



CONBRACE
CONICE 2021
DE 12/09 A 17/12

Educação Física e
Ciências do Esporte
no tempo presente:

Defender Vidas,
Afirmar as Ciências

O DISCURSO #FECHAABOCA NO INSTAGRAM: A BATALHA CONTRA SI PELO CORPO MAGRO¹

Denise Fick Alves,

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Leonardo Silva de Lima,

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Raquel da Silveira,

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Mauro Myskiw,

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Analisamos as condições de possibilidades de existência e de circulação do discurso #fechaaboca na rede social Instagram. Realizamos um exercício de análise de discursos de informações de perfis e de conversas com 11 interlocutoras que utilizaram a hashtag. Concluímos que o efeito de verdade desse discurso passa pela dramatização da batalha contra si, como estratégia de saber-poder em rede, que coloca como norma o sofrimento individual na conquista do corpo magro.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso; Corpo; Redes Sociais.

INTRODUÇÃO

Quando a atriz Cléo Pires foi alvo de ataques nas redes sociais e, em entrevista ao programa de televisão Fantástico², ocorreu um destaque para o *body shaming*. A atriz foi alvo de uma sequência de insultos e comentários que reforçam padrões de beleza recorrentes nos próprios veículos de comunicação. Em uma postagem do dia 5 de julho de 2019, em sua conta no aplicativo *Instagram*, a atriz relata seu desconforto sobre essa situação:

“Oi, galera! Passando aqui para dizer que nesse tempo de carreira, enquanto você me assistia esperando que eu correspondesse a sua expectativa sobre a minha magreza, eu estive pressionada a me manter no padrão estético sufocante que esperava de mim. São muitas marcas e muitos abismos” (*Instagram*®, postagem em: 5 jul. 2019, acesso em: 8 out. 2019).

Esse caso exposto pela atriz não é uma raridade no universo das redes sociais, em especial no *Instagram* onde a imagem é o combustível principal, onde também os discursos se

¹ O presente trabalho não contou com apoio financeiro de nenhuma natureza para sua realização.

² Matéria exibida em exibida 06 de outubro de 2019, disponível em <<https://globoplay.globo.com/v/7979769/>>. Acessada em 22/07/2020.



disseminam rapidamente através das *hashtags*. No contexto das redes digitais, explica Siqueira (2018), a *hashtag* é uma etiqueta que tem uma vocação categorial, isto é, sua função é agrupar postagens em torno de um assunto, facilitando, assim, a organização, entendimento e disseminação. Normalmente são palavras ou frases sem espaços (por vezes com números, sinais gráficos, siglas ou outros símbolos, tais como *emojis*) precedidas do símbolo #. É resultado de uma indexação livre realizada por pessoas ou grupos, para facilitar e/ou motivar buscas, seguidores, compartilhamentos, na lógica de hipertextos e hiperlinks.

Situação como a da celebridade Cleo Pires e a relevância dessa forma de agrupar, organizar e disseminar discursos, nos levaram a estudar a *#fechaaboca*, entendida aqui como um discurso. Assim, através desta pesquisa nos propomos analisar as condições de possibilidades de existência e de circulação desse discurso na rede social *Instagram*, quando ele esteve atrelado ao corpo. Para isso, considerando os limites do resumo expandido, vamos explorar um dos enunciados mais relevantes nessa função de existência do discurso *#fechaaboca*: a batalha contra si pelo corpo magro.

Outros trabalhos já abordaram especificamente esse discurso, como o de Vieira e Bosi (2013) que investigaram duas revistas e a construção de um ideal de corpo magro como padrão, e o livro de Santos (2008), intitulado “O corpo, o comer e a comida”, no qual a autora analisa o caso de Suzana, jovem que sofria de bulimia e as estratégias utilizadas para perder peso rápido, também em busca do corpo magro. As revistas e os livros são artefatos culturais-pedagógicos importantes nas construções discursivas, mas, estamos cada vez mais imersos nos fenômenos das redes sociais digitais que, com suas características e inúmeras ferramentas representam o que Recuero (2009) descreve como espaços de interações, lugares de fala.

METODOLOGIA

Este estudo está localizado no espectro das pesquisas qualitativas, especificamente da análise de discurso. Para a produção dos dados, inicialmente, na rede social *Instagram* buscamos a *#fechaaboca*, ocorrendo o retorno de mais de cinco mil publicações. Diante disso, selecionamos a opção das publicações classificadas como mais relevantes. Entre as listadas, escolhemos trabalhar com as cem primeiras que utilizavam essa *hashtag* relacionada ao corpo.

Na sequência, através da ferramenta *direct*, entramos em contato com os/as cem usuários/as. Explicitamos informações sobre os/as pesquisadores/as e a investigação, indicando que seriam preservadas as identidades. Das cem mensagens enviadas pudemos contar com a participação de onze interlocutoras (quadro 1). As conversas com elas envolveram questionamentos sobre as publicações específicas atreladas à *#fechaaboca*.

Quadro 1 – Descrição dos perfis e datas das interações

Identificação	Seguidores
@perfil01	45,8 mil
@perfil02	786
@perfil03	814
@perfil04	32,7 mil
@perfil05	1,7 mil
@perfil06	3 mil
@perfil07	1,1 mil
@perfil08	5 mil
@perfil09	11 mil
@perfil10	1,4 mil
@perfil11	2,6 mil

Fonte: elaborado pelos autores

Acessando o perfil dessas interlocutoras, realizamos um levantamento de postagens³ que utilizaram a *hashtag* em questão. Essas informações disponíveis na rede social, juntamente com o produto das conversas com as interlocutoras foram objeto de análises de discurso, numa perspectiva foucautiana, compreendendo que “[...] o discurso nada mais é do que a reverberação de uma verdade [efeito de verdade] nascendo diante dos seus próprios olhos” (FOUCAULT, 1996, p. 49). Nas análises, consideramos a *#fechaaboca* como um discurso sobre o corpo. A partir disso, buscamos os enunciados que - como função - garantem as condições de possibilidade de existência desse discurso específico, procurando demonstrar regras enunciativas e posições dos sujeitos no discurso. A pesquisa como um todo contempla diversos enunciados), mas em virtude do tamanho desta comunicação, optamos por explorar a análises de um deles (a batalha contra si mesmo pelo corpo magro).

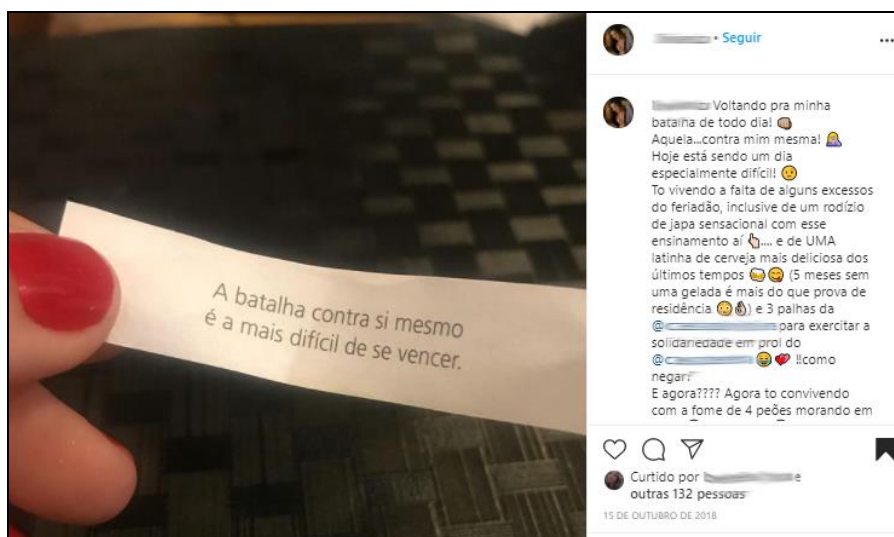
³ Todas as publicações analisadas eram de perfis abertos.

A BATALHA CONTRA SI PELO CORPO MAGRO

Esse enunciado tem a função de sustentar uma batalha, uma luta, uma guerra das pessoas contra si mesmas. Ou seja, uma importante condição de possibilidade de existência do discurso #fechaaboca envolve a necessidade de representar essa batalha contra si, isso imerso no disciplinamento que expressa o sofrimento como norma para a mudança corporal. E, para isso, algumas regras enunciativas foram colocadas em ação: dramatizar um problema relacionado ao próprio corpo e à necessidade de mudanças; descrever formas de conquistar um equilíbrio, quando ganham destaque as práticas de exercícios físicos e os cuidados alimentares; e a iconização desse equilíbrio através de imagens da luta ou da conquista.

Uma/um das interlocutoras/perfil que nos ajuda a mostrar tal função e regras enunciativas, com destaque para o sofrimento, é a/o @perfil02. Numa das postagens em que utilizou a #fechaaboca (em 15 de outubro de 2018, com 133 curtidas), ela descreve sua luta contra si mesma num dia difícil, dramatizando seu controle de comer e beber o que gosta, de conviver com a fome e de buscar um equilíbrio. Ela aciona, nesse contexto enunciativo, uma imagem que expressa a batalha.

Figura 1 – Postagem da interlocutora @perfil02



Fonte: Perfil público do *Instagram*

Nas interações pelo *direct* com a interlocutora @perfil02, ela confere ainda mais destaque a essa função enunciativa:

[...] Há um ano e meio passo por um processo de mudança de vida. Neste dia em específico foi a primeira vez que sai da dieta que estava. Hoje, depois de muito ler e aprender sobre isso, não uso mais nenhum termo em relação a isso, para te ser sincera nem a palavra dieta eu costumo usar. Aprendi muito com o sofrimento e hoje me cobro muito menos. (INTERLOCUTORA @PERFIL02)

A interlocutora @perfil02 mostra sua conquista de equilíbrio na relação com a alimentação. Os exercícios físicos também compõem uma importante função enunciativa nesse discurso, geralmente como modo de luta contra o sofrimento. Destacamos isso através de informações sobre a interlocutora @perfil04. Em 03 de abril de 2018 ela faz uma postagem utilizando a #fechaaboca, na qual dramatizava sua problematização corporal em relação à celulite, colocando sua guerra contra 8 quilos e sua forma de luta pelo equilíbrio relacionado a uma maior qualidade de vida. Descreve o seu “treino de hoje” e o iconiza com uma imagem que expressa sua conquista e esconde os problemas como ela mesma menciona. No momento de levantamento das informações do estudo, essa postagem contava com 407 curtidas e 38 comentários.

Figura 1 – Postagem da interlocutora @perfil02



Fonte: Perfil público do *Instagram*

Além desse exemplo acima, essa função enunciativa da batalha contra si mesmo/a foi bastante acionada nas interações pelo *direct*. Alguns excertos das conversas com diferentes interlocutoras mostram isso:

Eu estava falando de fechar a minha boca para comer menos e caber no meu vestido de madrinha (risos) (INTERLOCUTORA @PERFIL05).

Eu sofro muito com isso. Nem gosto de me fotografar... E quando eu fico com raiva de alguma coisa é aí que eu como mesmo. Somente doces e refrigerantes me satisfazem. [...] E eu que já fui bem magra e até já fui rainha do Carnaval aqui da cidade de [nome da cidade]. É f... sair na rua e ver as pessoas me olhando o quanto engordei. (INTERLOCUTORA @PERFIL10).

Eu usei #fechaaboca para várias coisas. No caso foi para mim, fechar a boca no momento foi para fechar mesmo no sentido de manter focada na alimentação e de não contar nada a ninguém porque as pessoas não querem saber as dificuldades (com ansiedades, compulsões, estresse, tristezas). [...] (INTERLOCUTORA @PERFIL08).

Esses trechos nos ajudam a destacar que as pessoas ocupam diferentes posições no discurso #fechaaboca, quando consideramos a função enunciativa luta contra si. Nesse sentido, as posições discursivas envolvem pessoas em dieta (aqueles em regimes de controle, cuidado, abstinência de alimentos/bebidas, sobretudo os que gostam, mas e que, segundo suas avaliações, não contribuem, são lixos), pessoas descontentes com questões/dimensões corporais (como a presença da celulite nas costas e a gordura corporal na rainha do carnaval, outrora magra) e as pessoas que resolvem ou equalizam a ansiedade através da comida ou das próprias postagens no sentido de comunicar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dessas análises concluímos que o efeito de verdade do discurso #fechaaboca passa pela dramatização da batalha contra si, como estratégia de saber-poder em rede, que coloca como norma o não só o disciplinamento e do esquadramento, mas também o sofrimento individual na conquista do corpo magro. Exercer essa prática discursiva e enunciativa específica no *Instagram*, significa ocupar determinadas posições necessárias àqueles/as que postam/falam, para que possam ser, efetivamente, sujeitos desse enunciado.

Esse fenômeno discursivo diz sobre estratégias de governamentalidade numa sociedade de controle, refletido no sentido de “suar a camisa e fechar a boca para manter a forma” (VIEIRA e BOSI, 2013; p.849) e encontrando relações com os estudos realizados por Jacob (2014), Silva e Tavares (2020), Moreira (2020), Leitzke e Rigo (2020), que também

estudaram discursos sobre corpo na rede social digital *Instagram*. O que nos diferenciamos desses estudos é o enfoque na batalha contra si.

THE #CLOSEYOURMOUTH DISCOURSE ON INSTAGRAM: THE BATTLE AGAINST YOU FOR THE SLIM BODY

We analyzed the conditions of existence and circulation possibilities of #closeyourmouth discourse in the Instagram social network. We carried out an exercise of analyzing speeches of information from profiles and conversations with 11 interlocutors who used the hashtag. We conclude that the truth effect of this discourse involves the dramatization of the battle against itself, as a strategy of knowledge-power in a network, which sets individual suffering as the norm in the conquest of a thin body.

KEYWORDS: *Discourse; Social network; Body.*

EL DISCURSO #CIERRALABOCA EN INSTAGRAM: LA BATALLA CONTRA USTED POR EL CUERPO DELGADO

Analizamos las condiciones de existencia y posibilidades de circulación del discurso #cierralaboca en la red social Instagram. Realizamos un ejercicio de análisis de discursos de información de perfiles y conversaciones con 11 interlocutores que utilizaron el hashtag. Concluimos que el efecto de verdad de este discurso pasa por la dramatización de la batalla contra sí mismo, como estrategia de conocimiento-poder en red, que sitúa el sufrimiento individual como norma en la conquista de un cuerpo delgado.

PALABRAS CLAVES: *Discurso; Red social; Cuerpo.*

REFERÊNCIAS

FOUCAULT, M. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.

JACOB, H. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. *Communicare*, v.14, n. 1, p. 88-105, 2014.

LEITZKE, A.T.S.; RIGO, L.C. Sociedade de controle e redes sociais na internet: #saúde e #corpo no *instagram*. *Movimento*, v. 26, e26062, jan./dez. 2020.

MOREIRA, M.D. A construção da imagem corporal nas redes sociais: padrões de beleza e discursos de influenciadores digitais. *Percursos Linguísticos*, v.10, n.25, 2020.

RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.



CONBRACE
CONICE 2021
DE 12/09 A 17/12

Educação Física e
Ciências do Esporte
no tempo presente:

Defender Vidas,
Afirmar as Ciências

SANTOS, L.A. *O corpo, o comer e a comida: um estudo sobre as práticas corporais alimentares a partir da cidade de Salvador/BA*. Salvador: EDUFBA, 2008.

SILVA, D.C.P.; TAVARES, L.H.M.C. Os discursos de ódio contra o corpo gordo feminino no *instagram*: dos estereótipos às resistências. *Percursos Linguísticos*, v.10, n.25, 2020.

VIEIRA, C.A.L.; BOSI, M.L.M. Corpos em confecção: considerações sobre os dispositivos científicos e midiáticos em revistas de beleza feminina. *Physis Revista de Saúde Coletiva*, v.23, n.3, p.843-861, 2013.

