
Minha beleza não é efêmera: A experiência de mulheres representação dos corpos nas redes sociais e o impacto na autoimagem e autoestima das mulheres¹

Nayara Caroline ROSOLEN²

Máira de Souza NUNES³

Centro Universitário Internacional Uninter, Curitiba, PR

RESUMO

A superexposição dos padrões de beleza, por meio das redes sociais, tem impactado diretamente a imagem que as mulheres têm de si e, conseqüentemente, influenciado a autoestima e a relação com os próprios corpos, levando a casos depressivos, de ansiedade e comer transtornado. Estudos apontam o Instagram como umas das mídias digitais mais utilizadas, e também como a mais nociva. A presente pesquisa tem por objetivo entender de que maneira acontecem as experiências das mulheres nas redes sociais e como se apresentam as formas de pressão estética e gordofobia. Ao mesmo tempo, apresentar a importância dos movimentos de resistência que têm crescido nas próprias redes, como os movimentos corpo livre, pele livre e o ativismo gordo. Além disso, busca mostrar profissionais de saúde física e mental que têm produzido conteúdos contra a estigmatização do peso e forma corporal, em busca de desmistificar associações de boa saúde com os corpos “perfeitos”. Para isso, são realizadas pesquisas bibliográfica, documental e entrevistas.

PALAVRAS-CHAVE: Gordofobia; Pressão estética; Mulheres; Redes sociais; Saúde mental.

A sociedade *media-centric* (LIMA, 1996) tem as mídias como ponto central da vida dos indivíduos, que se utilizam dos meios em todos os âmbitos, desde o entretenimento até o trabalho. Estes espaços de transmissão de informação servem como cenário de representação que constroem significados relacionados a gêneros, etnias, gerações e estética. Com as culturas participativa e de convergência, conceituadas por Jenkins (2011), os smartphones e as redes sociais expõem esses padrões mais intensamente, ampliando assim a sociedade do espetáculo, abordada por Debord (1967).

Neste sentido, as mulheres são as que mais sofrem o impacto das pressões estéticas. “Quanto mais numerosos são os obstáculos legais e materiais vencidos pelas mulheres, mais rígidas, pesadas e cruéis foram as imagens da beleza feminina a nós impostas” (WOLF, 1992, p. 11).

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ 05 – Comunicação Multimídia do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Bacharel em Jornalismo pelo Centro Universitário Internacional UNINTER, e-mail: nayara.ro@uninter.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UNINTER, e-mail: maira.n@uninter.com.

A internet não é apenas um espaço de informação ou entretenimento, mas também um gerador de renda para muitos. A publicidade invade as telas dos celulares, com o potencial muito maior quando disseminadas por influenciadores digitais em seus perfis. Além disso, alguns recursos das redes, como os filtros aplicados nas fotos compartilhadas, especialmente no Instagram, também podem causar efeitos psicoemocionais negativos. Um relatório apresentado pela *Royal Society for Public Health*⁴, em 2017, descreve a mídia social como mais viciante que cigarros e álcool, sendo o Instagram a mais nociva.

Um relatório do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação⁵ (Cetic.br), com 9.954 crianças e adolescentes de 9 a 17 anos, diz que 68% usaram as redes sociais entre 2019 e 2020. A mesma pesquisa aponta que 21% das meninas buscam por “formas para ficar muito magra” e 26% já observaram discriminação pela aparência física. Além disso, 22% pesquisaram por “formas de cometer suicídio” e 18% “formas de machucar a si mesmo”. Segundo a Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS)⁶, mais de 300 milhões de pessoas sofrem de depressão no mundo e “mulheres são as mais afetadas”.

A pesquisa “Tendências de Social Media 2023”⁷, realizada pelo ComScore Brasil e divulgada em março de 2023, aponta que a mídia social é a categoria mais consumida pelos brasileiros e o Instagram é uma das três plataformas mais acessadas, junto com Youtube e Facebook. Ainda segundo o relatório, a rede é a que conta com maior engajamento e onde os usuários dedicam mais tempo de consumo.

Para além dos impactos negativos, as mídias sociais também são utilizadas por movimentos que buscam a quebra de padrões, como o body positive e o ativismo gordo, com o intuito de empoderar mulheres e mostrar que podem se sentir confortáveis dentro dos próprios corpos, independente do tamanho ou forma (GURGEL, 2018). Ou ainda, o *skin positivity*, que incentiva o compartilhamento de imagens sem filtros, edições ou mesmo maquiagem, para tornar natural as peles reais, com manchas, cicatrizes e marcas de expressão.

Assim, o objetivo da pesquisa é investigar as experiências das mulheres nas redes sociais, discutindo quais são e como se apresentam as formas de pressão estética e gordofobia.

⁴ <https://www.rsph.org.uk/about-us/news/instagram-ranked-worst-for-young-people-s-mental-health.html>

⁵ https://cetic.br/media/analises/tic_kids_online_brasil_2019_coletiva_imprensa.pdf

⁶ <https://www.paho.org/pt/topicos/depressao>

⁷ <https://static.poder360.com.br/2023/03/Tendencias-de-Social-Media-2023-1.pdf>

Para maior aprofundamento na temática e melhor compreensão dos efeitos da pressão estética e gordofobia disseminados pelas redes sociais na saúde física e mental de mulheres, utilizou-se a princípio a pesquisa bibliográfica. De acordo com Martino (2018), o objetivo é sistematizar linhas de pensamento a respeito de um assunto. É feita a partir de leituras de livros, teses, dissertações e artigos.

A pesquisa documental, caracterizada por Oliveira (2007, p. 69 *apud* SÁ-SILVA et al, 2009, p. 6) como a “busca de informações em documentos que não receberam nenhum tratamento científico”, se apresenta em dados de relatórios e pesquisas acerca do comportamento das pessoas perante as mídias sociais e possíveis efeitos causados por esse acesso, divulgados por instituições como a *Royal Society for Public Health* e Cetic.br.

Para entender de que forma esses discursos chegam e são recebidos pelas mulheres, realizou-se a entrevista semi-estruturada, definida por Triviños como aquela em que parte de um questionamento básico e amplia as interrogativas, formulando novas hipóteses, a partir das respostas do entrevistado. “Desta maneira, o informante, seguindo espontaneamente a linha de seu pensamento e de suas experiências dentro do foco principal colocado pelo investigador, começa a participar na elaboração do conteúdo da pesquisa.” (TRIVIÑOS, 1987, p. 146).

Durante as entrevistas, foi possível verificar o impacto da exposição às redes em conversas com mulheres que consomem e/ou criam conteúdos no Instagram: Heloisa Torres (@heloisatorres), Andressa Osako (@andressaosako), Renata Neia (@renata_neia), Jéssica Lopes (@jessicando_), Eduarda Agda (@eduardaagda), Hilda Rodrigues (@corporohilda), Emília Vitória (@emiliavit) e Letícia Souza (@leticia.souzaaa).

A psicóloga Luiza Cassou e a nutricionista Ana Carolina Orsini, ambas com aprimoramento em transtornos alimentares pelo AMBULIM-USP, ainda explicaram quais os efeitos dessas imposições para a saúde física e mental das mulheres.

Pressão Estética e a Construção da Beleza

A pressão estética está associada à expectativa que se tem sobre os corpos das pessoas, baseado no padrão de beleza imposto. Apesar desse “modelo” mudar ao longo dos séculos, Gurgel (2018) aponta que hoje ainda se encontra no referencial europeu, sendo magros, altos, lisos e loiros. Moreno (2008) aponta que para que as novas formas

de produção do século XX atingissem as expectativas de demanda, foi preciso concentrar os desejos e padrões da mulher em um só. A linguagem visual se torna crucial para disseminar essa ideia, no ponto em que, segundo Sant’Anna (2014, p. 20), afirma que “a difusão de fotografias acentuou a importância da aparência física”. A partir disso, as mídias passam a propagar modelos, produtos e modos de viver, a partir de imagens.

No entanto, Wolf (1992) vai além e acredita que as imposições colocadas às mulheres, que ela denomina de “mito da beleza”, se deram a partir do momento em que passam a conquistar mais espaço na sociedade, com os direitos de voto e de trabalho, por exemplo. Dessa forma, a juventude se torna atraente, pois o passar do tempo lhe possibilita mais conhecimento, autonomia e, conseqüentemente, poder sobre si mesmas. “E porque os elos entre as gerações de mulheres devem ser rompidos” (WOLF, 1992, p. 17), já que assim não somam força para movimentos contrários ao que é imposto. Nesse sentido, também se utilizam de uma competição feminina. A autora salienta que as feministas são colocadas como “feias” para que aquelas que estão de fora não desejem ser associadas a tal luta.

Muito do padrão de beleza também está associado ao mercado da publicidade e de tratamentos estéticos, dos mais superficiais aos mais invasivos, como as cirurgias plásticas. Le Breton (2008, p. 27-28) diz que “a anatomia não é mais um destino, mas um acessório de presença, uma matéria-prima a modelar, a redefinir, a submeter ao design do momento”. Pensamento reforçado por Sant’Anna (2014, p. 16), que entende que a “beleza é, igualmente, submissão a cirurgias, aquisição de prazer acompanhado por despesas significativas, de tempo e dinheiro.”

Desta forma, os anunciantes se tornam censores, conforme aponta Wolf (1992), ao dizer que existem ideias e posicionamentos sobre a beleza que não condizem com os anúncios de produtos e serviços ofertados. Logo, as marcas, empresas de comunicação e hoje os influenciadores digitais, tomam uma posição que possa gerar ainda mais lucro. Um “bombardeio generalizado de imagens destinadas a reduzir o amor-próprio das mulheres” (WOLF, 1992, p. 111). Com as mídias digitais e o acesso cada vez maior e frequente, devido ao uso dos celulares, as pessoas estão expostas a todo momento. Já que, na internet não são alguns canais de televisão com propagandas no intervalo dos programas ou revistas que chegam mensalmente – há milhares de influenciadores propagando essa ideia 24 horas por dia.

Efeitos Negativos e Movimentos de Resistência

Toda a conjuntura planejada para que as mulheres se sintam insatisfeitas com o próprio corpo impacta diretamente a autoimagem e autoestima das mesmas. Rodrigues (2019, p. 17), relaciona a autoimagem à forma com que a pessoa se percebe, de acordo com o que aprende e recebe de informação em relação a comportamentos, aparência e produção cognitiva. Enquanto a autoestima diz respeito “ao quanto o sujeito está satisfeito ou insatisfeito em relação a situações vividas.”

As mudanças desejadas, ao entrarem em contato com os padrões construídos, não se trata apenas de características físicas, mas surgem antes de tudo no inconsciente, pois o desejo é que de a nova aparência modifique o olhar das pessoas ao redor e o próprio olhar sobre si, buscando transformar a vida e o sentimento de identidade que possui. Ao esconder o que se considera ou o que fizeram acreditar ser “imperfeito”, têm a sensação de renascimento (LE BRETON, 2008, p. 30).

Conforme apontam Souza *et al* (2017, p. 3-4), essa vontade de se moldar foi potencializada pelas redes sociais, já que no mundo virtual é possível fazer recortes sobre o que se mostra e editar as imagens que são compartilhadas. Isso permite que as pessoas construam uma outra versão de si mesmas, sem se importarem com o fato de serem verdadeiras ou não, desde que se encaixem no padrão aceito. “O conceito de identidade na modernidade então passou a se ligar com a ideia de construção, onde é preciso se reconstruir o tempo todo, reconfigurar aquilo que se é, e como se é”.

Neste sentido, Moreira (2020, p. 18) destaca a importância de analisar as consequências acarretadas pelos discursos disseminados pelas mídias sociais. “Por determinarem certos modelos de ser, acabam por inibir outros”. O que também é destacado por Souza *et al* (2017) ao citarem o *cyberbullying*, ou assédio virtual, quando os internautas, muitas vezes por meio de perfis falsos, disseminam discursos preconceituosos e de ódio. Uma pesquisa realizada pela *Royal Society of Public Health* (RSPH), em 2017, diz que o “*cyberbullying* é um problema crescente, com 7 em cada 10 jovens dizendo que experimentaram isso”. Desta forma, muitas mulheres que estão fora do padrão estabelecido passam por situações de *body shaming*. Segundo Gurgel (2018), a expressão que significa “envergonhar o corpo” se refere à atitude de ridicularizar a forma ou o tamanho do corpo de alguém.

Toda essa idealização e pressão estética causam sofrimento e frustrações nas pessoas que buscam e não conseguem alcançar um modelo que, na verdade, é irreal e

inalcançável, conforme afirmam Souza *et al* (2017). Os impactos caem diretamente sobre a saúde física e mental. Estudos promovidos pela RSPH apresentam o Instagram como a rede mais prejudicial à saúde mental de jovens entre 14 e 24 anos e apontam que 90% das pessoas nesta faixa etária a utilizam.

Essa mentalidade foi construída junto com a cultura da dieta e a era da cirurgia plástica, que caminham com o mercado publicitário e o desejo de controle sobre as mulheres. Wolf (1992, p. 248) diz que “o hábito da dieta é o mais possante sedativo político na história feminina. Uma população tranquilamente alucinada é mais dócil”, pois a apreensão gerada sobre o peso faz com que o amor-próprio e o sentido de eficiência entrem em colapso. “São esses traços, e não a magreza em si, que a cultura dominante deseja criar”.

Já as cirurgias plásticas estéticas, Le Breton (2008, p. 22) afirma que funcionam como uma forma de ressignificar a imagem de si para se enquadrar na identidade desejada, e provisória, tendo em vista que os modelos são modificados o tempo todo. “Não é mais o caso de contentar-se com o corpo que se tem, mas de modificar suas bases para completá-lo ou torná-lo conforme à ideia que dele se faz (...) Mudando o corpo, pretende-se mudar a sua vida”.

Um estudo realizado pela *International Society of Aesthetic Plastic Surgery* (ISAS), apresentado por Coelho *et al* (2017), aponta o Brasil no primeiro lugar do ranking mundial de cirurgias plásticas estéticas. Entre os mais comuns, estão o implante de prótese de mama (15,3%), a lipoaspiração de abdômen (13,9%), blefaroplastia (11,9%), lipoescultura (9,1%) e rinoplastia (8,2%). Ainda segundo os autores, embora exista uma melhora significativa quanto a insatisfação corporal no pós-operatório, há estudos que apresentam comorbidades nestes pacientes, como transtornos dismórficos corporal (TDC) e transtornos alimentares (TAs) (COELHO *et al*, 2017, p. 137).

O TDC, de acordo com Coelho *et al* (2017, p. 138), se dá por uma “profunda preocupação relacionada a um defeito imaginário na aparência física. Indivíduos que sofrem desse transtorno são extremamente insatisfeitos com sua aparência ou alguma parte específica do corpo”. Enquanto os TAs, estão relacionados a um comer perturbado, controle patológico do peso, distorção de como enxerga o próprio corpo e medo mórbido de engordar (COELHO *et al*, 2017, p. 138).

Os autores mostram ainda que é possível observar uma melhora considerável com relação à autoestima e imagem corporal seis semanas após as cirurgias. “Entretanto, foi

constatado que conflitos emocionais, como depressão e níveis de ansiedade, não desapareceram após o procedimento” (COELHO *et al*, 2017, p. 138). De acordo com a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), em um transtorno depressivo recorrente, “a pessoa experimenta um humor deprimido, perda de interesse e prazer e energia reduzida, levando a uma diminuição das atividades em geral por pelo menos duas semanas”. A organização estima que mais de 300 milhões de pessoas sofrem de depressão no mundo e “mulheres são mais afetadas que homens”. Em casos extremos, o transtorno pode levar ao suicídio. “Cerca de 800 mil pessoas morrem por suicídio a cada ano – sendo essa a segunda principal causa de morte entre pessoas com idade entre 15 e 29 anos”.

Ainda segundo a OPAS, o quadro depressivo também pode acarretar sintomas como ansiedade, distúrbio do sono e de apetite, com sentimento de culpa ou baixa autoestima, assim como falta de concentração. Castillo *et al* (2000, p. 20) afirmam que “a ansiedade é um sentimento vago e desagradável de medo, apreensão, caracterizado por tensão ou desconforto derivado de antecipação de perigo, de algo desconhecido ou estranho”. De acordo com os autores, o transtorno de ansiedade generalizado se apresenta com preocupações exageradas e irracionais com relação a julgamentos de terceiros. Neste sentido, Silva (2019) diz que nas mídias digitais ocorre uma comparação excessiva por meio das imagens:

A questão do Instagram também pode estar nos likes (quantidade de pessoas que “curtiram” a foto), a sensação de estar sendo julgado o tempo todo pode causar paranoias, ansiedade e depressão. [...] Quanto mais se tenta agradar, mais o sentimento de inadequação pode surgir. (SILVA, 2019, p. 24).

Além disso, é através das redes sociais que muitos procedimentos estéticos ganham relevância, ao serem divulgados por influenciadores digitais. De acordo com Mendes *et al* (2019), atualmente a beleza está relacionada com a semelhança referente a esses modelos apresentados no mundo virtual. Porém, pouco se fala sobre os efeitos negativos que esses métodos invasivos podem causar, inclusive levando à morte das mesmas pessoas que as divulgam. É o caso de Liliane Amorim⁸, de 26 anos, que faleceu devido a uma infecção após perfuração do intestino, durante uma lipoaspiração, em 2021. E Lygia Fazio⁹, de 40 anos, que faleceu devido a infecções e um acidente vascular cerebral (AVC) após uma cirurgia em que foram aplicados silicone industrial e polimetilmetacrilato (PMMA) nos glúteos, em maio de 2023.

⁸ <http://bit.ly/47zsYxx>

⁹ <http://glo.bo/3KF13m8>

Em contrapartida, as redes sociais também podem auxiliar na obtenção de informações e se tornar um ponto de encontro para aqueles que lutam contra a padronização dos corpos femininos. Silva (2019) afirma que as postagens realizadas em forma de relatos geram identificação e aproximam aqueles que passam pelas mesmas situações, colaborando para o entendimento do que vivem.

Nos últimos anos, alguns movimentos têm crescido nas mídias digitais, ainda que não tenham surgido no mundo das redes sociais. Carrera e Martins (2020) contam que o *body positive*, por exemplo, surgiu nos Estados Unidos, na década de 1990, com Connie Sobczack e Elizabeth Scott, a partir da criação do instituto *The Body Positive*. No Brasil, a jornalista e ativista Alexandra Gurgel traz a luta com o Movimento Corpo Livre, que carrega o mesmo conceito de buscar “equidade entre corpos, para que todos sejam tratados da mesma maneira, com os mesmos direitos” (GURGEL, 2018). “A ativista Megan Jayne Crabbe aponta que o *Body Positive* não é só sobre como se sentir bem em seus corpos, mas valorizar e dar espaço para os corpos marginalizados normalmente.” (CARRERA E MARTINS, 2020, p. 9-10).

O *Skin positivity*, ou Movimento Pele Livre, como é conhecido no Brasil, é mais um que tem se disseminado pelo Instagram. Em reportagem para a Revista Babel, da USP, Pietra Pinheiro conta que a hashtag *Free The Pimple* (Liberte a espinha) iniciou com a influenciadora Lou Northcote (@lounorthcote), em referência ao movimento *Free The Nipple*, que buscava a liberdade de as mulheres saírem de casa sem sutiã e não serem assediadas. Lou passou, então, a compartilhar imagens sem as usuais maquiagens que escondiam seu rosto real. “A modelo, que cresceu em Dubai, contou à revista *Women’s Health* que começou a sofrer com pressão estética aos 13 anos, quando ingressou para a carreira de modelo”, diz a matéria.

Em entrevista para a *Universa*, da UOL, a influenciadora e empresária Kéren Paiva (@kerenpaiva), um dos principais nomes brasileiros do movimento nas redes, afirma que “o *Pele Livre* prega a liberdade para ter uma pele imperfeita, e mostra que toda pele tem textura e pode ter mancha, espinha, acne, que nada disso é errado ou anormal. Não precisamos ter uma pele plastificada, como a indústria verde”.

Nas redes ainda é possível encontrar profissionais de saúde que vêm compartilhando conteúdos contra a associação da saúde física com o padrão de beleza imposto. Como as nutricionistas Gabriela Bacilla (@nutricionistagb) e Ana Carolina Orsini (@nutricaorsini), que trabalham contra a cultura de dietas restritivas e abordam

temas como o *bodyshaming*, cirurgias plásticas e corpos irreais compartilhados. E a psicóloga Luiza Cassou (@vejaojardim) aprimorada em transtornos alimentares pela Ambulim-USP. Durante a pandemia também foi criado o perfil Saúde Sem Gordofobia (@saudesemgordofobia), para reunir profissionais da saúde que têm uma atuação não gordofóbica, tendo em vista que muitas pessoas gordas começaram a ter dificuldades para conseguir os laudos médicos que comprovassem a comorbidade para poderem se vacinar contra a Covid-19 no grupo prioritário de direito, muitas vezes negligenciando a própria saúde para evitar constrangimento em consultórios médicos.

Com a relevância que os assuntos de saúde mental em relação ao uso das redes sociais tomaram nos últimos anos, as próprias mídias passaram a adotar medidas que colaborassem para o bem-estar dos usuários. Em julho de 2019, o Instagram passou a experimentar a omissão de curtidas das fotos, com o intuito de diminuir conteúdos apelativos e comparações excessivas, e foco na qualidade de compartilhamentos verdadeiros. Em maio deste ano, a rede deu um passo para trás e trouxe as curtidas de volta. No entanto, as pessoas podem escolher se querem ver ou não e ainda podem ocultar as curtidas das próprias publicações. Outra rede de compartilhamento de imagens, o Pinterest proibiu em 1º de julho de 2021 qualquer anúncio sobre perda de peso, contra a cultura da dieta e a gordofobia, reforçando movimentos de aceitação corporal. Antes, já eram proibidos produtos ou declarações perigosas sobre perda de peso ou *bodyshaming*. Até o momento, é a única plataforma do mundo a aderir a medida.

Os Efeitos Para Além das Telas

A exposição excessiva às redes sociais amplifica os discursos de pressão estética e gordofobia, que se apresentam de formas diferentes. A psicóloga Luiza Cassou, que é aprimorada em transtornos alimentares pelo Ambulim-USP e colabora no Centro Especializado em Transtornos Alimentares de Curitiba (PR), explica que a gordofobia é um preconceito estrutural que afasta, marginaliza e mata pessoas gordas e está relacionada a questões de afeto, mercado de trabalho, acesso a saúde, lazer, locomoção. Enquanto a pressão estética está associada a cobrança para se aproximar do padrão de beleza, o que é muito nocivo, porque é completamente utópico para a maioria das pessoas.

A psicóloga afirma que há um número significativo de evidências que mostram que quanto maior a exposição e maior o tempo despendido nas redes sociais, mais

suscetível a uma insatisfação, o que passa a ser um fator de risco para o desenvolvimento de doenças mentais, como ansiedade e depressão.

A profissional salienta que, para além da publicidade de produtos, as mídias sociais também vendem ideias nocivas que são internalizadas, como a de que todo mundo conseguiria atingir um padrão corporal.

Existe uma ideia de que insatisfação gera mudança e, na verdade, só alimenta comportamentos nocivos [...]. Se toda vez no meu Instagram eu posto sobre hábitos saudáveis e exercício físico com a imagem de um corpo magro atrelado, estou passando uma mensagem. Existem mensagens que não são verbais, mas que são fortemente reforçadas nas redes sociais (CASSOU, 2021)

Todas as criadoras e/ou consumidoras de conteúdos no Instagram entrevistadas já haviam feito relatos em seus perfis acerca da gordofobia vivida nas redes sociais e fora das telas, muitas vezes trabalhando contra esse estigma e contando de que forma essas crenças impactaram na saúde física e mental ao longo da vida.

Jéssica Lopes já passou por diversos episódios de gordofobia nas redes. Em uma delas, um perfil que ridicularizava criadoras gordas, pegou uma foto dela e repostou como forma de satirizar. “Os comentários eram extremamente dolorosos, todos patologizando e animalizando meu corpo. Eu não sabia o que fazer, me deu crise de ansiedade, foi horrível”.

“Uma mulher comentou que a minha pele era tão feia e tão horrorosa que parecia um aborto. Isso me fez muito mal, me colocou de volta na caixinha da depressão. Fique ansiosa, porque queria revidar, mas não conseguia, estava tão exposta”, conta Heloisa Torres, que é ativista do *skin positivity* e produz conteúdos voltados para a beleza e também tinha as acnes constantemente associadas ao peso.

“Acho melhor que se maquiar, cuidar da saúde”, “Cuide da sua pele com alimentação adequada, não adianta mascarar”, “Eu acho que ela tem é que cuidar da alimentação, pois é isso que deixa a pele detonada, gordo nunca foi bonito e nunca será” e “Maquiagem pra caralho e ainda o mesmo elefante”, são só algumas das mensagens que Heloisa recebeu por meio das redes sociais.

Já Emília Vitória, sentiu os efeitos da gordofobia dentro da própria família, depois de postar uma foto de biquíni no Instagram. “Falaram para a minha mãe que eu poderia até perder o emprego por ter postado. Eu estava de costas, não mostrava nada. Para mim, eu só estava postando uma foto de um dia que eu estava me achando linda,

mas por não ter o corpo padrão, sofri vários ataques (...) As pessoas falam que eu não vou conseguir engravidar sendo gorda”.

Ana Carolina Orsini, nutricionista aprimorada em transtornos alimentares pelo Ambulim-USP e autora do livro “A cultura da dieta é tóxica”, aponta que “a cultura da dieta é como se fosse um sistema de crenças que dita que pessoas que são mais magras são consideradas mais saudáveis”, além de dicotomizar os alimentos entre bons e ruins, o que impacta as pessoas e pode gerar um comer transtornado ou até um transtorno alimentar.

Essa cultura também carrega algumas outras crenças, como o nutricionismo, que é uma visão reducionista da nutrição, na qual os alimentos são reduzidos ao que os compõem e deixa de considerar os diferentes significados de uma comida. Assim como o salutarismo, a crença de que saúde é uma obrigação moral e, nesse sentido, que pessoas magras merecem mais respeito do que as pessoas gordas. Nas redes sociais especificamente, a profissional cita a evidência do efeito dunning-kruger, pelo qual pessoas com menos experiência e conhecimento conseguem falar sobre um tema com mais confiança e autoridade, simplesmente por não saberem a profundidade do assunto. Persuadindo, assim, os seguidores a tomarem decisões equivocadas.

Desta forma, a disseminação da cultura da dieta por meio das redes sociais faz com que vários comportamentos alimentares que não são normais sejam normalizados. Como o medo de engordar, fazer exercícios compensatórios, alimentos milagrosos e demonização de alimentos e nutrientes, por exemplo. O que pode resultar no comer transtornado, pelo qual a pessoa usa métodos inadequados para controlar o peso, como apresenta Ana Carolina. Ou mesmo nos transtornos alimentares, caracterizados por Luiza como uma perturbação na alimentação, que causam problemas, prejuízo e sofrimento, tanto físicos como biológicos. “Os três principais que a gente tem em termos de prevalência e que tem essa relação com a imagem corporal é a anorexia nervosa, bulimia e transtorno da compulsão alimentar” (CASSOU, 2021).

Ambas as profissionais citam que, embora as pessoas reduzam a força de vontade e questões individuais, existem diversos fatores genéticos e externos que influenciam no peso corporal de uma pessoa, como questões familiares, a condição socioeconômica, fatores psicológicos, qualidade do sono, o uso de medicamentos, entre outros. No entanto, mesmo entre profissionais da saúde, a gordofobia existe e afasta pessoas de cuidados básicos. Ana Carolina acredita que um dos motivos por isso ainda acontece é o reflexo de

same always, “uma tendência de comportamento onde as pessoas rejeitam evidências científicas só porque contradizem normas e crenças estabelecidas”.

“Desculpa, é que qualquer mulher na sua situação iria se odiar”, foi o que Andressa Osako escutou de uma médica ginecologista ao recusar uma indicação de inibidor de fome. Ela estava saindo de um tratamento psiquiátrico para ansiedade, depressão e síndrome do pânico, justamente pela relação conturbada com o corpo e as pessoas ao redor, durante toda a vida. Mesmo que sempre tenha sido ativa e não excedesse na alimentação, ouvia que “não adiantava fazer um monte de esportes se eu chegava em casa e comia ‘igual uma porca’”.

Renata Néia conta que já conseguiu atingir um corpo bem magro em uma fase da vida, “mas não comia quase nada, vivia desmaiando de fome e não conseguia se exercitar”. Após o parto da filha, quando era transferida do centro cirúrgico para o quarto, escutou uma conversa entre as enfermeiras: “Precisamos de dez homens para tirar da maca”.

Hilda Rodrigues desenvolveu distúrbios alimentares após passar por consulta com uma nutricionista que cortou alimentou e disse que ela estava doente apenas ao analisar o Índice de Massa Corpórea (IMC).

O *body positive* e suas vertentes, como o movimento corpo livre, foram os primeiros a dar voz e ampliar as discussões sobre pressão estética e gordofobia. Andressa diz que se sentiu acolhida e representada de alguma forma. “Sempre me senti muito sozinha nessa relação com o meu corpo, achava que só eu chorava no provador, que só eu evitava me olhar no espelho, só eu ficava dias sem comer para tentar emagrecer. E hoje sei que não”, afirma.

Heloisa aponta que se manter como criadora de conteúdos, ainda que com as críticas sofridas, foi uma forma que encontrou de “dar voz a quem não tem”. “Ao mesmo tempo que eu recebia um monte de comentários ofensivos, recebia muitos comentários de meninas de 14, 15 anos e mães que agradeciam pelo conteúdo, que diziam que nunca tinham visto um tutorial de maquiagem para uma pele parecida com a delas”.

No entanto, nem sempre a realidade que se apresenta consegue alcançar a idealização do discurso. “Mesmo me amando e aceitando o meu corpo, a catraca trava, eu não consigo comprar roupa em qualquer loja, eu vou para consulta médica com medo de sofrer gordofobia”, afirma Jéssica.

A falta de acessibilidade ainda é real e mostra que o corpo gordo literalmente não cabe em uma sociedade construída com base nos padrões magros estabelecidos. Situações constrangedoras acontecem com frequência e faz com que as pessoas de corpos maiores sejam excluídas e marginalizadas. Para Emília, a falta de acessibilidade é o maior problema que vê hoje.

Letícia Souza lembra que já perdeu as contas de quantas cadeiras plásticas quebraram ou racharam quando se sentou, além de machucar as pernas, por serem apertadas. “Hoje em dia eu já nem sento mais, pois tenho medo de cair e virar alvo de deboche das pessoas. Nos ônibus, os assentos são pequenos, apertados e o cinto não fecha. Dá uma sensação de impotência e tristeza. Total desconforto”.

Por isso, para além da autoaceitação, o ativismo gordo surge com a necessidade de lutar pelo direito de acessos básicos, que vão para além da pressão estética. O que também começou a ser disseminado nas redes sociais, no intuito de alcançar cada vez mais pessoas, que têm uma identificação maior, como é o caso da Jéssica: “O que me representa hoje é o ativismo gordo. A gente luta por direitos, acessos, despatologização do corpo gordo. É muito importante a gente saber que o nosso corpo não é errado, que temos direitos e que a gordofobia é estrutural”. O que também é seguido por Hilda, que diz que o que prega no Instagram “é sobre a existência dessa sociedade saber que existe o corpo gordo”.

Tendo em vista esse tipo de comparação, Ana Carolina faz o movimento de sempre perguntar para os pacientes quem eles seguem, já que muitos acompanham perfis que passam informações enviesadas e, na maioria dos casos, não é um profissional de saúde, que ainda sendo, muitas vezes não baseia a conduta em evidências científicas.

Letícia afirma que hoje segue perfis que consiga se identificar e reforça a importância de “ver que você não está sozinha, que existem pessoas gordas, com estrias, dobrinhas, que tem barriga grande e está tudo bem. Não é nenhuma apologia à obesidade, mas que ser gordo não é um problema, e sim uma condição física”.

Considerações Finais

Os movimentos de resistência, como o *body positive*, ou corpo livre, e o pele livre são capazes de ampliar as discussões e formar uma rede de apoio entre mulheres que vivem o processo de autoaceitação. Entretanto, ao longo das conversas com as entrevistadas, foi possível perceber que há uma lacuna quando se trata da existência dos

corpos gordos em todos os espaços da sociedade. Não basta se aceitar em um mundo construído para corpos magros e que impossibilita acessos básicos, como uso de transporte público devido a catracas estreitas, ou mesmo a socialização em espaços como bares e restaurantes, já que os acentos não comportam corpos maiores. Por isso, a necessidade de abrir novos caminhos de luta, neste caso o ativismo gordo.

Entendeu-se, então, que mais do que se aceitar e buscar por respeito para a diversidade corporal, é necessário a busca pelo direito de ocupar espaços. Uma representatividade não só através das redes sociais digitais, ou mesmo dos canais de comunicação tradicional, mas também no dia a dia da sociedade, que continua marginalizando, excluindo e matando corpos gordos.

Referências

- ABJAUDE, Samir Antonio Rodrigues et al. Como as mídias sociais influenciam na saúde mental?. **Revista Eletrônica Saúde Mental Álcool e Drogas**, Ribeirão Preto/SP, v. 16, n. 1, jan./mar. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3sfHP0c>. Acesso: 20/03/2023.
- ALVARENGA, Marle dos Santos *et al.* Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. Rio de Janeiro: Jornal Brasileiro de Psiquiatria, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/47wgqHr> . Acesso: 01/03/2023.
- CARRERA, Fernanda Ariane Silva; MARTINS, Vírnia Maria Peixoto. **Body positive no instagram**: Uma análise dos modos de aceitação corporal a partir da roleta interseccional. *Revista Razón y Palabra*, vol. 24, nº 109, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/459XQ6k>. Acesso: 12/03/2023.
- CASTILLO, Ana Regina GL et al. Transtorno de Ansiedade. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, 2000, p. 20-23. Disponível em: <https://bit.ly/3OC0omL> . Acesso: 04/03/2023.
- COELHO, Fernanda Dias *et al.* Cirurgia plástica estética e (in) satisfação corporal: uma visão atual. **Revista Brasileira de Cirurgia Plástica**, vol. 32, nº 1, 2017, p. 135-140. Disponível em: <https://bit.ly/3OzmwOH> . Acesso: 01/03/2023.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 2003. Disponível em: < <https://bit.ly/3QDvpcK>>. Acesso: 20/03/2023.
- GURGEL, Alexandra. **Pare de se odiar**: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário. 1ª edição. Rio de Janeiro: Best Seller, 2018.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*. São Paulo: Aleph, 2009.
- LE BRETON, David. **Adeus ao Corpo**: Antropologia e Sociedade. Campinas, SP: Papirus, 2008.

-
- LIMA, Venício A. de. Os mídias e o cenário de representação da política. São Paulo: **Lua Nova**, nº 38, 1996, p. 239-270. Disponível em: < <https://bit.ly/3qD3hLX> >. Acesso: 20/03/2023.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas**. Edição digital. Petrópolis/RJ: Vozes, 2018.
- MENDES, Emilia Maria *et al.* Cirurgia Plástica: um olhar psicossomático. **Revista Científica Fagoc Multidisciplinar**, vol. 4, nº 2, 2019, p. 9-13. Disponível em: < <https://bit.ly/44b4JTJ> >. Acesso: 01/03/2023.
- MOREIRA, Marília Diógenes. A construção da imagem corporal nas redes sociais: Padrões de beleza e discursos de influenciadores digitais. **PERcursosLinguísticos**, vol. 10, nº 25, p. 144-162, 2020. Disponível em: < <https://bit.ly/3QwILY6> >. Acesso: 20/03/2023.
- MORENO, Rachel. **A beleza impossível: Mulher, mídia e consumo**. São Paulo: Ágora, 2016.
- MOROMIZATO, Maíra Sandes *et al.* O uso de internet e redes sociais e a relação com indícios de ansiedade e depressão em estudantes de medicina. **Círculo Psicanalítico de Sergipe**, Aracaju/SE, 2017. Disponível em: < <https://bit.ly/47A7Uav> >. Acesso: 12/03/2023.
- RODRIGUES, Daniela da Silva de Souza. **A influência das mídias sociais na autoimagem da mulher e suas relações no desenvolvimento dos transtornos alimentares**. Santa Catarina: Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de Bacharel no Curso de Psicologia da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, 2019. Disponível em: < <https://bit.ly/45vbOIL> >. Acesso: 12/03/2023.
- SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.
- SÁ-SILVA, Jackson Ronie *et al.* Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, Rio Grande do Sul, v. 1, n. 1, julho de 2009. Disponível em: <https://bit.ly/3OTouA3> . Acesso: 12/03/2023.
- SILVA, Gabriella Carvalho. **Narrativas sobre o corpo no Instagram: os discursos de aceitação corporal como contraponto à imposição do padrão de beleza**. Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3DVBgCs>. Acesso: 20/03/2023.
- SOUZA, Gabriela de et al. A relação das mídias sociais na construção da autoimagem na contemporaneidade. **Akrópolis** - Revista de Ciências Humanas da UNIPAR, Umuarama, v. 25, n. 2, julho/dezembro de 2017. Disponível em: <https://bit.ly/45qrsV> . Acesso: 12/03/2023.
- Triviños, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: A Pesquisa Qualitativa em Educação**. São Paulo: Atlas, 1987.
- WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.