

# Corporalidades midiáticas: mulheres gordas, interseccionalidade e lugar de fala em explosão semiótica no Instagram

## Mediatic corporalities: fat women, intersectionality and place of speech in semiotic explosions on Instagram

Caroline Roveda Pilger<sup>[\*]</sup>  
carolpilger@gmail.com

Gabriela Saraiva Habckost<sup>[\*]</sup>  
gabriela.habckost@gmail.com

Nísia Martins do Rosário<sup>[\*]</sup>  
nisiarmartins@gmail.com

### RESUMO

O artigo desenvolve uma reflexão sobre corpos de mulheres gordas que apresentam rupturas em relação às normatizações e regulações midiáticas, manifestando-se no Instagram, plataforma que empregam como ferramenta de mobilização. Os fundamentos teóricos se organizam a partir da perspectiva interseccional em conexão com estudos sobre o corpo, o lugar de fala e os conceitos de semiosfera e explosão semiótica. A metodologia proposta para a investigação do perfil de três influenciadoras digitais tem inspiração na semiótica da cultura em relação com a interseccionalidade e o lugar de fala. Nesse cenário, encontramos um movimento importante e insurgente de resignificação do corpo midiático e de expressão das subjetividades ativas de mulheres gordas subalternizadas que impõem questões de fundo cultural e político.

**Palavras-chave:** corporalidades midiáticas; mulheres gordas; interseccionalidade; semiótica da cultura; Instagram.

### ABSTRACT

In this paper, we reflect on the bodies of fat women who manifest themselves on Instagram as they disrupt media regulation and standardization by using the aforementioned platform as a mobilization tool. The theoretical framework is organized from an intersectional perspective in connection with studies on the body, the 'place of speech' and the concepts of 'semiosphere' and semiotic 'explosion'. The proposed method for investigating the profiles of three digital influencers is based on the semiotics of culture in relation to intersectionality and the place of speech. In this scenario, we find an important and insurgent movement of resignifying the body in the media and expressing the active subjectivities of subalternized fat women who impose cultural and political issues.

**Keywords:** mediatic corporalities; fat women; intersectionality; semiotics of culture; Instagram.

<sup>[\*]</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Av. Paulo Gama, 110 - Farroupilha, Porto Alegre (RS).

## Introdução

A proposta deste texto é averiguar os modos de configuração de corporalidades midiáticas relacionadas às estéticas de corpos de mulheres gordas no Instagram a partir de uma perspectiva interseccional e de resistência. Os processos históricos de estigmatização desses corpos tornam os estereótipos associados e os movimentos de ressignificação questões de fundo cultural e político.

Mídias de massa operam sob um sistema rígido de padronização que apresenta determinadas corporalidades como possíveis e recomendáveis — formas, raças, identidades de gênero, sexualidades, classes, idades, performances — e que constituem um corpo midiático tradicional. Partimos da premissa de que o cenário da internet e, por consequência, das plataformas de redes sociais, possibilita algumas aberturas a rupturas de sentidos, indo de encontro a normalizações e regulações prescritas às corporalidades. É dessa maneira que se tornam possíveis as manifestações de mulheres gordas como possibilidade e como decorrência da reivindicação de lugar de fala e representatividade (Ribeiro, 2019).

As corporalidades midiáticas serão abordadas a partir dos estudos de Nísia Martins do Rosário (2008) sobre corpos eletrônicos. E a com base em estudos de Iuri Lotman (1999), abordaremos os processos de semiose que se dão na semiosfera midiática e as rupturas de sentidos que se relacionam com as explosões semióticas. No que tange aos corpos gordos, à gordofobia e ao questionamento de estereótipos associados, contaremos com reflexões de Aliana Aires (2019), Laura Contrera e Nicolas Cuello (2016) e Natália Rangel (2018). Trata-se, portanto, de estudo exploratório que visa, sob o prisma do pensamento interseccional e semiótico, propor reflexões sobre as potencialidades das corporalidades gordas, construídas por mulheres, em plataformas digitais.

Para a discussão das dinâmicas de opressão e invisibilidade, utilizaremos perspectivas de interseccionalidade de Kimberlé Crenshaw (2002), Carla Akotirene (2019) e Fernanda Carrera (2020), pensando o gênero atravessado por opressões — ou privilégios, dependendo da perspectiva — de raça, classe, sexualidade, faixa etária, deficiência, estética, peso, geolocalização e profissão. O pensamento interseccional está centrado na busca pela justiça social, de modo que observar os múltiplos cruzamentos e as

combinações da composição identitária dos sujeitos requer, no âmbito científico, a apropriação de uma análise com caráter de manifesto e denúncia (Carrera, 2020).

O desenho metodológico passa pela análise interseccional e semiótica e, para tanto, foram escolhidos perfis a partir de uma pesquisa exploratória sobre mulheres gordas que se manifestam no Instagram. Para chegar às *instagrammers* selecionadas, listamos mulheres gordas das quais somos seguidoras e, também, aquelas que conhecemos, mas até então não seguíamos. Após uma primeira seleção, levando em conta apenas mulheres gordas que têm o peso como foco na produção de conteúdo, o resultado foi de mais de 50 perfis. Como o número era muito elevado, optamos por estabelecer como critério de escolha aquelas que se destacaram, no momento da análise, por publicarem conteúdos peculiares e por terem razoável número de seguidores, mas levamos em conta, principalmente, os atravessamentos interseccionais diferenciados, além do aspecto comum a todas, que é a avenida identitária do peso. Como a proposta do artigo se foca na interseccionalidade, no lugar de fala e na produção de significados, entendemos ser relevante usar como critério para seleção do *corpus* linhas de abordagens distintas sobre o corpo gordo, bem como a interseccionalidade, especialmente, com a cor de pele, a identidade de gênero e a profissão, entre outros marcadores. Assim, foram selecionadas três *instagrammers*: todas mulheres e gordas; uma branca, duas negras; uma mulher travesti e duas mulheres cisgênero; uma modelo e jornalista, uma educadora física e uma professora. Para o desenvolvimento dessa investigação, os perfis foram acompanhados atentamente pelo período de um mês, considerando as postagens no que diz respeito ao conteúdo imagético (fotografia e vídeo) e verbal (oral e escrito). Não foram levados em conta, entretanto, os comentários.

O *corpus* é composto por: Ellen Valias (@atleta\_de\_peso, 105 mil seguidores, 172 postagens), que se define no Instagram como preta, gorda, graduada em Educação Física, palestrante e comentarista; Ju Romano (@ju\_romano, 516 mil seguidores, 37 postagens), que se apresenta como “Moda plus size, body positive, autoestima e felicidade”, sendo possível percebê-la, de imediato, como mulher gorda média, jovem e branca; Letícia Nascimento (@profaleticia\_, 11,5 mil seguidores, 34 postagens), que se identifica como travesti, negra, gorda, axé, autora de livro e professora<sup>[1]</sup>.

[1] Os números citados aqui são referentes ao momento em que foram coletados os dados, em outubro de 2021. Após isso, observamos que todas as influenciadoras tiveram aumento no número de seguidores. Em janeiro de 2022, Ellen Valias, Ju Romano e Letícia Nascimento possuíam 127 mil, 521 mil e 13,1 mil seguidores, respectivamente.

O procedimento metodológico de análise se inspira em Carrera (2020) com a roleta interseccional em correlação com as perspectivas teóricas da semiótica da cultura (Lotman, 1996, 1999) e do lugar de fala (Spivak, 2010; Kilomba, 2010; Ribeiro, 2019). Carrera busca, na perspectiva epistemológica do termo cunhado por Crenshaw, as bases para a sua proposta metodológica, considerando a gênese e a complexidade dos eixos de opressão que constituem as estruturas discriminatórias que geram experiências diversas das categorias sociais. Apesar de partir de raça e gênero, a perspectiva interseccional se abre para outros marcadores, e a autora propõe oito categorias para as análises múltiplas e de forma combinada dos objetos comunicacionais. Além disso, segundo Carrera (2020, p.4), no exame dos objetos deve-se considerar as bases sociais, com análise comparativa, levando em conta a complexidade “e emanar ares de manifesto e denúncia, porque seu princípio é, irremediavelmente, o da justiça social”. Para isso, é necessário “identificar as marcas, os rastros destas avenidas de opressão que se revelam nas interações cotidianas, na comunicação midiática e nas representações discursivas” (Carrera, 2020, p. 11).

Levando em conta esses princípios pelo viés da roleta interseccional, são examinadas, então, as seguintes hastes identitárias fundamentais na análise das publicações das *instagrammers* selecionadas: raça, gênero, sexualidade, classe, peso/tamanho, deficiência, geolocalização, idade, profissão. É necessário focar o olhar também em quais interseções são mobilizadas ou não pela construção da materialidade da narrativa. Portanto, na análise de cada uma das influenciadoras, é preciso acionar “o giro da roleta” para perceber quais hastes se iluminam, ou seja, quais deixam rastros, tanto nas corporalidades quanto nos discursos comunicacionais, para, após, realizar a “construção do sujeito a partir das hastes iluminadas” (Carrera, 2020, p. 16).

Para complementar esse procedimento metodológico, entendemos que é importante abordar questões relativas à perspectiva do lugar de fala. Os questionamentos inspirados em Kilomba (2010) e Spivak (2010) são essenciais para a análise dos lugares de fala das mulheres gordas. Assim, foram elaboradas as seguintes perguntas direcionadoras: Que tipos de assunto e que formatos de postagens lhes são autorizados pelo Instagram para compartilhamento? Sobre quais assuntos tratam e, portanto, sobre o que as *instagrammers* se sentem aptas a falar? Que direito à voz essas mulheres exercem? A que silenciamentos elas estão submetidas e que fissuras abrem nesse silenciamento com os conteúdos que produzem? De que forma sua imagem ajuda a determinar seu lugar de fala?

Por fim, a Semiótica da Cultura complementa a perspectiva metodológica fornecendo uma metalinguagem que coloca a reflexão em uma perspectiva comunicacional e semiótica, permitindo a compreensão da produção de sentidos dos corpos investigados. O conceito de semiosfera, como espaço em que se fundam a semiose e a comunicação, acolhe a dimensão midiática do Instagram e os modos de organização do seu sistema semiótico, bem como os processos de significação. Já o conceito de explosão semiótica desenvolvido por Lotman abre um caminho profícuo para explicar como esses corpos gordos se movimentam e produzem sentidos na semiosfera do Instagram.

## Corporalidades midiáticas

Para desenvolver a reflexão sobre corpos de mulheres gordas que se manifestam no Instagram, é necessário, primeiramente, considerar as noções de corpos eletrônicos (Rosário, 2008), tendo em vista o entendimento do seu funcionamento no âmbito midiático. Os corpos eletrônicos são entendidos pela autora como um texto virtual que se atualiza em imagens e sons veiculados em meios digitais e eletrônicos. A eles são atribuídas materialidades físicas como aquelas que percebemos no cotidiano, mas, de fato, são corpos constituídos por algoritmos: metamorfoseados, transmutados, transcodificados e, também, inventados. Os corpos eletrônicos são atravessados por todas as técnicas próprias das mídias, tais como produção, captura da imagem, digitalização, edição, transmissão e circulação. Também são atravessados pelas estéticas dos meios e suas interdições e exclusões, ficando, na maioria das vezes, atrelados a configurações bastante rígidas. O corpo eletrônico nos ajuda a entender as normalizações, regularidades e previsibilidades dos corpos que circulam nos meios e, por consequência, no Instagram; auxilia, também, na identificação dos espaços de tensionamento e ruptura de sentidos no próprio sistema semiótico, permitindo que se compreenda a inserção de mulheres gordas em espaços midiáticos.

Partimos do pressuposto, portanto, de que os corpos que habitam as mídias são, essencialmente, geradores de sentidos e têm intenso potencial para produzir semioses ilimitadas, reproduzindo modelos, repetindo configurações e utilizando códigos prevaletentes. Ocorre com frequência, na mídia, a legitimação das estéticas validadas como adequadas na cultura e no meio social, e tais formas confirmam as hegemonias, materializando-se, principalmente, em corpos magros, brancos, jovens, heterossexuais, cisgêneros e sem deficiência. Não podemos esquecer, contudo, que em potência está a multiplicação

de configurações de sentidos sobre os corpos, promovendo, inclusive, cisões e a rearticulação de significados, mesmo quando estes estão assujeitados às mídias.

Aliana Aires (2019) sublinha que, cultural e historicamente, o corpo magro construiu-se como aquele que seria obediente às normas de beleza da sociedade ocidental, sendo o padrão esperado, enquanto, de outro lado, o corpo gordo foi sendo associado à desobediência, à rebeldia e ao desvio desse padrão. Ainda que a gordofobia e os estereótipos associados ao peso não se limitem a pessoas do gênero feminino, as mulheres são as mais cobradas nesse sentido, haja vista os processos de controle e prescrição que lhes são impostos por uma sociedade calcada no sistema patriarcal e na distribuição desigual do poder. Conforme Natália Rangel (2018), os movimentos feministas foram fundamentais no processo de problematização da pressão e de imposições estéticas sobre o corpo das mulheres e, portanto, tiveram influência na discussão sobre a opressão sofrida pelas mulheres gordas em razão da sua forma física.

É importante, contudo, que sejam estabelecidas especificidades que diferenciam a gordofobia e os estereótipos associados à pressão estética generalizada sobre as mulheres: pessoas gordas enfrentam problemas de acessibilidade, em razão de espaços que não são planejados para a diversidade de seus corpos, e na busca por roupas de seu tamanho nas lojas. Além disso, sofrem com violência médica e até por parte de pessoas próximas e se veem constantemente retratadas de forma desumanizada em diferentes meios de comunicação. É a partir desses aspectos, principalmente, que se organizam as pautas e reivindicações do ativismo gorde.

No Brasil, segundo Natália Rangel (2016), o movimento se constrói principalmente por meio da internet, onde as questões relacionadas ao empoderamento de pessoas gordas são abordadas em plataformas como Facebook, Youtube e o Instagram. Esses espaços digitais constituem, então, lócus de articulação política e, também, de busca pela naturalização e representação adequada desses corpos desviantes. Contrera (2016) defende que a própria presença desses corpos, tal como são, configura uma forma de questionamento de noções de saúde, beleza e normatividade corporal.

Conforme atesta Cuello (2016), uma busca rápida nos repositórios e bancos de imagem digitais mostra como as representações do corpo gordo, de maneira geral, seguem veiculando ideias de autodepreciação, desagrado e ridicularização. Seria necessário, diante disso, que o ativismo gorde assumisse como pauta a

reconstrução dessas imagens, buscando forjar representações sensíveis ao narrar a própria gordura, territorializar esses espaços midiáticos no sentido de visibilizá-los como corpos humanos, desejáveis, potentes.

## Semiosfera do Instagram

Para refletir sobre o ambiente midiático, optamos pelo conceito de semiosfera desenvolvido por Lotman (1996). O autor nos ajuda a compreendê-lo em relação à semiótica e à comunicação, sendo, sinteticamente, uma dimensão que envolve espaço/tempo em que se realizam os processos de semioses, ou seja, as produções de significação por meio de combinações e tensionamentos de códigos, modelizações e linguagens. Por um lado, constitui-se em ambiente de formatações, legitimações, articulação de regularidades, repetições, normatizações e, por outro, em espaço de tensionamentos, configuração de novas informações, atualização de códigos, bem como de criações, irregularidades e imprevisibilidades. Enfim, é onde se manifesta o que é próprio da semiose e da comunicação.

Considerando as argumentações de Lotman, é possível prever uma semiosfera midiática com características específicas, as quais já são bastante conhecidas e se articulam, especialmente, sobre legitimações, regularidades, continuidades e previsibilidades nos âmbitos técnico, estético e ético que são próprios dos meios de comunicação. Esse sistema semiótico se estabelece com base na repetição de formatos visuais e audiovisuais, regularidade de inserção de determinados tipos de conteúdo, reiteração de temáticas abordadas e contínua visibilidade de determinadas formas, indivíduos, marcas e estilos. Em outras palavras, os meios estabelecem modelos que se adaptam às possibilidades técnicas do momento, mas também se instituem pela exacerbação das estéticas em vigência na cultura e no social e, nesse fluxo, produzem éticas e políticas próprias dessa semiosfera. É nessa instância que encontramos a predominância, a reiteração e a previsibilidade de corpos magros, brancos, jovens, sem deficiência, com determinadas aparências e formas físicas, resultado de um procedimento de inclusão, mas que também deixa entrever exclusões e interdições daqueles que não se enquadram nesses modelos.

Obviamente, na semiosfera também habitam a criação, a ruptura de sentidos e o tensionamento dos códigos. Contudo, na mídia, para manter anunciantes, obter mais seguidores ou *likes*, a tendência é repetir formatos e conteúdos seguros, ou seja, reproduzir o que já é aceito e legitimado. Nesse viés, os corpos

eletrônicos operam sob prescrições conectadas aos formatos caucasianos configurados pela branquitude, magreza, cis-heteronormatividade, entre outros.

Dentro da semiosfera midiática, pode-se prever uma subsemiosfera das redes sociais, na qual se insere o Instagram. Essa semiosfera vai adquirindo complexidade pelos formatos, pelas pautas e pelas ferramentas em fluxo, bem como pela manifestação de novos modos de interação e atualizações nos processos de semiose. Para Leaver *et al.* (2020), ao longo dos anos, o Instagram, que foi criado em 2010, chegou a extrapolar a condição de plataforma de mídia social. Trata-se de uma plataforma à medida que medeia, transforma e interfere no curso das ações nos ambientes on-line, como sugerido pela definição de Gillespie (2010). Mas é também aplicativo, combinado de programas e algoritmos, banco de dados e uma série de potencialidades e desenvolvimentos que criaram diferentes versões de cada um desses aspectos com o passar dos anos (Leaver *et al.*, 2020).

Plataformas como Facebook, Netflix, Twitter e o que nos interessa em específico para os fins deste estudo, o Instagram, operam sobre comunicabilidades específicas e “não são meras intermediárias em que a sociedade se faz visível e a partir das quais interações sociais podem ser estudadas, mas sim ambientes que condicionam a emergência de um social” (D’Andrea, 2020, p. 18). Esse social vai se manifestando a partir dos traços distintivos do Instagram, que se organiza sob uma série de lógicas, regularidades e continuidades que contribuem para o desenvolvimento de um sistema semiótico que engendra modelos de comunicação com potencialidades próprias. Esse sistema determina o formato das mensagens, os dados constituidores do perfil, o tipo de imagem que pode ser inserida, os conteúdos aceitos, as regularidades que fazem parte das postagens, as previsibilidades acerca dos assuntos tratados, entre outros.

Nessa via, as corporalidades do Instagram também assumem lógicas adequadas ao meio. Ferreira (2020, p. 228) nos ajuda a entender que as tecnologias digitais introduzem “outras possibilidades de entendimento do lugar do corpo como ente semiótico em sua amplificação, gravação e divulgação de experimentações e vivências”. Poder-se-ia inferir, portanto, que as manifestações e expressões dos corpos eletrônicos estão pautadas, no âmbito digital, pela ingerência das lógicas platfórmicas (articuladas em sistemas semióticos), que organizam os modos de comunicação e os modelos de corpos pelos quais se produzem as regularidades ou se provocam rupturas de sentidos.

Pensar o Instagram a partir de seus traços distintivos auxilia na compreensão dos aspectos que podem ser considerados como singularidades dessa rede social. Focalizamo-nos, aqui, de acordo com Leaver *et al.* (2020), nas estéticas, nas culturas e na economia direcionadas para o Instagram como um todo, mas que consideraremos também para os corpos das mulheres que fazem parte da análise.

No que tange à estética, os autores referem a plataforma Instagram como um espaço de comunicação visual estética, que consolida e é consolidado pelo que chamam de “iphonografia”, em tradução livre. Seria a criação de arte fotográfica via *mobile*, pensando na distribuição nos espaços conectados da rede. A criação dos conteúdos passa por determinadas regras estéticas: molduras quadradas, filtros e textos nos *stories* e nas publicações. Esses aspectos da cultura visual sublinham, conforme Leaver *et al.* (2020), o fato de que o Instagram não se limita mais a ser plataforma de fotografia, mas busca constituir-se como espaço para comunicação e compartilhamento de experiências e diversos tipos de estéticas visuais, inclusive vídeos e artes gráficas.

A discussão sobre o aspecto econômico do Instagram é mais recente e advém da emergência de práticas comerciais de influenciadores e usuários na plataforma, o que não contemplava as intenções iniciais do aplicativo. Os influenciadores digitais deslocam a perspectiva inicial de “intimidade em rede” para “públicos em rede”, gerenciando o número de seguidores, os níveis de engajamento das publicações e criando personas públicas para um público desconhecido. Assim, tornam-se uma espécie de microcelebridades e passam a projetar cuidadosamente suas postagens e seu *feed* de notícias, já que seu estilo de vida, suas imagens e suas associações publicitárias constituem-se em elementos estratégicos para o seu papel no Instagram (Leaver *et al.*, 2020). Ainda que não tenham o mesmo número de seguidores de celebridades reconhecidas (como Anitta, que tem 54.5 milhões) ou mesmo de *influencers* de sucesso no mundo gordo (@thaiscarla, com 2,6 milhões), as mulheres observadas neste estudo não deixam de se conectar aos princípios econômicos que regem o Instagram, tendo em vista o próprio funcionamento da rede.

Segundo Leaver *et al.* (2020), é possível observar o estabelecimento da plataforma sob a perspectiva das “culturas” que surgem da mediação desse espaço. Entre os exemplos trazidos pelos autores, estão subculturas de usuários que buscam, através de suas postagens, aumentar a visibilidade para problemas sociais e opressões. Entende-se que é nesse sentido, sobretudo, que se constituem as corporalidades gordas apresentadas na plataforma, que operam

a partir de certos aspectos constitutivos das lógicas e regularidades próprias do Instagram, utilizando-se dos recursos disponíveis para comunicar-se como corpos gordos e femininos, atravessados por diferentes interseccionalidades e por distintas opressões e com múltiplos lugares de fala.

Cabe, no entanto, ressaltar que os traços distintivos do Instagram também acionam questões da ordem do que “não se pode fazer”. Ainda que o funcionamento das políticas da plataforma não seja plenamente explicitado, certas restrições são estabelecidas sobre as publicações de seus usuários. Imagens que apresentem algum tipo de nudez são vetadas por suas diretrizes de comportamento. Apesar disso, estudo do *Algorithm Watch* e da *European Data Journalism Network* encontraram indícios de que os algoritmos da plataforma favorecem a disseminação de postagens que mostram muita pele, roupas íntimas ou trajes de banho (Godoy, 2020). Ocorre que essa dinâmica se altera quando falamos de corpos gordos, pois perfis de influenciadoras gordas reiteradamente sofrem sanções (Souza, 2020) quando elas buscam expressar-se artisticamente e mostrar seus corpos de maneira naturalizada. Por que os critérios de exposição do corpo feminino no Instagram variam de acordo com a forma física apresentada?

No entanto, não é somente a interseccionalidade de gênero atravessada pelo eixo tamanho/peso que determina as visibilidades e os apagamentos, que também são determinados pelas demais avenidas identitárias que compõem os corpos ali presentes.

## Interseccionalidade

Pensar sobre as mulheres gordas coloca-nos diante de uma coletividade atravessada pelas opressões de gênero e de peso/tamanho, previamente. No entanto, o método interseccional nos dá as ferramentas necessárias para complexificar as análises, quando nos possibilita perceber outras avenidas identitárias que cruzam os corpos gordos — raça, classe, sexualidade, faixa etária, deficiência, estética, peso, geolocalização e profissão —, iluminando eixos de opressão que geram combinações de violências específicas sofridas por essas mulheres (Crenshaw, 2002; Akotirene, 2019). Utilizar a lente interseccional implica, portanto, ter a consciência de que, mesmo dentro de uma coletividade marginalizada, como a das mulheres gordas, há marcadores importantes que determinam ora privilégios, ora opressões, modificando e complexificando suas vivências sociais. Nesse olhar, a análise interseccional da comunicação pretende fundamentalmente “expor injustiças representacionais e

discursivas” como ferramenta para fortalecer a “equidade social” (Carrera, 2020, p. 11), sendo que a exposição de privilégios de determinadas avenidas identitárias acabam por visibilizar certas mulheres, em dados espaços, em detrimento de outras, que acabam por ser apagadas.

O pensamento interseccional surge para combater o que Crenshaw (2002) identifica como “superinclusão” de apenas uma das estruturas na análise, sem investigar os demais eixos de opressão. Dessa forma, a interseccionalidade proporciona um olhar mais diversificado e menos redutor das situações, porque nenhuma das avenidas identitárias (Akotirene, 2019) pode ser avaliada individualmente — é necessária a interação que se dá por meio das estruturas sociais, culturais e históricas, que se chocam e se sobrepõem umas às outras.

Akotirene (2019) salienta a importância de levar em consideração todas as marcações da identidade, mesmo as que não estejam explicitadas contextualmente. Munidas desta metodologia de análise, é necessário entender que o modo de vivenciar o gênero é múltiplo, e não se trata de hierarquizar (Lorde, 2019), mas de perceber que as diferenças e as matrizes de opressão são relacionais e estão sempre trabalhando em conjunto, de modo que nenhuma poderá ser observada sozinha, pois todas devem estar em igualdade no foco analítico.

No caso do coletivo de mulheres gordas, sem a lente interseccional, as análises recairiam na gordofobia como principal opressão, a qual atinge a todas da mesma forma, pelo viés de gênero e de peso/tamanho. Porém, quando complexificamos, percebemos que os atravessamentos estéticos, relacionados ao tamanho e ao formato (gordas maiores ou menores), de raça, classe, território, idade, sexualidade e deficiência geram experiências de opressão distintas neste grupo, que poderia parecer homogêneo. A análise interseccional permite, portanto, discutir gordofobia, racismo e classismo, por exemplo, entre outras combinações. Djamila Ribeiro (2019) alerta para um dos desafios principais da interseccionalidade no que tange à busca por emancipação, relatando que ela só é possível quando realmente assumimos e tratamos das “diferenças dentro das diferenças”.

A *instagrammer* Ellen Valias (**Figura 1**) apresenta em seu corpo rastros dos eixos de opressão na interseccionalidade de raça, além do que é comum a todas as analisadas: intersecção de peso. Seu perfil é denominado “atleta\_de\_peso” e ilumina uma das hastes da interseccionalidade que mais se destaca nos conteúdos produzidos por ela, os quais se dedicam, na maioria, a exemplos de mobilidade e habilidades físicas e esportivas, que normalmente

não são associados às mulheres gordas, desconstruindo, dessa forma, estereótipos de que mulheres gordas não se exercitam ou não conseguem praticar esportes. Por meio da biografia apresentada em seu perfil, ela também marca textualmente a haste de peso e a de raça quando se descreve como “preta, gorda”. Por meio das postagens, ela pode ser identificada como mulher cisgênero, negra, gorda maior, sem deficiência física visível e, aparentemente, de classe social menos abastada, mas ela também se reconhece como graduada em Educação Física e como palestrante — duas aptidões que podem representar algum status social e assumir o caráter de privilégio.

As avenidas identitárias (Akotirene, 2019) mencionadas cruzam-se com diversas intensidades, dependendo dos conteúdos produzidos por Ellen, mas a alameda mais ampla é, sem dúvida, a do peso que se pavimenta no combate à gordofobia, em convergência com o direito e o acolhimento da pessoa gorda (sem distinção de gênero e de raça) à atividade física, sem que isso implique, necessariamente, uma proposta de emagrecimento, sendo *#corpogordosemprefoicapaz* a *hashtag* que mais se repete. Esse é basicamente o discurso pelo qual a *influencer* busca romper com os eixos de opressão, reivindicando direito a existir tal como é e usando como estratégia a comparação entre corpo gordo e corpo magro, mostrando que ambos estão aptos a realizar os mesmos exercícios e as mesmas atividades físicas.

A avenida de raça é revestida pela informação na bio e pelas imagens veiculadas do corpo de Ellen, que demonstram regular e continuamente que é negra — ou como ela se define, preta —, mas a referência verbal a esse eixo é apenas eventual. Tampouco menciona a classe social e a geolocalização. Em somente uma das postagens analisadas, ela indica sua heterossexualidade ao apresentar o marido. Esses são, portanto, apenas rastros das avenidas de opressão. A respeito da haste da classe, pode-se observar alguns indícios nos cenários de vídeos em quatro postagens, mais especificamente. Destaca-se aqui o vídeo em que ela contrapõe imagens de atividade física em cenários paradisíacos à realidade cotidiana da maioria das pessoas. Nesse caso, mostra exercícios em casa, em um pátio estreito, com paredes apenas rebocadas, sem pintura, um pouco sujas e com o chão acimentado.

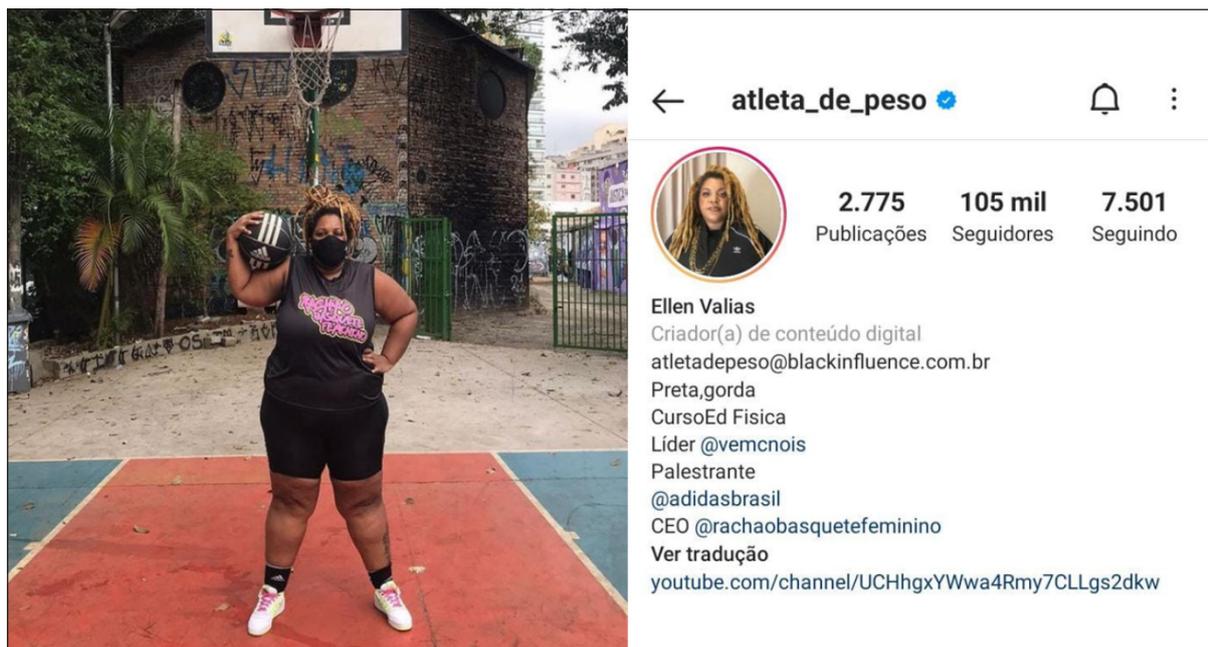
Para o discurso que busca certa multiplicidade de eixos de opressão, a *influencer* exibe não só imagens dela praticando esportes e atividades físicas, mas também de outras pessoas gordas (de gêneros, raças e idades diversas) executando exercícios e danças. Esses conteúdos permitem verificar que são combinadas, pelo menos, as avenidas

identitárias de peso, gênero e raça, tornando o discurso uma combinação que expressa diferentes experiências de várias categorias sociais. Em outras palavras, pode-se afirmar que Ellen provoca rupturas em relação aos discursos dos corpos gordos nas mídias em geral, uma vez que os insere na dimensão da saúde e, dessa forma, transgride os discursos estruturalmente gordofóbicos de que o corpo gordo é preguiçoso, lento, doente.

Já as avenidas identitárias de Ju Romano (**Figura 2**) adquirem outra configuração em relação às de Ellen Valias, já que o eixo de subalternidade do peso se cruza com eixos de privilégio relativos à raça, classe, profissão e faixa etária, principalmente, razão pela qual ela não os demarca na narrativa, como o faz Ellen, por exemplo. Na ativação da roleta interseccional, pode-se distinguir uma mulher cisgênero, gorda média, jovem, branca, modelo, jornalista, moradora de São Paulo, em um relacionamento heterossexual, possivelmente de classe média alta, sem deficiência física aparente. No perfil da influenciadora, no entanto, evidencia-se sua neutralidade, advinda justamente das intersecções com eixos de privilégio, que são silenciadas quando ela não aciona textualmente em sua bio nenhuma avenida identitária, ou melhor, não tem a “necessidade” de acionar. Além disso, em sua descrição biográfica, também não aparece a sua caracterização como gorda, nem como mulher, apenas “Moda plus size, body positive, autoestima e felicidade”.

Nos conteúdos produzidos em vídeos, fotos e mensagens verbais, são evidenciadas temáticas vinculadas ao universo da moda *plus size*, em que a influenciadora apresenta *looks*, além de maquiagens, acessórios e produtos de beleza. Tais produtos e marcas podem ser colocados no âmbito de uma classe média alta e são mostrados a partir de um corpo branco, de cabelos ruivos claros e lisos, rosto jovem, nariz afilado e olhos esverdeados. Por essa via, têm mais relevo as avenidas identitárias de privilégio do que as de opressão, sobretudo porque o corpo gordo parece não se apresentar como um problema ou uma questão ética e política a ser tensionada. Ainda que ela apresente discussões sobre estigmas (raramente), esse não é o seu foco, como é para Ellen Valias, por exemplo. As postagens de Ju Romano utilizam, primordialmente, as *hashtags* *#plussizefashion* *#modaplussize* *#plussize* *#looksdajurro*. Em alguns momentos, há o uso de *tags* relacionadas à autoestima, como: *#autoestima* *#aceitação* *#corpolivres* *#bodypositive* *#amorproprio* *#gorda* *#liberdadecorporal*.

Como está amparada no privilégio da branquitude e da classe social, Ju Romano superinclui o eixo peso como única forma de opressão vivida pelas mulheres gordas,



**Figura 1.** Perfil de Ellen Valias (@atleta\_de\_peso) no Instagram.

*Image 1. Ellen Valias' profile (@atleta\_de\_peso) on Instagram.*

Fonte: Elaborado pelas autoras com base em captura de imagem de @atleta\_de\_peso



**Figura 2.** Perfil de Ju Romano (@ju\_romano) no Instagram.

*Image 2. Ju Romano's profile (@ju\_romano) on Instagram.*

Fonte: Elaborado pelas autoras com base em captura de imagem de @ju\_romano

evidenciando como a gordofobia pode interferir em suas vivências com o próprio corpo e na procura por roupas adequadas a seu tamanho, por exemplo. A blogueira não tensiona questões da moda *plus size* e classe, abordando o alto custo das vestimentas e a dificuldade no acesso às marcas que expõe, quando muitas delas existem somente no ambiente on-line. A questão de classe também fica expressa nos produtos e nas marcas com que ela tem parceria e as quais publiciza, mas também ao oferecer apenas “dicas” ou imagens — de produtos, serviços, lugares — em seus posts. No discurso de Ju Romano, todas as gordas sofrem por conta de seus corpos da mesma forma, consequência da gordofobia estrutural, essa que ela raramente ilumina textualmente ou problematiza de maneira aprofundada e complexificada, em suas postagens.

No que se refere à haste de gênero, Ju Romano cumpre com o que é adequado a uma feminilidade esperada e operacionalizada pelo patriarcalismo e pelo capitalismo, por meio do uso de determinadas roupas, geralmente delicadas, e do interesse em maquiagens e demais procedimentos estéticos. Há a preocupação em aparecer produzida nas fotos e, também, com os ângulos que a favorecem. Levando em consideração principalmente as intersecções entre gênero e capitalismo, atreladas à explosão do mercado de moda *plus size* e sua intensa visibilização midiática, sua profissão de modelo age como eixo de privilégio, principalmente no ambiente do Instagram, e confere a ela o carimbo social de “mulher bela” e com certa “feminilidade” aceita, com autorização para falar sobre beleza, moda, sendo esta comunicação também legitimada pela profissão de jornalista.

Ju Romano é a *influencer* que possui o maior número de seguidores entre as três analisadas neste artigo; e, no cenário de influenciadoras gordas de uma forma geral, também pode ser considerada como destaque<sup>[2]</sup>. Além de ter mais de meio milhão de pessoas em seu perfil, já estampou capa da *Elle* em 2015 e fez um ensaio para a *Playboy* em 2016. Ju Romano nos lembra da transformação identitária avistada por Aliana Aires (2019), quando diz que a mulher gorda se transformou em produto a ser consumido na sociedade neoliberal, adotando a identidade de “mulher *plus size*”, na tentativa de afastar os estigmas que o termo “gorda” veicula.

Por fim, outra intersecção importante que se caracteriza como eixo de privilégio em Ju Romano é a da estética, no que se refere ao formato e ao tamanho de seu corpo

gordo. Ou seja, mesmo sendo uma mulher gorda, seu corpo gordo se apresenta, além da branquitude e da juventude, com determinadas peculiaridades como a cintura marcada, o fato de ser curvilíneo — com curvas proporcionais —, com peitos e bunda arredondados, características tidas como essenciais para a aceitação do corpo feminino e, consequentemente, para a sua aproximação ao padrão de beleza.

No caso de Leticia Carolina Nascimento, a Prof<sup>a</sup> Leticia (Figura 3), é possível identificar na sua apresentação que a *instagrammer* apresenta na sua biografia alguns elementos importantes para articular suas avenidas identitárias: “Travesti+Negra+Gorda+Axé” é a frase de abertura de seu perfil, juntamente com a informação “Autora do livro *Transfeminismo na Coleção Feminismos Plurais*” e “Professora (UFPI)”.

Como visto, Leticia é professora da Universidade Federal do Piauí e escritora, mulher gorda maior, travesti, negra, nordestina, sem deficiência física aparente. Percebemos de imediato, portanto, que em um primeiro “giro” da roleta interseccional, são acionadas — e demarcadas textualmente — as avenidas identitárias de corpo, raça, gênero, profissão, geolocalização e religião. Assim como Ellen Valias, Leticia é atravessada por hastes interseccionais que se configuram como opressões e, portanto, a preocupação em demarcá-las em seu discurso se dá por uma postura política e simbólica relacionada às lutas pela afirmação de suas avenidas identitárias que são constantemente contestadas e marginalizadas pelos discursos hegemônicos do cis-heteropatriarcado racista. Ou seja, nem Ellen nem Leticia precisariam, teoricamente, identificar suas intersecções de raça e peso textualmente, por exemplo, pois todas as pessoas que entram em seus perfis imediatamente sabem que se trata de mulheres gordas maiores negras. Elas ressaltam essa identificação por uma questão simbólica e de resistência.

Nas postagens, a professora reitera a demarcação desses eixos, iluminando determinadas hastes da roleta interseccional, o que transparece na análise do perfil. Mesmo nas publicações que trazem fotos ou vídeos seus em contextos descontraídos ou de humor, Leticia utiliza hashtags como *#antirracista*, *#plussize*, *#travesti*, fazendo referências explícitas às marcas identitárias que a acompanham.

Cabe assinalar que, assim como Ju Romano, Leticia também aciona marcadores relacionados ao gênero ao denotar em suas postagens aspectos associados à feminilidade, como, por exemplo, roupas tradicionalmente lidas como signos de

[2] Importante ressaltar que a média do número de seguidores no cenário de influenciadoras gordas famosas e de sucesso no Brasil é majoritariamente menor do que no cenário de influenciadoras magras que oferecem os mesmos conteúdos.



**Figura 3.** Perfil de Leticia Nascimento (@profaleticia\_) no Instagram.

**Image 3.** Leticia Nascimento's profile (@profaleticia\_) on Instagram.

Fonte: Elaborado pelas autoras com base em captura de imagem de @profaleticia\_

feminilidade, tais como lingerie, vestidos e saias. Para além disso, busca posicionar-se enquanto mulher sensual, atraente e que, em alguma medida, cumpriria certos padrões impostos às mulheres em relação ao que se tem como feminino. Ju goza de certa legitimidade perante a sociedade por ser uma mulher cisgênero, com corpo acinturado e feições “delicadas”, por assim dizer, o que corresponderia ao estereótipo estético ligado ao gênero feminino. Já a professora Leticia, mulher travesti, ainda que performe essa feminilidade, é atravessada por marcadores distintos no que diz respeito à forma corporal e aos traços físicos predominantes na estética do feminino.

Seu rosto é redondo e gordo, com olhos pequenos, nariz largo, boca grande, e pode-se observar rastros de uma barba anterior. Seu cabelo é crespo, mas em pouca quantidade. Seu corpo gordo não possui uma cintura marcada, por exemplo, ainda que acione verbalmente o eixo da feminilidade, sua imagem enuncia aspectos que não correspondem à estética hegemônica mobilizando eixos de opressão, assim como ocorre, em certa medida, com Ellen Valias, que compartilha com Profa. Leticia um corpo acidentado pelo racismo estrutural, visível na cor da pele e nos traços de seu rosto e cabelo, assim como um corpo gordo maior, estigmatizado pela gordofobia, excluído e invisibilizado, por vezes, mesmo no grupo de pessoas gordas.

Além dos eixos de gênero, raça, sexualidade e corpo, a geolocalização é abordada diretamente pela influenciadora quando ela cita o fato de ser do Piauí e ter, como um dos objetivos da sua atuação como professora, conferir protagonismo a uma “transepistemologia brasileira, negra e nordestina”. Quando consideramos que há uma série de estigmas associados às pessoas do Norte e do Nordeste do país, entende-se que essa marca da geolocalização ganha relevo, podendo constituir outra avenida de opressão, que se soma aos atravessamentos residentes na raça, identidade de gênero e de peso/forma.

Já a intersecção de profissão configura-se como um espaço de legitimação social para Leticia, conferindo-lhe autorização intelectual para falar sobre determinados assuntos. Porém, ela o faz de maneira a ressignificar também a representação estereotipada da pessoa intelectual, desconstruindo aspectos como a obrigação com uma postura séria, ativa, discreta, que maneja palavras difíceis. Ela é divertida, faz piada e é acessível e humilde. Assim como há a desconstrução da intelectual, Leticia também ressignifica os sentidos da feminilidade quando ilumina textualmente a haste de gênero, mas também evidencia seu corpo travesti sem pudores e com orgulho em fotos de biquíni na praia, por exemplo.

De maneira distinta do que ocorre com as *instagrammers* anteriores, percebemos nas manifestações de Leticia uma preocupação com a identificação e a constante reiteração desses eixos de opressão e, sobretudo, com o movimento de tensioná-los em articulação, assinalando seu caráter relacional e mobilizando-os de maneira política na reivindicação das identidades. Leticia é a única que evidencia a intenção de intelectualizar, discutir e visibilizar todas as interseccionalidades que habitam seu corpo. Podemos atribuir isso ao fato de ela ser, justamente, uma professora e intelectual e de teorizar de maneira reflexiva-problematizadora sobre suas vivências empíricas enquanto mulher gorda, negra, travesti e nordestina.

## Lugar de fala

Segundo Gayatri Chakravorty Spivak (2010), lugar de fala é a ideia de que existe uma espécie de autorização discursiva que permite que uns tenham o “direito” à fala e outros não, descortinando privilégios. Spivak (2010) problematiza e desconstrói os fundamentos de um conhecimento dominante, pensando o lugar de uma epistemologia produzida por grupos marginalizados. A autora pensa a categoria *Outro* e, para ela, o subalterno evidencia automaticamente um lugar silenciado.

Djamila Ribeiro problematiza as reflexões de Spivak: se elas forem consideradas declarações absolutas “Será que o subalterno nunca rompe o silêncio?” (Ribeiro, 2019, p. 74). A autora lembra que Patrícia Hill Collins e Grada Kilomba enfatizam o fato de que é preciso retirar os sujeitos oprimidos de um lugar em que eles não possam romper o silêncio e que afirmar isso seria o mesmo que legitimar a dominação colonizadora, atribuindo um poder absoluto ao discurso branco masculino. Entretanto, o posicionamento de Spivak vai ao encontro da necessidade de um olhar crítico e problematizador referente a uma espécie de “romantização dos sujeitos que resistem” (Ribeiro, 2019, p. 75).

Já Heloisa Buarque de Hollanda (2019) ressalta que o objetivo é romper com a mediação exercida, garantindo a autorrepresentação discursiva, o protagonismo e a fuga do silêncio, focando na voz dos sujeitos que historicamente foram discriminados pelos lugares de fala normatizados. Ribeiro (2019) complementa a ideia, alertando que as narrativas do *Outro* automaticamente objetivam trazer conflitos necessários para o desmonte do discurso dominante e que, conseqüentemente, trazem mudanças sociais efetivas. Apesar de gerar desconforto, é extremamente importante que quem sempre foi autorizado a falar escute as vozes silenciadas historicamente.

Além de questionar quem pode falar, Kilomba (2010) indaga sobre o que acontece quando os subalternizados falam e sobre o que lhes é permitido falar — podem falar sobre tudo ou existem restrições. A proposta de lugar de fala é focar na “diversidade de experiências” com o intuito de desconstruir a universalização. Portanto, pensar a gordofobia como opressão coloca-nos diante de um coletivo que pode falar desse lugar. No entanto, nesse lugar de fala de pessoa gorda, há atravessamentos importantes que podem transformar a experiência para cada uma. Porém, há, também, condições sociais do próprio grupo que irão permitir ou restringir automaticamente oportunidades às mulheres que nele se encontram, pois pessoas que pertencem a determinados grupos sociais compartilham de experiências similares. Experiências comuns do lugar social que ocupam impedem que essas mulheres acessem certos espaços e produzam nesses espaços. É importante esclarecer que o “falar” no lugar de fala não se restringe ao “ato de emitir palavras, mas a poder existir” (Ribeiro, 2019, p. 64).

O lugar de fala é reflexão base para entender as multiplicidades das experiências e pensar como o lugar social ocupado pelas mulheres gordas resulta em o que e como podem falar. Nesse sentido, o lugar de fala é importante para compreender as visibilidades e invisibilidades dessas mulheres e em que espaços é autorizado o eco de suas vozes.

Conforme já evidenciado, os assuntos mais tratados por Ellen Valias, uma gorda maior, reforçam o discurso contra a gordofobia e desenvolvem a crítica ao estereótipo que impera sobre pessoas gordas e sua suposta incapacidade de fazer as mesmas atividades físicas que pessoas magras. Nesse sentido, ela constrói um espaço em que dá voz às pessoas gordas, inclusive porque reproduz em seu perfil vídeos de outras pessoas gordas (sem distinção de gênero e raça, mas todas jovens) fazendo atividades físicas variadas, dançando, fazendo sereísmo, andando de patins, jogando futebol, pulando corda, fazendo acrobacias, entre outras. O seu lugar de fala é fortalecido pelo fato de Ellen ser graduada em Educação Física, pelo nome de usuária @atletadepeso e porque regularmente pratica exercícios físicos em frente às câmeras. Contudo, nesse espaço, também defende a autoestima, incentivando a que não se dê atenção àquilo que não contribui e/ou não faz bem ao sujeito.

Em complemento, é importante observar que Ellen, de forma geral, configura seu espaço a partir do que ela nomeia de “vida real”, sem cenários elaborados, com figurinos de roupas de ginástica que não são sofisticadas e com edições sem refinamento. As postagens, nessa via, não se deixam atravessar pelos princípios estéticos e econômicos do Instagram e, no que se refere à cultura,

se voltam para uma subcultura, evidenciando-se e voltando-se para problemas sociais e opressões sofridas por pessoas que têm vivências similares às dela. Assim, por um lado, o que ela denomina “vida real” busca construir um discurso que cruza o eixo de opressão do peso com o de classe social, por apresentar cenários não elaborados e vestuário comum, trazendo sentidos de luta por uma causa, que poderia ser definida como a produção de conteúdos que tratam da vida como ela é, para denunciar preconceitos em relação ao corpo gordo, principalmente. Por outro lado, o eixo da profissão (graduada em Educação Física) traz credibilidade a esse discurso por se focar em exercícios físicos feitos por ela e por outras pessoas gordas. É nessa perspectiva que a *influencer* busca sair de um lugar de fala de silenciamento e amplificar a voz do corpo gordo, rompendo com um viés de subalternidade, uma vez que ocupa um espaço desautorizado à pessoa gorda, que é o de enunciar sobre saúde e falar sobre as potencialidades físicas dos corpos gordos no que se refere a exercícios e danças. Ellen ocupa seu lugar de fala como mulher gorda e o amplifica coletivamente de maneira ativista e política. Contudo, para refletir sobre lugar de fala não se pode esquecer das regulações impostas pelas redes sociais e das bolhas algorítmicas a que os usuários e criadores de conteúdos estão submetidos, o que, ainda que haja resistência, lhe impõe limitações.

Por outro lado, a imagem de Ju Romano constrói um lugar de fala bastante delimitado, seja pela edição de qualidade dos vídeos e a produção das fotografias, seja pela escolha do figurino e dos acessórios. O domínio de postagens relativas à moda e ao consumo elabora um espaço de enunciação conectado à comercialização e à aquisição como elementos importantes na formação identitária e na reivindicação de um lugar de fala. Ela é propriamente a mulher *plus size* de Aires (2019), a mulher gorda que se transforma também em um produto a ser consumido pela sociedade capitalista neoliberal. Essa mulher *plus size* vista em Ju Romano é a personificação de valores neoliberais. Nesse sentido, os atravessamentos econômicos do Instagram se mostram também pela publicização das marcas que usa, pelos cupons de desconto e pelas compras que realiza.

Ju Romano, conforme já evidenciamos, invisibiliza questões discriminatórias ligadas a classe, raça e tamanho — nas postagens analisadas, ela não marca na haste peso as diferenças entre as opressões sofridas por gordas maiores e menores, não só no que diz respeito ao acesso à vestimenta, como ao acesso à saúde, aos espaços públicos que não comportam seus corpos, colocando as

mulheres gordas como uma categoria universal. Assim, ela possui um lugar de fala de um “ativismo mais leve”, menos comprometido socialmente, e talvez, por essa razão, mais aceito e seguido. Uma das principais estratégias é a postagem de *looks* evidenciando marcas *plus size* e a demonstração de que as mulheres gordas podem usar as mesmas roupas que as mulheres magras.

Pode-se dizer, assim, que os assuntos pautados por Ju Romano provocam um silenciamento de questões sociais, culturais e políticas das mulheres gordas, reduzindo o direito de fala interseccional, limitando os assuntos que podem ser tratados e estreitando as possibilidades de como podem ser tratados. Inclusive, vale observar que ela se refere à gordofobia em apenas dois posts do conjunto analisado no dia de luta contra a gordofobia (10 de setembro). Não se pode desconsiderar, contudo, que as postagens de moda e consumo estão acompanhadas por palavras sobre amor-próprio, autocuidado, aceitação do corpo, necessidade de ser feliz e importância de ignorar a opinião e o julgamento dos outros. Todavia, no conjunto das mensagens, o que parece prevalecer são os sentidos de uma existência feliz associada ao consumo e ao amor-próprio vinculado especialmente à estética.

Apesar de promover a desconstrução do estigma destinado ao corpo gordo e de padrões de beleza hegemônicos, percebemos que o perfil de Ju Romano, e muitos outros dentro do universo de influenciadoras gordas, acaba reproduzindo temáticas e estratégias já conhecidas nas redes sociais digitais, mas que até então eram pertencentes somente às influenciadoras magras. Nesse sentido, a partir da representação de Ju Romano, podemos falar de uma adaptação dessas mulheres a certa “padronização” e certa proximidade da cultura e do estilo de vida magros. Elas se inserem em esferas de um suposto “universo feminino” para legitimação na internet, utilizando o consumo, a indústria da beleza e a proximidade à moda *plus size* como forma de empoderamento. Discursos esses que também podem ser identificados como pressões estéticas sofridas pelas mulheres e, paradoxalmente, problematizados de certa forma em algumas publicações de Ju Romano.

Propomos entender a influenciadora, então, como uma pessoa que não reivindica abertamente um espaço de fala em prol de várias causas, apostando em seu lugar de fala de mulher gorda que é oprimida, exclusivamente, pelo marcador peso. Ju Romano engendra um discurso de tentativa de acomodação aos padrões estéticos e econômicos do Instagram e que se configura em um corpo eletrônico que busca encontrar os caminhos de normatizações e regulações preponderantes

na mídia. Isso é outro fator que pode contribuir para a aceitação do seu discurso não profundamente politizado e complexificado, já que não causa tensionamentos muito relevantes nos modos de vida hegemônicos.

No que diz respeito às manifestações do lugar de fala no perfil de Letícia Nascimento, é possível perceber que a influenciadora se sente apta a falar principalmente sobre questões relativas à educação, sob a perspectiva da professora universitária. O fato de que se define como “Profa Letícia” pode sugerir que é conferida importância à demarcação dessa posição, possivelmente porque é uma forma de estabelecer legitimidade, de mostrar-se autorizada para as discussões que estabelece no espaço do Instagram. Já Ellen Valias faz movimento análogo ao destacar-se como atleta e estudante de Educação Física, por exemplo, enquanto Ju Romano, possivelmente em função dos privilégios discutidos, não expressa nas postagens analisadas questões relacionadas à profissão ou formação.

A influenciadora defende a construção de uma “transepistemologia” e pauta suas avenidas identitárias de maneira recorrente nessa reivindicação, de forma que fica explícito onde se situa o discurso, de onde partem as suas discussões, no âmbito profissional e, também, na plataforma. Percebe-se, portanto, da parte de Letícia, um movimento de agenciamento de pautas identitárias coletivas, não só as relacionadas à sua experiência como corpo gordo, mas à vivência como mulher trans, nordestina, negra e, somado a isso, o fato de identificar-se com o Candomblé, religião de matriz africana, que também é alvo de opressões na esfera da intolerância religiosa e está ligado ao racismo. A possibilidade de focar essas diferentes opressões em materialidade e propor-se a debater a importância da incidência dessas marcas identitárias sem dúvida encontra certa validação na sua profissão, ou seja, o fato de ser reconhecida pela publicação do livro “Transfeminismos” e ministrar cursos sobre o tema.

Diante da combinação de múltiplas avenidas identitárias responsáveis por vivências de opressão, a posição enquanto intelectual aparece nas postagens como uma espécie de endosso, necessário para a visibilidade e legitimidade da sua narrativa. Cabe notar, contudo, que, ainda que goze dessa visibilidade intelectual, por assim dizer, Letícia é a que tem menos seguidores no Instagram entre as analisadas, o que pode sugerir que ainda impera certo silenciamento sobre suas manifestações. Sobre esse tópico, a própria influenciadora faz uma reflexão em uma das postagens analisadas, em que diz que as pessoas não aprendem sobre transgêneros e sobre racismo não porque são assuntos complexos, mas porque, no

contexto de seus próprios privilégios de raça, gênero e classe, não consideram essas temáticas relevantes.

Sabemos que sobre mulheres e homens trans se impõe um silenciamento considerável, em toda a semiosfera midiática, bem mais forte que o exercido sobre gays e lésbicas, por exemplo. Nesse cenário, professora Letícia precisa desenvolver uma luta contra esse silenciamento, e é o que parece buscar com suas postagens. Seu conteúdo não se limita às discussões sobre educação, opressão, resistência e política; também a vemos se divertindo em suas viagens, vídeos de humor sobre relações amorosas, a apresentação do seu lado sensual, de lingerie etc. Consideramos que isso ampara um processo de naturalização e, pode-se dizer, humanização de um corpo marcado em tantas vias por eixos de opressão. Essa é, portanto, uma combinação de fatores que compõe outra fissura construída por ela, para evidenciar espaços que precisam ser ocupados e reivindicados por corpos subalternizados.

Mesmo quando não é materializada a preocupação com a politização do corpo ou com institucionalizá-lo e enunciá-lo como ferramenta de resistência, consideramos que são engendradas essas pequenas fissuras nas normalizações do Instagram e nos códigos culturais vigentes. O corpo de uma mulher negra, gorda, trans em um contexto que remete a sensualidade, naturalidade, alegria e romance já se constitui em uma forma de romper com o que se espera dessas mulheres e, possivelmente, também com a expectativa em relação ao que se encontra — e é permitido — nas plataformas digitais como o Instagram.

## Considerações finais: corpos em explosão

A análise dos perfis do Instagram de três mulheres gordas — as influenciadoras Ellen Valias, Ju Romano e Profa Letícia — foi realizada aqui a partir de um viés interseccional e com o aporte das perspectivas do lugar de fala e da semiótica da cultura. De maneira geral, percebemos três formas singulares de experienciar e manifestar o corpo gordo, singularizados justamente pelos atravessamentos que compõem suas avenidas identitárias e delimitam mecanismos de opressão e/ou privilégio. Trata-se de perceber as diferenças e as matrizes de opressão como relacionais e o modo como se entrecruzam nas narrativas construídas em seus perfis do Instagram.

Há, portanto, identidades fortemente atravessadas pelos diversos eixos de opressão, evidenciando invisibilidades — ou não iluminados, conforme a roleta interseccional — e eixos como identidade de gênero, classe

social e raça, sobretudo quando há privilégios envolvidos nesses últimos, como é o caso de Ju Romano.

No que se refere à intersecção de profissão, é importante ressaltar que a lente interseccional permite que avaliemos que só a profissão, isoladamente, não confere o mesmo status, a mesma legitimidade e visibilidade. O fato de serem influenciadoras e de terem profissões como professora, educadora física e modelo não garante distinção e credibilidade, evidenciando que as diversas categorias sociais operam ao mesmo tempo, tanto nos eixos de opressão, quanto nos eixos de reconhecimento.

Mesmo que todas estejam dentro do ambiente on-line das redes sociais, é Ju Romano, uma mulher branca, que detém maior visibilidade e legitimidade, ou seja, possui o maior número de seguidores e é a que mais se adapta às dinâmicas de funcionamento do Instagram. Ela não tensiona os discursos hegemônicos de forma politicamente intensa e se adapta às estratégias mercantis do aplicativo, quando produz grande número de postagens publicitárias, divulga marcas de roupas e de produtos de beleza constantemente. Seu lugar de fala de mulher gorda adquire privilégios por estar amparado na branquitude, como já avaliamos, e por não se manifestar acerca de eixos discriminatórios, mas de temas que a sociedade patriarcal julga serem “de mulheres”.

Já Ellen Valias, como vimos, enuncia fortemente a discriminação em relação ao corpo gordo, denuncia o despreparo social para acolher pessoas de peso em transporte e prédios públicos, bem como no que se refere a produtos disponíveis para consumo, além do preconceito em relação às suas habilidades e capacidades físicas e discursos que não permitem sua inserção na dimensão da saúde. Apesar de constituírem um possível instrumento de luta contra as estruturas discriminatórias e por justiça social, sua formação e sua profissão não parecem contribuir para que seu discurso seja validado e tenha mais aceitabilidade, já que ela é socialmente desautorizada a proferir esses discursos por ser gorda e mulher, mas também por ser negra e periférica.

No caso da professora Letícia, por exemplo, ser professora de universidade federal e autora de livro pertencente à coleção de outra intelectual famosa na contemporaneidade, a filósofa Djamila Ribeiro, confere-lhe algum status, mas que se contrapõe à marginalização e à opressão advindas das intersecções de gênero, por ser travesti; de raça, por ser uma mulher negra; de geolocalização, por ser nordestina.

O Instagram, apesar de parecer ou de se vender como uma rede social democrática, acaba por dar visibilidade a certos conteúdos e pessoas em detrimento de

outras, que sofrem com o silenciamento ou o apagamento. Entre os princípios dessa rede social, parece não haver o reconhecimento da formação profissional ou do conhecimento adquirido, mas da capacidade de vender a si mesmo, do automarketing ou de ser empreendedor de si.

Analisando as três influenciadoras pela lente interseccional, podemos perceber que, no caso da professora Letícia e da Ellen Valias, há a necessidade de iluminar algumas avenidas identitárias, que deixam rastros textuais em seus perfis, pois nas intersecções das vivências dessas duas mulheres, as hastes de raça, gênero, classe e geolocalização, por exemplo, se configuram como opressões estruturais. Dessa forma, há a necessidade da demarcação, pois as intersecções, nessa perspectiva, representam lutas por seus lugares de fala que ainda são desautorizados e marginalizados socialmente. Já em Ju Romano, conforme evidenciamos, não encontramos rastros textuais para além do eixo peso, já que foi possível identificar certa generalização e neutralidade a respeito da complexificação de vivências das mulheres gordas, pois Ju habita a branquitude, a cisgeneridade, a heteronormatividade, entre outras questões já tratadas.

Mesmo nesses contextos, cabe questionar, diante do que vimos, as possibilidades das mulheres gordas, o que elas são autorizadas a falar, dentro de que limites a sociedade e as plataformas digitais permitem que quebrem o silêncio sobre as opressões que se entrecruzam em suas experiências.

A análise interseccional e do lugar de fala nos permitem identificar nos corpos das influenciadoras analisadas — e que sob alguns aspectos reiteram outros tantos corpos de mulheres gordas — traços de insubordinação às normatizações e regulações, que imperam sobre a maioria dos corpos midiáticos e, inclusive, do Instagram com suas particularidades. É por essa perspectiva que se pode afirmar que @atletadepeso, @ju\_romano e @profaleticia\_, ainda que se configurem como corpos eletrônicos em alguns aspectos e em intensidade e perspectivas diferentes, traçam linhas de fuga, buscam desterritorializações de sentidos em termos de discurso estético, de reconhecimento de potências do corpo gordo, de direito à existência do corpo gordo sem opressão social, provocando cisões na dominância de corpos magros, brancos e cisgênero. Por outras palavras, essas mulheres produzem uma comunicabilidade sobre o corpo que promove descontinuidades, irregularidades e imprevisibilidades. Mas isso não ocorre de forma igual em seus perfis.

Mesmo com algumas aproximações às padronizações estéticas, vinculadas à raça e à classe, como em Ju Romano; e com tentativas de cumprir com uma femini-

lidade aceita, por parte de Professora Letícia; e também de se adequar aos ambientes esportivos e responder, de certa forma, aos requisitos dos discursos da saúde, com Ellen Valias, os três corpos se configuram como rupturas importantes, como fissuras nos corpos hegemonicamente oferecidos nas redes sociais digitais e nos espaços ocupados hegemonicamente por esses corpos. Elas ressignificam sua existência por meio de suas subjetividades ativas, e não mais como subalternizadas apenas, e fraturam o lócus de sua existência marginalizada historicamente (Lugones, 2019). De maneiras distintas, as três influenciadoras são extremamente importantes como ferramentas de desconstrução de padrões sufocantes que excluem e violentam simbolicamente muitas mulheres. Ellen Valias, Ju Romano e Profa. Letícia são protagonistas de seus lugares de fala e rompem com a submissão ao discurso do outro sobre elas.

Nesse cenário é que podemos identificar explosões semióticas como rupturas de sentidos consideráveis, ocorridas no sistema semiótico do Instagram. Para Lotman (1999), a explosão carrega a noção de transgressão possível e de comportamento atípico e consiste no momento em que o sentido tensiona a previsibilidade, irrompe na criação de algo que não estava determinado. A explosão — que ocorre na casualidade — interrompe a cadeia de causas e efeitos a que se está acostumado, gerando um campo minado de grande densidade de informações e com diferentes intensidades. Os corpos gordos, pretos, com deficiência, LGBTQIANP+ e pobres que começaram a se inserir nas redes sociais e a se mostrarem como influenciadores, tendo um número considerável de seguidores, provocam um movimento atípico em relação aos corpos hegemonicamente brancos, cisgênero, ‘perfeitos’ e burgueses, que habitam costumeiramente essas redes.

No momento da explosão, os sentidos se desterritorializam configurando a criação, a novidade, e, nessa via, ocorrem momentos de dificuldade para a realização da semiose, ou seja, ocorrem momentos de intradutibilidade que, aos poucos, vão encontrando caminhos de interpretação e reivindicam a atualização dos códigos em diferentes velocidades e em variados substratos, interferindo nas linguagens, nas regulações e nas normatizações dos sistemas. Em algum momento, esses sentidos são reterritorializados com forte tendência à incorporação e à assimilação pela semiosfera, mas, às vezes, são excluídos ou deixados em estado latente a aguardar outro momento para se manifestar. Essa é a lógica da explosão.

Portanto, pode-se defender que os corpos dessas *instagrammers* são *corpos em explosão*. Ou seja, aqueles corpos que, ao construírem uma cadeia de sentidos sobre si,

provocam determinado tipo de interrupção e/ou de rompimento nas semioses em vários níveis e sob diferentes ritmos e intensidades, provocando resistência. É o tensionamento dos sentidos construídos por esses corpos que geram tais rupturas na significação, fomentando diferentes graus de tradutibilidade e demandando desterritorializações de sentidos e recodificações. Nessa perspectiva, é relevante recuperar a reflexão de Ribeiro (2019) sobre a importância da existência da narrativa do Outro, cujo objetivo é o conflito, o tensionamento, o desmonte do discurso dominante.

Essas explosões semióticas dos sentidos dos corpos dessas mulheres gordas no Instagram, sem dúvida, provocaram (e possivelmente ainda provoquem, como sugerem as sanções da plataforma aos conteúdos de influenciadoras gordas) desconfortos comunicacionais pelos tensionamentos que produzem e, ainda, incitam outros ouvidos a exercer a escuta — aqueles ouvidos cujas vozes são predominantes. As rupturas de sentidos se dão, principalmente, sobre os eixos de opressão do peso, da raça, do gênero, da classe. É relevante, portanto, observar que o empreendimento sobre o lugar de fala dessas mulheres tem papel importante no rompimento das estruturas regulares dos sistemas semióticos dos corpos midiáticos, o que permite que fissuras se imponham e que a voz subalternizada irrompa a malha cultural.

## Referências

- AIRES, A.B. 2019. *De gorda à plus size: a produção biopolítica do corpo nas culturas do consumo – entre Brasil e EUA*. São Paulo, SP. Tese de doutorado. Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), 233 p.
- AKOTIRENE, C. 2019. *Interseccionalidade*. São Paulo, Sueli Carneiro; Pólen.
- CARRERA, F. 2020. Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação. *E-Compós*.
- CONTRERA, L. 2016. Cuerpos sin patrones, carne indisciplinada. Apuntes para una revuelta gorda contra la policía de la normalidad corporal. In: CONTRERA, L.; CUELLO, N. *Cuerpos sin patrones*. Resistencias desde las geografías desmezuradas de la carne. Buenos Aires, Madreselva, p. 23-35.
- CRENSHAW, K. 2002. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. *Estudos Feministas*, **10**(1):171-188.
- CUELLO, N. 2016. ¿Podemos lxs gordxs hablar? Activismo, imaginación y resistencia desde las geografías desmesuradas de la carne. In: CONTRERA, L.; CUELLO, N. *Cuerpos sin patrones*. Resistencias desde las geografías desmezuradas de la carne. Buenos Aires, Madreselva, p. 37-54.
- D'ANDREA, C.F.B. 2020. *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. Salvador, EDUFBA.
- FERREIRA, S.R.S. 2020. *Digitalização de si e transmasculinidades: a constituição de subjetividades gendradas e a produção de saberes no Facebook*. Salvador, BA. Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia, 357 p.
- GILLESPIE, T. 2010. The politics of 'platforms'. *New Media & Society*, Thousand Oaks, **12**(3): 347-364.
- GODOY, J.D. 2020. Mais pele à mostra, mais visibilidade: é assim que o Instagram prioriza a nudez. Disponível em: <https://bit.ly/39HSK61>. Acesso em: 21/09/2021.
- HOLLANDA, H.B. 2019. Introdução: O grifo é meu. In: HOLLANDA, H.B. (org.). *Explosão feminista – arte, cultura, política e universidade*. São Paulo, Companhia das Letras.
- KILOMBA, G. 2010. *Plantations Memories: Episodes of Everyday Racism*. Münster, Unrast Verlag.
- LEAVER, T. et al. 2020. *Instagram: Visual social media cultures*. John Wiley & Sons.
- LORDE, A. 2019. Não existe hierarquia de opressão. In: HOLLANDA, H.B. (org.). *Pensamento Feminista: conceitos fundamentais*. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p. 234-237.
- LOTMAN, I. 1999. *Cultura y explosión*. Madri, Gedisa.
- LOTMAN, I. 1996. *Semiosfera I – semiótica de la cultura e del texto*. Madrid, Cátedra.
- LUGONES, M. 2019. Rumo a um feminismo decolonial. In: HOLLANDA, H. B. (org.). *Pensamento Feminista: conceitos fundamentais*. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p. 357-377.
- MACHADO, I. 2003. *Escola de Semiótica*. São Paulo, Atelier Editorial.
- RANGEL, N.F.A. 2018. *O ativismo gordo em campo: política, identidade e construção de significados*. Florianópolis, SC. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina, 162 p.
- RIBEIRO, D. 2019. *Lugar de fala*. São Paulo, Sueli Carneiro; Pólen.
- ROSÁRIO, N.M. 2008. Imagens midiáticas em corpos eletrônicos. *Intexto*, **1**(18):1-13.
- SOUZA, R. 2020. Instagram muda as regras sobre a exposição parcial dos seios após protestos. Disponível em: <https://bit.ly/3zzHBik>. Acesso em: 22/09/2021.
- SPIVAK, G. 2010. *Pode o subalterno falar?* Belo Horizonte, Editora UFMG.
- VAN DIJCK, J. 2013. *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.