corpo gordo, mas também o respeito do mesmo.

Além disso, outro elemento de grande relevância dentro do quadro teórico aqui abordado é a questão da luta por reconhecimento ser um processo inacabado, o qual, o sujeito a todo o momento, e por meio de diferentes interações, procura estabelecer uma relação simétrica, e conseqüentemente, ser reconhecido por seu parceiro de interação. Mostrando assim, que mesmo sendo valorizada e reconhecida em determinados espaços, Alexandra Gurgel ainda necessitaria empreender uma disputa para que outros segmentos da sociedade a reconheçam, por conseguinte, seu corpo.

4.3. Autoaceitação

As publicações que se enquadram dentro da categoria de autoaceitação, são aquelas que ressaltam em seus textos a importância da valorização dos diferentes corpos, e também, o processo o qual diferentes pessoas desenvolvem até alcançar a aceitação do corpo gordo, considerando assim suas marcas e características.

Dentro da perspectiva da teoria honnethiana, a autoaceitação poderia significar a aquisição de estima por parte das mulheres gordas, assim como a possibilidade destas se valorizarem, e se verem como importantes, ou seja, “ser valorizado nas contribuições individuais, naquilo que diferem os sujeitos positivamente” (SARMENTO, 2015, p. 143).

Imagem 5: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/?hl=pt-br>

Viver a liberdade com o seu corpo é o melhor presente que você pode dar a si mesma este ano. Esqueça as metas irreais, as dietas malucas de emergência, os remédios que só te fazem mal, os exercícios que te deixam exausta... Faça por você apenas o que te dá vontade de fazer para o seu bem! Use o que quiser usar, exercite-se da forma que se sentir melhor, esqueça essa necessidade louca de mudar seu corpo pra ser aceita. Aceite-se primeiro, ame-se primeiro, VIVA PRIMEIRO! Coloque-se em primeiro lugar na sua vida! Viva por você, para você e pense em você antes! Não é egoísmo, é amor-próprio! Faça por você a única coisa que ninguém vai poder fazer no seu lugar: ame o seu corpo e quem você é como um todo. Comece agora, faça já! “Mas como eu faço isso, Xanda?” Apenas comece. Olhe-se no espelho, perceba seu corpo, tire pessoas tóxicas da sua vida, mude os lugares que frequenta, comece a seguir pessoas que te fazem bem, mude seu olhar... É um processo longo e árduo, mas é pra vida toda! Só você pode fazer isso! Não espere o corpo perfeito pra começar a viver. Você já tem o corpo perfeito! Prefere passar a vida toda tentando se encaixar em um padrão inatingível (e que não existe) ou lutar pra se amar todos os dias? Adivinha qual foi a minha escolha? SOU UMA GUERREIRA, meuamô! É difícil, mas você consegue! Viver a liberdade corporal é a melhor coisa que poderia me acontecer. Nunca estive tão livreeee (olha as fotos daqui eu quase não tô com roupa hahaha)! Quero que você viva isso também! Permita-se, vai! VAMO AGORA!!! QUEM VEM COMIGO NESSA? #CorpoLivre (GURGEL, 2019).

A publicação feita por Alexandra Gurgel salienta novamente a existência de um padrão de beleza, porém, ela, convida suas interlocutoras e interlocutores a mudarem suas perspectivas em relação a esse ideal, mudando o corpo “perfeito” para o corpo que elas/eles possuem. Há assim uma iniciativa que as pessoas que leem a publicação valorizem suas particularidades, suas características, o seu corpo. Objetiva-se assim a valorização, e o desenvolvimento de uma estima pessoal.

O texto da publicação de Luiza Junqueira não se distancia da perspectiva de Alexandra, uma vez que retrata um pouco da mudança da concepção que esta possuía de seu corpo, dos processos atravessados, e principalmente, dos avanços em relação ao entendimento de suas particularidades.

Dentre as publicações de autoaceitação também há o desenvolvimento da dimensão de espaço público, de maneira mais implícita, e só é perceptível pela complementação entre texto e imagem. Em que as imagens nos mostram diferentes espaços nos quais as duas mulheres exibem seus corpos, e os vivenciam a partir de um olhar que cada vez mais procura os ressignificar.

Imagem 6: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunqueira/>

2009: 17 anos. Minhas metas eram passar no vestibular e perder 15 kilos. Eu acreditava que era menos capaz do que todos a minha volta, então compensava estudando muitas horas seguidas até perder a sanidade. Eu só parava de estudar para fazer algumas necessidades básicas e ir para a academia, já que precisava emagrecer sempre mais. Estava fazendo uma dieta hiper restritiva e recebendo muitos elogios a cada kilo perdido. Eu adorava os elogios, mas continuava me sentindo um lixo. Eu amava fotografar.

2019: prestes a fazer 27 anos. Minhas metas são autocuidado e fazer mais bolos. Não faço mais dietas para emagrecer, mas estou reduzindo meu consumo de animais. Continuo sendo elogiada quando emagreço e isso me incomoda demais. Amo cada dia mais meu corpo e estou aprendendo a me amar e me cuidar por inteiro. Me sinto muito capaz, mas sei que ainda tenho muito trabalho a fazer em relação às minhas inseguranças. Eu ainda amo fotografar. [#10yearchallenge](#)[#10anosdepois](#) (JUNQUEIRA, 2019).

4.4. O impasse entre Gordofobia e Autorrealização

Após análise e apresentação das três categorias encontradas nas publicações de Alexandra Gurgel e Luiza Junqueira, a partir da terceira dimensão em que se desenvolve o reconhecimento, a da estima social, esta que segundo Honneth (2003) permite aos indivíduos que se enxerguem como importantes, no que “diz respeito à apreciação das potenciais contribuições sociais e das realizações” (MENDONÇA, 2009, p. 145), destacamos que a gordofobia exerce um papel de desrespeito em relação ao corpo gordo.

Esta forma de preconceito impossibilita mulheres gordas de se compreenderem como capazes individualmente, deslegitima seus corpos através de padrões de beleza, inviabiliza o processo de construção de identidade e a autorrealização.

É a partir da percepção deste impasse, e através da “experiência moral de desrespeito” (HONNETH, 2003 p. 255) é que estas e outras mulheres podem iniciar a disputa não só da

apropriação do discurso que envolve, define, classifica o corpo gordo, mas também para que eles, assim como suas personalidades sejam reconhecidas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como aporte teórico estudos sobre reconhecimento desenvolvidos por Honneth (2003) e a partir da análise de dois perfis no *Instagram*, procuramos entender de qual maneira mulheres gordas buscam ressignificar os corpos gordos através de discussões que ressaltam a importância de pensá-lo para além da gordofobia, podendo assim atribuir a ele características positivas.

A partir das três categorias trabalhadas anteriormente - consumo, rejeição de um padrão de beleza, autoaceitação-, percebemos que Alexandra Gurgel e Luiza Junqueira desempenham um importante papel no combate à gordofobia. Elas se utilizam não só de textos para criar e divulgar um novo olhar em relação aos corpos gordos.

As duas mulheres fazem questão de exibir seus corpos, de mostrar suas marcas, estrias, dobras, salientando o processo de aceitação de seus corpos. Elas querem sim que os corpos gordos sejam vistos por diferentes pessoas, pretendem que eles sejam incluídos em diferentes espaços, que possam ser compreendidos para além dos estigmas, desejam que eles sejam reconhecidos, estimados socialmente, possibilitando assim a autorrealização.

Outras questões significativas emergiram de nossa análise, e merecem ser trabalhadas aqui. A primeira delas é referente às mulheres que se utilizam do *Instagram* para tratar de assuntos que envolvam os corpos gordos, mas que também abarcam a questão racial, econômica, de classe, da deficiência. Porém, em questão de visibilidade, não possuem o mesmo número de seguidores, e suas publicações não alcançam a mesma quantidade de curtidas que as mulheres que tiveram seus perfis aqui analisados. Ou seja, mulheres que estão inseridas em uma interseccionalidade, como ser negra, gorda, deficiente, têm menos chances de seu discurso sobre o corpo gordo ser compartilhado e conhecido.

A segunda está intrinsecamente ligada à primeira questão, e se refere à invisibilização de certas mulheres dentro do processo de construir um novo discurso sobre o corpo gordo, e conseqüentemente, da impossibilidade de se autorrealizarem, já que mesmo dentro de um grupo, suas questões raciais, afetivas, econômicas e de classe, podem ser consideradas menos urgentes. Mostrando assim a necessidade de relativizar a questão da horizontalidade, como salientaram Heloísa Buarque de Hollanda e Cristiane Costa (2018).

As autoras destacam que “apesar de essas novas estratégias de fala conseguirem desafiar o regime de visibilidade predominante e pautar temas até então reprimidos, seria ingênuo não perceber a força das relações de poder inscritas e consolidadas” (HOLLANDA; COSTA, 2018, p. 52).

Podemos pensar essas e outras questões a partir das contribuições feitas por Hollanda e Costa (2018), e com auxílio do quadro teórico desenvolvido por Honneth (2003). A relação a qual diferentes pessoas estabelecem com os corpos gordos, seja ela através da gordofobia ou da aceitação, configura um excelente objeto para se entender a disputa a que indivíduos empreendem ao longo de suas vidas, mostrando o caráter complexo do processo de reconhecer-se como valorado dentro da sociedade.

Para além disso, é necessário apontar para a importância do desenvolvimento de outras pesquisas acadêmicas que trabalham com o tema do corpo gordo, visto que o objeto em questão oferece inúmeras possibilidades de análise, a partir das relações que se dão a partir dele, da produção de discursos, e também, pela disputa de poder envolvida na definição de quem pode ou não falar sobre ele.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Sandra dos Santos. Mídia impressa e educação de corpos femininos. *In: Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação* / Guacira Lopes Louro, Jane Felipe, Silvana Vilodre Goellner, (organizadoras). - Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p. 108-121.

BRAGA, Adriana. CORPO, MÍDIA E CULTURA. *Razón y Palabra*, v. 14, n. 69, p. 1-10, jul-ago, 2009. Disponível em:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330062>. Acesso em: 05 mai. 2019.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. *REBEN - REVISTA BRASILEIRA DE ENFERMAGEM*, Brasília - DF, v. 57, n. 5, p. 611-614, 2004. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S003471672004000500019&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 16 mai. 2019.

CAVALCANTE, Ricardo Bezerra; CALIXTO, Pedro; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. (2014). Análise de conteúdo: Considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. *Informação e Sociedade*, 24(1), 13–18, 2014.

GARCÊZ, Regiane; MAIA, Rousiley. Lutas por reconhecimento dos surdos na Internet: efeitos políticos do testemunho. *Revista de Sociologia e Política*, v. 17, n. 34, p. 85-103, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v17n34/a07v17n34.pdf>. Acesso em: 12 mai. 2019.

GOELLNER, Silvana Vilodre. A produção cultural do corpo. *In: Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação* / Guacira Lopes Louro, Jane Felipe, Silvana Vilodre Goellner, (organizadoras). - Petrópolis, RJ: Vozes, p. 28-40, 2003.

GOMES, Carla; SORJ, Bila. Corpo, geração e identidade: a Marcha das Vadias no Brasil. *Revista Sociedade e Estado*, v. 29, n. 2, p. 433-447, mai.-ago. 2014. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69222014000200007. Acesso: 15 jun. 2019.

HOFFMAN-CÂMARA, Rosana. Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. *Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia*, v. 6(2), jul- dez, 2013, 179-191.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de; COSTA, Cristiane. Rede. *In: Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade* /Heloisa Buarque de Hollanda — 1ª ed. — São Paulo: Companhia das Letras, p. 43- 60, 2018.

HONNETH, Axel. *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: Ed.34, 2003.

LAGE, Leandro Rodrigues; CAVALCANTE, Tainá. ESTIMA SOCIAL E LINGUAGENS DA SOLIDARIEDADE: pessoas com Síndrome de Down e a luta por reconhecimento. **Revista Observatório**, v. 4, n. 6, p. 506-543, out.-dez. 2018. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/5456/14146>.

Acesso em: 10 mai. 2019.

MAIA, Rousiley. C. M. Redes cívicas e internet: efeitos democráticos do associativismo. **Logos**, v. 14, p. 43-62, 2007. Disponível em: <http://ken.pucsp.br/aurora/article/view/6363>. Acesso em: 10 dez. 2018.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Reconhecimento em debate: os modelos de Honneth e Fraser em sua relação com o legado Habermasiano. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, 29, p. 169-185, 2007. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/13708/9236>. Acesso em: 25 fev. 2019.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Dimensão intersubjetiva da auto-realização: em defesa da teoria do reconhecimento. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 24, p. 143-154, 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092009000200009. Acesso em: 28 mar. 2019.

SARMENTO, Rayza. Feminismo, reconhecimento e mulheres trans*: expressões online de tensões. **Pensamento Plural (UFPEL)**, v. 17, p. 129-150, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/pensamentoplural/article/view/6113>. Acesso em: 25 mar. 2018.

SCAVONE, Lucila. Nosso corpo nos pertence? Discursos feministas do corpo. **Gênero**, v. 10, n. 2, p. 47-62, jan.-jun. 2010. Disponível em: <http://www.revistagenero.uff.br/index.php/revistagenero/article/viewFile/4/1>. Acesso em: 15 dez. 2018.

WOLF, N. O mito da beleza. *In: O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contras as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 1992. p. 11-24.

ANEXOS

Imagem 7: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

Imagem 8: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

Imagem 9: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

Imagem 10: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

Imagem 11: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

Imagem 12: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

Imagem 13: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

Imagem 14: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

Imagem 15: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

Imagem 16: Print do perfil de Alexandra Gurgel



Fonte: <https://www.instagram.com/alexandrismos/>

Imagem 17: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunqueira/>

Imagem 18: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunqueira/>

Imagem 19: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunquerida/>

Imagem 20: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunquerida/>

Imagem 21: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunqueira/>

Imagem 22: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunqueira/>

Imagem 23: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunquerida/>

Imagem 24: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunquerida/>

Imagem 25: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunquerida/>

Imagem 26: Print do perfil de Luiza Junqueira



Fonte: <https://www.instagram.com/luizajunquerida/>