




## **ATIVISMO ONLINE: RECEPÇÃO DE VÍDEOS DA TAG "TOUR PELO MEU CORPO" NO YOUTUBE**

## **DIGITAL ACTIVISM: RECEPTION FROM YOUTUBE "TOUR PELO MEU CORPO" VIDEOS**

## **ACTIVISMO DIGITAL: RECEPCIÓN DE LOS VÍDEOS DE YOUTUBE "TOUR PELO MEU CORPO"**

Lara Lima Satler<sup>1</sup>

Beatriz de Almeida Prado<sup>2</sup>

 10.21665/2318-3888.v9n18p74-108

### **RESUMO**

A cultura digital vem se mostrando uma alternativa viável e mais acessível para muitas mulheres, jovens e adolescentes, se comunicarem e se organizarem coletivamente a partir do tema corpo. Páginas e grupos que trazem relatos de experiências e questionamentos em redes sociais como o YouTube, Facebook e o Instagram vem aumentando em número e importância, facilitando a troca de conhecimento, a partilha de vivências e a ajuda mútua entre mulheres em um ambiente que é caracterizado principalmente pela possibilidade de interatividade. Reconhecendo que a mensagem veiculada na internet pode repercutir na vida e na autoestima de pessoas dentro e fora do ambiente digital tanto de maneira positiva como negativa, a presente pesquisa se propõe a investigar sobre a recepção das performances de *Tour Pelo Meu Corpo*, que são produzidas Luíza Junqueira e Ellora Haonne no YouTube. Objetiva-se compreender como estas se articulam à autoimagem corporal de seus públicos e de que maneira os processos de aceitação corporal podem se modificar a partir destas performances. Trata de uma pesquisa qualitativa, que utiliza-se da etnografia de mídia com Christine Hine para a produção de dados e busca categorizar os resultados obtidos a partir do modelo de codificação e decodificação de Stuart Hall. Por resultado percebe-se que, ao tornarem os vídeos da tag "tour pelo meu corpo" públicos, suas reflexões iniciam um questionamento ativista contra um único modelo de corpo magro como ideal.

**Palavras-chave:** Ativismo. Recepção. "Tour Pelo Meu Corpo".

---

<sup>1</sup> Bolsista de Produtividade de Pesquisa, CNPq. Professora nos Programas de Pós-graduação em Comunicação e Performances Culturais (PPGCom/PPGPC), Universidade Federal de Goiás (UFG). ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2509-6278>. E-mail: [satlerlara@gmail.com](mailto:satlerlara@gmail.com).

<sup>2</sup> Mestre em Performances Culturais pela Universidade Federal de Goiás com bolsa CAPES. E-mail: [biadealmeida.tkd@gmail.com](mailto:biadealmeida.tkd@gmail.com).

## ABSTRACT

Digital culture is proving to be a viable and more accessible alternative for many women, teenagers and girls to communicate and organize in community. Pages and groups that report experiences and questions on social networks such as YouTube, Facebook, and Instagram have been increasing in number and importance, facilitating the exchange of knowledge, the sharing of experiences, and mutual help among women in an environment that is characterized mainly by the possibility of interactivity. Recognizing that the message broadcasted on the Internet can have repercussions on the lives and self-esteem of people inside and outside the digital environment in both positive and negative ways, this research proposes to investigate the reception of the "Tour Pelo Meu Corpo" performances made by Luíza Junqueira and Ellora Haonne on YouTube. The question is how these are articulated to the body self-image of their audiences and how the body acceptance processes can change after these performances. The main objective of this research is to understand in what ways the experience with these performances can modify the body self-perception of the spectators and generate reflections about aesthetic standards. This is qualitative research, which uses media ethnography from Hine to collect data and seeks to categorize the results obtained from Hall's studies. As a result, it observes that making these videos public, their reflections can then become a starting point for questioning the idea of a single body as an ideal.

**Keywords:** Activism. Reception. "Tour Pelo Meu Corpo".

## RESUMEN

La cultura digital está demostrando ser una alternativa viable y más accesible para que muchas mujeres, adolescentes y niñas se comuniquen y organicen colectivamente. Las páginas y grupos que informan de experiencias y preguntas en redes sociales como YouTube, Facebook e Instagram han aumentado en número e importancia, facilitando el intercambio de conocimientos, la puesta en común de experiencias y la ayuda mutua entre mujeres en un entorno que se caracteriza principalmente por la posibilidad de interactividad. Reconociendo que el mensaje transmitido en Internet puede tener repercusiones en la vida y la autoestima de las personas dentro y fuera del entorno digital, tanto de forma positiva como negativa, esta investigación se propone investigar la recepción de las performances del Tour Pelo Meu Corpo realizadas por Luíza Junqueira y Ellora Haonne en YouTube. El objetivo principal de esta investigación es comprender de qué manera la experiencia con estas actuaciones puede modificar la autopercepción corporal de los espectadores y generar reflexiones sobre los estándares estéticos. Se trata de una investigación cualitativa, que utiliza la etnografía de los medios de comunicación para la recopilación de datos y pretende categorizar los resultados obtenidos de los estudios de Hall. Por lo tanto, es posible percibir que, al volver estos vídeos públicos sus reflejos pueden convertirse en un punto de partida para el cuestionamiento de la idea de un único cuerpo como ideal.

**Palabras clave:** Activismo. Recepción. "Tour Pelo Meu Corpo".

## Introdução

A plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube vem ganhando cada vez mais espaço no dia-a-dia da população brasileira, tendo apresentado um crescimento de 8 para 19 horas semanais de uso entre os anos de 2014 e 2018 (LOPES, 2018). Com o longo período de quarentena vivenciado durante a pandemia de COVID-19 (coronavírus), esses números tornaram-se ainda mais expressivos, com 91% das/os usuárias/os brasileiras/os passando mais tempo navegando pela plataforma e 54% dos entrevistados pretendendo usar ainda mais o serviço, segundo pesquisa encomendada pelo Google e realizada em agosto de 2020 (BATISTA, 2020). O aumento da procura levou também ao aumento da quantidade de conteúdos em vídeo que são disponibilizados e compartilhados pela plataforma, bem como a sua diversificação.

Entre as formas mais populares de publicação estão os *tours*, tipo de vídeo que consiste em filmar de maneira mais detalhada algo que seja do interesse daquela/e que se comunica e de seu público. A popularização fez com que várias categorias deste surgissem: *tour* pelo quarto, pela casa, pelo cenário, pela penteadeira, por parques, entre outros.

Encabeçada pela *youtuber*<sup>3</sup> Luíza Junqueira<sup>4</sup>, a *tag* *Tour* Pelo Meu Corpo convida o público, em especial as mulheres que participam da comunidade de seguidoras/es do seu canal, a refletir sobre seus corpos e os padrões socialmente impostos a eles, bem como repensar o respeito e o amor próprios. Segundo o dicionário de Cambridge<sup>5</sup>, *tag* é um termo de origem inglesa que significa etiqueta ou um pequeno pedaço de papel, tecido ou metal, onde se encontram informações a respeito de um item (TAG, 2020), se traduzido literalmente. Na cultura digital, especialmente no contexto do YouTube, *tag* é uma etiqueta indexadora, podendo ser usada em uma campanha ou ação que objetiva agregar

---

<sup>3</sup> *Youtuber* é quem produz e publica regularmente vídeos e outros conteúdos na plataforma YouTube. Vem sendo encarada como uma profissão, tanto pelas/os próprias/os *youtubers* quanto por marcas em busca de parcerias.

<sup>4</sup> Luíza Junqueira possui um canal no YouTube no qual discute acerca de corpo, gordofobia, feminismo e assuntos relacionados. **Canal Tá Querida**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCVEVuanoMK9tGclfWLghaKw/featured>>. Acesso em: 28.ago.2018

<sup>5</sup> “A small piece of paper or plastic with information on it that is fixed to something.” (TAG, 2020)

peessoas, iniciando um movimento no qual a/o performer segue um mesmo formato para dialogar com vídeos feitos anteriormente, por ela/e mesma/o ou outras/os criadoras/es de conteúdo.

No vídeo<sup>6</sup> que deu início à *tag* *Tour Pelo Meu Corpo*, Luíza, uma mulher branca, gorda e que já trabalha pessoalmente e em seus vídeos com questões relacionadas a corpo e feminilidades, expõe seu corpo, evidenciando características como suas estrias, o formato de seus seios e de sua barriga, comentando brevemente acerca de sua história e suas inseguranças sobre esses supostos defeitos. A partir dessa exposição ela questiona sobre o que seria um “corpo belo” e o porquê de qualquer forma corporal que destoe, mesmo que minimamente, deste padrão pré-determinado ser vítima de ódio e preconceito, tanto por parte de quem o possui quanto por quem o vê. Ela também comenta sobre como esse processo de reflexão e autoconhecimento foi relevante para o desenvolvimento de sua própria aceitação e autoestima.

Motivadas/os por este primeiro vídeo, outras/os criadoras/es de conteúdo que participam da comunidade de seguidoras/es do canal, chamado “Tá Querida”, também publicaram suas performances na plataforma, levantando diversas questões relacionadas ao corpo enquanto faziam este *tour* em vídeo por seus corpos, sempre com cunho bastante pessoal. Posteriormente, devido à grande repercussão, 28 destes vídeos foram compilados em uma *playlist*<sup>7</sup> específica da *tag* no canal referido.

Uma das publicações a apresentar maior repercussão e a auxiliar na propagação desta ação afirmativa foi da *youtuber* Ellora Haonne<sup>8</sup>, que produz o canal que leva seu nome. O vídeo<sup>9</sup> foi amplamente compartilhado em outras redes sociais, inclusive levando a criadora ao programa “Encontro com Fátima Bernardes”, na Rede Globo, exibido no dia

---

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLeNMiYLFbSJ4Er4yifyB3galTuG5ZXvu7>>. Acesso em 04.jul.2020.

<sup>7</sup> *Playlist* é um termo vindo do inglês que originalmente designa uma lista de músicas a serem tocadas em uma estação de rádio. Atualmente a palavra também é usada para indicar listas de vídeos criados pelos donos de canais em plataformas de compartilhamento, como o YouTube.

<sup>8</sup> Ellora Haonne possui um canal no YouTube no qual discute acerca de amor próprio, relacionamentos e feminismo. **Canal Ellora Haonne**. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCOAYJTn0tRL-a8d-lm8fiWA>>. Acesso em 28.ago.2018

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UaOuRxaV0kA>>. Acesso em 09. jul. 2019

04 de janeiro de 2018<sup>10</sup>. Diferente de Luiza, o corpo de Ellora está dentro do padrão socialmente estabelecido, o que a conduziu por caminhos diferentes daqueles traçados anteriormente, mas ainda com os mesmos objetivos. A fim de desconstruir aquilo que ela chama de “imagem da blogueirinha”, apresenta o contraponto entre expectativas, com fotos postadas em seu Instagram, e a realidade, demonstrada no vídeo em questão. Sem maquiagem, aumento de exposição, poses ou ângulos de câmera que mostrem o que é mais valorizado e escondem supostas imperfeições, a criadora procurou enfatizar o fato de nem mesmo a pessoa que estaria dentro de um padrão branco, curvilíneo e tonificado ser exatamente aquilo que está expondo na mídia e em redes sociais.

É interessante observar que, mesmo com abordagens diferentes, ambas apresentam questionamentos sobre os padrões de beleza atuais e seus desdobramentos na autoestima e na saúde mental daquelas/es que procuram se submeter a eles, dando especial atenção às mulheres e apresentando um conteúdo que serve simultaneamente como produto e uma forma de ativismo digital<sup>11</sup>.

O presente artigo é fruto de uma pesquisa que investigou sobre a recepção das performances de “*Tour Pelo Meu Corpo*” realizadas por Luíza Junqueira e Ellora Haonne no YouTube para compreender como estas se articulam à autoimagem corporal de seus públicos e de que maneira os processos de aceitação corporal podem se modificar a partir destas performances. O objetivo é compreender de que maneiras a experiência com as performances das youtubers pode modificar a autopercepção corporal das espectadoras/es e gerar reflexões acerca de padrões estéticos, bem como a relação estabelecida por mulheres entre autoimagem e padrão estético. Assim, no primeiro item, discutiu-se sobre formulações teóricas envolvendo a padronização corporal para, no segundo, abordar os percursos teórico-metodológicos e, no terceiro, apresentar os resultados.

---

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/6398652/>>. Acesso em 13. mar. 2020

<sup>11</sup> “As tecnologias de informação e comunicação (TICs) representam, na atualidade, alternativas ao conteúdo veiculado pelos meios de comunicação de massa tradicionais, possibilitando novas formas de ativismo através da rede, comumente denominadas ativismo digital ou ciberativismo.” (RODRIGUES; GADENZ; RUE, 2014, p. 25).

## 1. Corpo padrão: poder e disciplina

Imaginar um tipo específico de corpo como sendo “o corpo perfeito” não é exclusividade do Brasil na contemporaneidade. Naomi Wolf (1992, p. 15) coloca que “O mito da beleza tem uma história a contar. A qualidade chamada ‘beleza’ existe de forma objetiva e universal. As mulheres devem querer encarná-la e os homens devem querer possuir mulheres que a encarnem”. Ao referir-se às imagens idealizadas do corpo no Ocidente Ieda Tucherman (1999) expõe que estas:

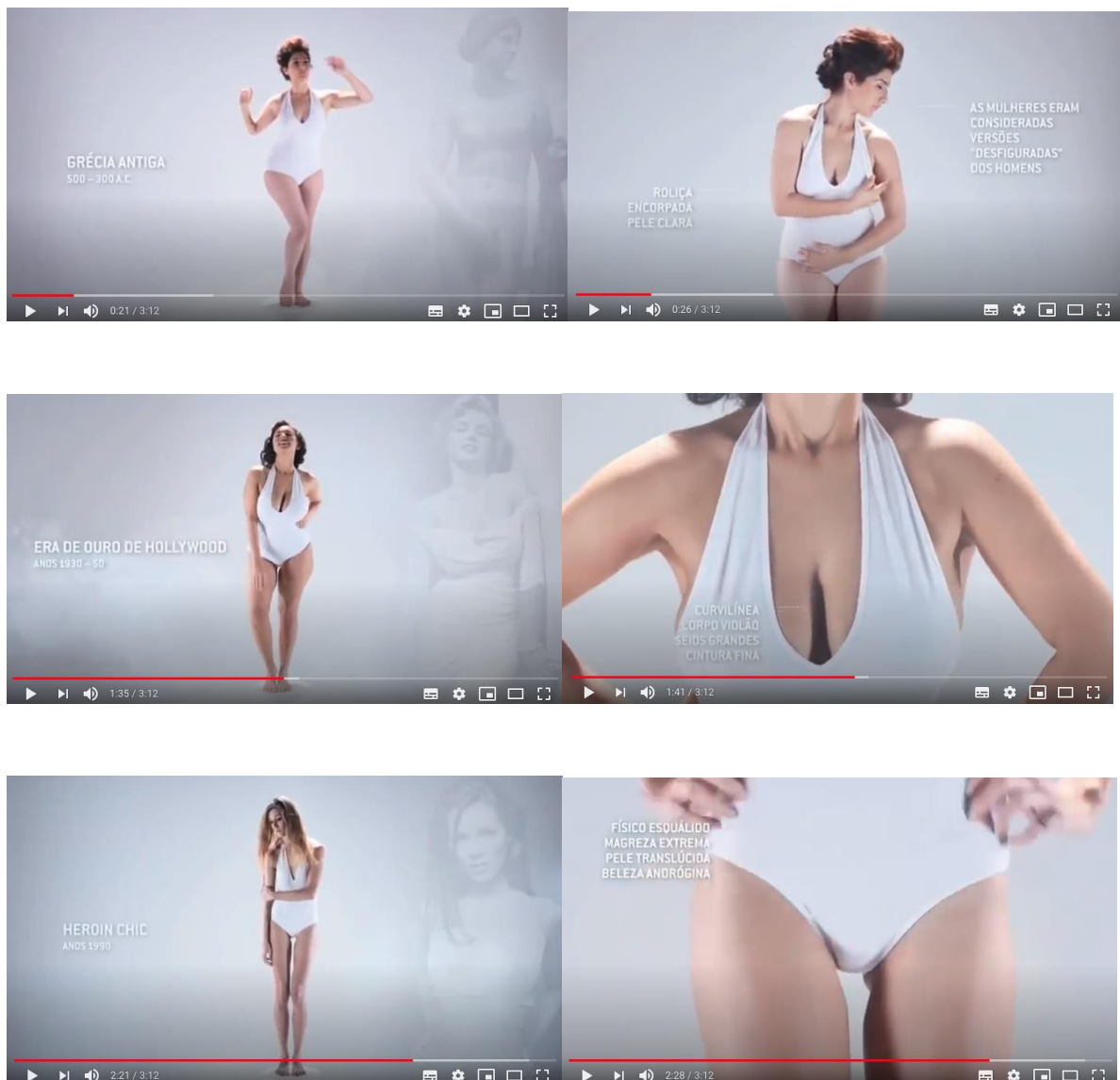
funcionaram, para as respectivas experiências culturais que as produziram, como suportes necessários e legítimos para as configurações dos princípios de totalidade, unicidade e consistência. Dizendo de outro modo, foi a partir do corpo como imagem que a noção de integridade pode ser pensada e discutida, assim como foi a partir da invenção destas imagens do corpo que têm sua própria história [...] que cada uma destas experiências pensou-se como integral e totalizada (TUCHERMAN, 1999, p. 26).

Em diálogo com a imagem de um corpo perfeito, por exemplo, nota-se que, na sociedade brasileira atual, algumas das características de como seria esse corpo feminino ideal seriam a pele lisa, branca, sem poros, marcas ou manchas, pernas perfeitamente firmes e uniformes que não se toquem, seios volumosos e duros, mas que não fiquem com os mamilos aparentes, barriga “negativa”, ou seja, voltada para dentro, e com a musculatura aparente, cabelos longos, lisos e rigorosamente alinhados. É interessante observar que tais elementos são um reflexo da cultura e da época que os criou. Como afirmado por Rose (2001 *apud* SANTAELLA, 2004, p.23), “o corpo é, ele mesmo, um fenômeno histórico”. Assim, para pensar um padrão corporal é necessário se considerar o contexto social e cultural que o originou. O vídeo<sup>12</sup> “O ideal de corpo feminino ao longo da história” publicado pelo canal na plataforma YouTube do BuzzFeed Brasil, empresa norte-americana multiplataformas de notícias que tem como característica divulgar conteúdos de entretenimento e notícias de maneira acessível, tratando com frequência de pautas feministas, ilustra algumas das mudanças no ideal de beleza feminina, mostrando a partir de modelos (vide mosaico de figuras a seguir) tais modificações conforme avançam os

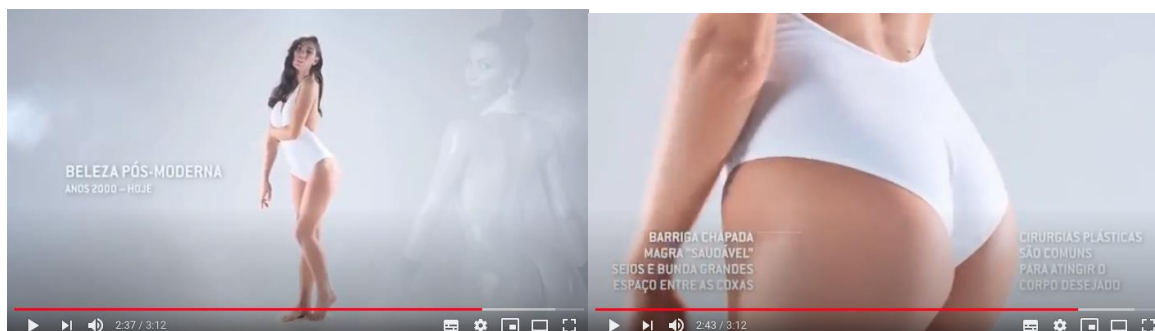
<sup>12</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Oiccaa4WenM>>. Acesso em 27.jun.2020.

anos, variando também com relação ao lugar de referência, apesar de focar-se principalmente no modelo ocidental estadunidense-europeu<sup>13</sup>, o qual, atualmente, é construído a partir de procedimentos estéticos diversos, truques de maquiagem e outros modificadores de aparência.

**Figura 1:** Mosaico de imagens do vídeo “O ideal de corpo feminino ao longo da história”



<sup>13</sup> Por consequência, refere-se também ao arquétipo brasileiro, uma vez que esse vem há muito importando seus valores estéticos dessa fonte.



**Fonte:** Canal BuzzFeed Brasil/ YouTube. Montagem: autoria da pesquisa

Tucherman (1999) apresenta um panorama com algumas das principais influências para esse imaginário coletivo sobre o corpo, no Brasil. E a primeira delas a ser colocada é a grega. A busca por esse corpo perfeito não era apenas uma questão estética, mas de poder e controle. Assim como a mente e a moral humana deveriam ser moldadas, através de estudos e debates, os corpos também o seriam, por meio de exercícios e meditações, para então serem expostos perante todos.

O corpo exposto é objeto de admiração; eram os bárbaros que cobriam a genitália nos jogos públicos pois, para o habitante de Atenas, havia uma equivalência entre a liberdade de exhibir-se, o que se dava mais intensamente nos ginásios onde o corpo era adestrado; e a de exprimir-se, sendo o debate o exercício de adestramento do espírito e seu topo de manifestação na Ágora. O próprio ginásio era esta afirmação de que o corpo pertencia a uma unidade, a Pólis, onde ele podia, a partir de uma exibição pública e de constante treinamento, ser modelado de modo artístico. Por isto as figuras humanas do Parthenon são todas jovens, exibindo corpos perfeitos e nus, com expressões serenas, contrastando, por exemplo, com o Zeus de Olímpia, esculpido poucos anos antes, mais individualizado e mostrando sinais da idade e do medo. Os deuses estão prontos; os homens estão se fazendo (TUCHERMAN, 1999, p. 27).

Diferentemente da visão autocentrada da cultura contemporânea, a partir da influência grega, “ser belo significava ser temperante e ser capaz de agir com autonomia, sem ser governado pelo outro e sem submissão aos próprios instintos e paixões” (RAGO, 2013, p. 44-45). Uma vez que as cidades seriam organizadas a partir do corpo que o cidadão da pólis deveria manter, o qual é ilustrado claramente pelas dezenas de esculturas que decoravam a República, moldar-se era uma questão pedagógica e política.

Avançando-se no tempo, a questão do corpo apresenta-se também na sociedade romana/cristã, não no intuito de exibi-lo e enaltecer sua potência, mas como a morada pecaminosa dos filhos de Deus, devendo-se então aprimorar o espírito a partir da dor do corpo. Roberto Machado (1979) expõe que, em sociedades nas quais se prioriza a disciplina, técnicas de dominação são exercidas essencialmente no corpo, que corresponde ao que há de mais concreto na realidade dos indivíduos, e a partir deste penetra na sua vida cotidiana.

Nestes novos tempos, que inauguram a “civilização da culpa”, o advento do cristianismo conferiu à dor do corpo um valor espiritual. A lição divulgada era a da morte de Cristo e suas torturas e, portanto, lidar bem com a dor do corpo é mais importante do que saber lidar com os prazeres, para estes novos corpos cristãos (TUCHERMAN, 1999, p. 33).

Uma vez que o próprio Cristo passou por renúncias e torturas quando em um corpo, o flagelo da carne aproxima o humano do divino, as privações tornam-se um símbolo de fé e o sofrimento passa a ser exaltado por proporcionar não somente experiências transformadoras, mas necessárias para a superação da fraqueza da matéria pecadora e ascensão do espírito.

O paradoxo que se percebe nesse padrão de concepção corporal é que esse mesmo corpo desprezado por ser impuro, é também aquele no qual os sinais de seu Deus irão se mostrar, seja por seus processos de purificação ou pelos estigmas<sup>14</sup> que se apresentam como um símbolo de santidade do indivíduo. Esta relação pode ser exemplificada nos casos de mulheres que se utilizavam de longos jejuns como formas de penitência e de se aproximar de Deus, algumas delas tendo sido posteriormente canonizadas pela Igreja Católica.

Eram mulheres que se utilizavam do jejum autoimposto como um dos meios de se assemelharem na terra ao Cristo Crucificado. Com essas práticas, sentiam-se mais puras e mais aptas a se aproximarem de Deus. [...] Além dos jejuns mais intensos, a vida dessas mulheres foi marcada por práticas características, tais como duras penitências, restrições das horas de sono, intensos trabalhos, muito tempo dedicado à oração e

---

<sup>14</sup> Dentro da tradição cristã, entende-se por estigmas as marcas físicas que teriam origem espiritual e se relacionam com as chagas de Jesus Cristo

auxílio aos pobres e aos doentes. Além disso, possuíam uma personalidade cujos atributos foram destacados como aspectos presentes nos casos de anorexia da contemporaneidade, como, por exemplo, o perfeccionismo, a autossuficiência, a rigidez no comportamento e a insatisfação consigo (ALMEIDA; NEVES, 2012, p. 349).

Ocupando simultaneamente o lugar do pecado e daquilo que irá ascender após o juízo final, o corpo cristão é um campo fértil de ambiguidades enquanto não-lugar: o corpo deve ser punido e preservado, pois é simultaneamente profano e sagrado. O padrão estético ideal para o corpo feminino cristão pode ser facilmente percebido nas figuras de santas, que se apresentam sempre em posição de fragilidade e subserviência, mas também magreza, uma vez que o corpo gordo denota o prazer da mesa farta e o profano da gula. Este corpo não é exemplo a ser seguido, pois não se puniu o suficiente para adestrar-se.

Não é difícil perceber que aquilo que é considerado padrão estético no Brasil ainda se mostra próximo dos modelos apresentados, sendo incessantemente repetidos nos meios tradicionais de comunicação. Por exemplo, a partir da figura das santas, como a Virgem Maria: o corpo feminino deve ser puro, imaculado, limpo, branco e magro, mas também resiliente às tentações carnis e resignado diante das dores e injustiças que se apresentarem.

Se belo para o corpo feminino no contexto cultural brasileiro se ancora na imagem da Virgem Maria e na sua pureza, é preciso compreender que não apenas nela. O padrão estético eurocêntrico, difundido pelas imagens do cinema, da televisão e da mídia em geral também se faz presente e influencia diversos aspectos de tal construção social. Então,

Enquanto os estudos sobre a subjetividade esforçam-se por denunciar os vultos fantasmagóricos que se escondem por trás do axioma das crenças, as mídias fazem pesar a balança para o lado das ilusões. Quem ganha a batalha no coração dos incautos? Certamente, as mídias, pois as imagens, que elas incessantemente passam, dão robustez ao imaginário que alimenta as miragens do ego (SANTAELLA, 2004, p. 125).

Soma-se ainda, no caso específico da mulher brasileira, a construção de uma representação de um símbolo de pecado e devassidão, como exposto por Figueiredo (2017),

Movida por meu interesse pessoal, venho realizando, há quase 10 anos, uma pesquisa sobre a representação da mulher brasileira nos meios de comunicação digital, que vem sendo aprofundado através de alguns trabalhos acadêmicos. Considero esse meu trabalho anterior como sendo indissociável do atual. [...] Uma busca no Google para o termo “mulher brasileira” produz um resultado de imagens que fala por si mesmo. O resultado sofre pequenas alterações quando se digita “Brazilian woman” ou “femme brésilienne”, por exemplo; fotos diferentes, porém no estilo de retratar a mulher, absolutamente semelhantes. Desde de 2014 venho registrando a busca e analisando as mudanças que o algoritmo provoca no resultado, mas o retorno tem sido semelhante: as primeiras quarenta imagens são majoritariamente mulheres nuas, seminuas, ou em poses erotizadas, como que saída do estereótipo folclórico da moura encantada: a mulher morena, sedutora, que encara a lente com ar convidativo e lascivo, seja a ideia de lascívia construída no inconsciente patriarcal qual for. A identidade da mulher brasileira foi forjada no contraponto entre a visão etnocêntrica do europeu colonizador, a nudez sem pecado da mulher nativa e a afetividade resiliente da escrava africana, sexualmente disponível apenas por obrigação ou necessidade de sobrevivência. Prova disso é que a mesma busca para mulheres de outras nacionalidades não produz, nem de longe, os mesmos resultados (FIGUEIREDO, 2017, p. 30, sic.).

E, ainda que tanto os conceitos de indivíduo como de subjetividade estejam sendo repensados por filósofas/os e outras/os estudiosas/os, é inegável a opressão das imagens de uma estética padrão na manutenção do papel central do corpo e no reforço de sua importância para o estabelecimento do eu.

Não parece haver outro caminho para a grande maioria dos seres humanos senão se reconhecer, se relacionar consigo mesmos e com suas vidas de acordo com os discursos, as imagens das mídias e os pressupostos em que se sustentam. Ora, nas mídias, aquilo que dá suporte às ilusões do eu são, sobretudo, as imagens do corpo, o corpo reificado, fetichizado, modelizado como ideal a ser atingido em consonância com o cumprimento da promessa de uma felicidade sem máculas (SANTAELLA, 2004, p. 125-126).

Retomando o exposto sobre a sociedade grega tradicional, moldar o corpo de acordo com o padrão que é exaustivamente exposto e compelido de forma indistinta aos indivíduos segue sendo uma questão pedagógica e política, um exercício que serve duplamente para tornar o corpo tanto útil quanto adestrável. Machado (1979) coloca que o alvo do poder é o corpo, para adestrá-lo, controlar o homem em suas ações, aproveitar o máximo de suas potencialidades e aperfeiçoar suas capacidades, melhorando sua aptidão para o trabalho e sua utilidade econômica enquanto também o torna politicamente dócil.

Não se explica inteiramente o poder quando se procura caracterizá-lo por sua função repressiva. O que lhe interessa basicamente não é expulsar os homens da sua vida social, impedir o exercício de suas atividades, e sim gerir a vida dos homens, controlá-los em suas ações para que seja possível e viável utilizá-los ao máximo, aproveitando suas potencialidades e utilizando um sistema de aperfeiçoamento gradual e contínuo de suas capacidades. Objetivo ao mesmo tempo econômico e político: aumento do efeito de seu trabalho, isto é, tornar os homens força de trabalho dando-lhes uma utilidade econômica máxima; diminuição de sua capacidade de revolta, de resistência, de luta, de insurreição contra as ordens do poder, neutralização dos efeitos de contra-poder, isto é, tornar os homens dóceis politicamente. Portanto, aumentar a força econômica e diminuir a força política (MACHADO, 1979, p. 16).

Em uma sociedade patriarcal se mostra vantajoso que corpos femininos sejam dóceis, e um padrão estético rígido serve a tal propósito. Enquanto algumas formas de repressão vão sendo desconstruídas e perdendo a força que tinham no passado, outras ganham novas cores e se tornam amarras tão ou mais castradoras que as anteriores. Wolf (1992) pontua que a beleza seria o último dos mitos femininos a assumir a função de coerção social, uma vez que mitos da maternidade, domesticidade, castidade e passividade não conseguiriam mais se concretizar. Ainda que não concorde totalmente com tal afirmação<sup>15</sup>, é inegável que manter um padrão de beleza - que é inalcançável a maioria das mulheres - desempenha de maneira efetiva o papel de algoz na manutenção da docilidade do corpo feminino e do predomínio masculino sobre ele.

A "beleza" é um sistema monetário semelhante ao padrão ouro. Como qualquer sistema, ele é determinado pela política e, na era moderna no mundo ocidental, consiste no último e melhor conjunto de crenças a manter intacto o domínio masculino. Ao atribuir valor às mulheres numa hierarquia vertical, de acordo com um padrão físico imposto culturalmente, ele expressa relações de poder segundo as quais as mulheres precisam competir de forma antinatural por recursos dos quais os homens se apropriaram (WOLF, 1992, p. 15).

---

<sup>15</sup> Naomi Wolf (1992) aponta que o mito da beleza seria a última barreira a ser superada para a libertação total das mulheres. Nesse sentido, não concordo com a autora, pois considero que: 1) os mitos femininos que ela coloca como superados (maternidade, domesticidade, castidade e passividade) não parecem ter sido completamente extintos para grande parte das mulheres, especialmente para as não-brancas; 2) ainda existem outras questões a serem problematizadas antes de podermos considerar que essa libertação está concretizada, como o mito da mulher multitarefa, entre outros.

Entretanto, ainda que seja um sistema opressor em diversos aspectos, este não se sustentaria se utilizasse exclusivamente métodos repressivos para exercer seu poder. Foucault (1979) expõe a esse respeito que,

Se o poder fosse somente repressivo, se não fizesse outra coisa a não ser dizer não, você acredita que seria obedecido? O que faz com que o poder se mantenha e que seja aceito é simplesmente que ele não pesa só como uma força que diz não, mas que de fato ele permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso. Deve-se considerá-lo como uma rede produtiva que atravessa todo o corpo social muito mais do que uma instância negativa que tem por função reprimir (FOUCAULT, 1979, p. 8).

Em relação à estética corporal, esse ponto complexifica a relação que se estabelece entre a mulher e o padrão imposto, pois essa passa a ser não apenas uma norma a ser seguida, mas um objeto de desejo. Buscando o corpo perfeito, que foi amplamente exibido, estampado e glorificado nas imagens às quais essa mulher foi exposta ao longo da vida, e percebendo sua incapacidade de alcançá-lo independente do quanto se esforce para tal, desperta-se nela uma hostilidade com relação ao próprio corpo, que seria “errado” por não conseguir adequar-se.

Tendo postas as imagens do ideal, é fundamental que se tenha em mente que estas são construídas a partir da contraposição àquilo que destoa delas. Se a ordem se estabelece através dos corpos e de seu ajustamento à ordem vigente, os que estão fora do padrão representam a desordem e a insubordinação, devendo ser motivo de vergonha e, por isso, fortemente reprimidos: técnicas de maquiagem para alterar feições, cremes “anti-idade” para evitar sinais de envelhecimento, cintas modeladoras para evidenciar cinturas cada vez mais finas, cirurgias plásticas para “consertar” o que não pode ser mudado de outras formas.

Nas sociedades em geral, o corpo feminino ou que se aproxima da feminilidade é por si só considerado fora do padrão. Ao retomar a reflexão sobre o ideal grego, por exemplo, a concepção de corpo em momento algum se aproxima ao das mulheres: uma vez que o

corpo perfeito era o do cidadão grego<sup>16</sup> e tal título era vetado às mulheres, a possibilidade de perfeição cabia apenas aos homens, sendo a mulher considerada uma deformação do corpo masculino.

Já na sociedade cristã, ao longo da história não faltam exemplos de opressão aos símbolos femininos, desde Eva, a mulher criada a partir de um pedaço do corpo de Adão e responsável pela expulsão de ambos do Paraíso, passando pela Idade Média, com a perseguição e queima das que eram consideradas bruxas, e reverberando até os dias atuais, uma vez que “antes da invenção de tecnologias de produção em massa [...] uma mulher comum era exposta a poucas imagens dessa natureza fora da igreja” (WOLF, 1992, p. 17).

Butler (2018) argumenta com mais clareza sobre o tema ao comentar sobre os estudos de Luce Irigaray.

Em seu ponto de vista, tanto o Outro como o Mesmo são marcados como masculinos; o Outro é apenas uma elaboração negativa do sujeito masculino, com o resultado de que o sexo feminino é irrepresentável — ou seja, é o sexo que, nessa economia significante, não o é. Mas não o é também no sentido de que escapa à significação unívoca característica do Simbólico, e de que não é uma identidade substantiva, mas sempre e somente uma relação indeterminada de diferença na economia que o representa como ausente (BUTLER, 2018, p. 152, tradução nossa).

Sobre o caso da mulher brasileira, Figueiredo (2017) reafirma a ideia de uma mulher que se forma a partir do olhar masculino, que deveria desejar atrair, relatando sua própria experiência como imigrante e como atriz,

Como uma mulher brasileira que viajou e residiu em diversos países em dois continentes, investiguei intuitivamente as formas como fui sendo percebida pela diversidade de “culturas” que conheci, desde quando imigrei pela primeira vez para os EUA, aos 22 anos de idade. A despeito do meu instinto de antropólogo autodidata, esta ferramenta investigativa, parte integrante do conjunto de habilidades próprios a uma atriz, me foi necessária para a sobrevivência na construção de relações sociais e

---

<sup>16</sup> Em Atenas, por exemplo, os cidadãos eram apenas os homens, filhos de pais e mães atenienses, com mais de 18 anos. As mulheres, os escravos e os estrangeiros não eram considerados cidadãos e não poderiam participar da vida política da cidade.

interpessoais. Com o tempo, porém, transformou--se em total consternação. Passei a notar um padrão de uniformidade inquietante no tipo de comentário que ouvia ao me apresentar como sendo “do Brasil”. “Brazilian? Uh... Samba! Carnaval!” são, como bem se pode imaginar, os mais tradicionalmente ouvidos, e vêm carregados da incontornável carga imagética de corpos negros nus e suados dançando freneticamente ao som de tambores. Os olhos do interlocutor transformam-se em projetores de cinema, e o filme dessa imagem se projeta em meu próprio corpo. E no frame seguinte, quem está ali nua diante dele sou eu, pronta a sair rebolando e atestar minha nacionalidade, para o deleite de quem me observa (FIGUEIREDO, 2017, p.29).

E, se o “ser mulher” existe somente em função do homem, performar feminilidade é “naturalmente” parte de um ritual de sedução e o corpo feminino um campo de censuras. A concepção de “ser mulher” é problemática, pois não existe uma mulher, já que as mulheres são plurais. E também performar a feminilidade não é natural, pois a performance requer um comportamento restaurado como afirma Schechner (2006), ou seja, é aprendido culturalmente, repetindo-se um gesto que foi aprendido a partir da observação e modificando-o aos poucos para moldá-lo à sua maneira.

Numa sociedade falocentrada e heteronormativa, quanto mais distante do masculino o corpo se apresenta, maiores serão as sanções que irá sofrer. Reforça-se assim a noção de Outro e de um desejo pela atenção do Mesmo, e o poder de definir certo e errado não está nas mãos do desejante. É o olhar masculino que irá designar o que é ou não considerado bonito em uma mulher e a orientação do seu desejo que estabelece o molde de beleza que será reproduzido pelas próprias mulheres. Mas é importante que se lembre que, apesar de o alvo principal das ações ser o corpo, as qualidades desejáveis para este são reflexos do comportamento que se espera da mulher,

As qualidades que um determinado período considera belas nas mulheres são apenas símbolos do comportamento feminino que aquele período julga ser desejável. *O mito da beleza na realidade sempre determina o comportamento, não a aparência.* A juventude e (até recentemente) a virgindade foram “bonitas” nas mulheres por representarem a ignorância sexual e a falta de experiência. O envelhecimento na mulher é “feio” porque as mulheres adquirem poder com o passar do tempo e porque os elos entre as gerações de mulheres devem sempre ser rompidos. As mulheres mais velhas temem as jovens, as jovens temem as velhas, e o mito da beleza mutila o curso da vida de todas. E o que é mais instigante, a nossa identidade deve ter como base a nossa “beleza”, de tal forma que permaneçamos vulneráveis à aprovação

externa, trazendo nosso amor-próprio, esse órgão sensível e vital, exposto a todos (WOLF, 1992, p. 17, grifo da autora).

Dessa maneira, se o corpo da mulher já sofre reprimendas por ser o Outro, a mulher gorda é ainda mais reprovada, pois representa tanto a insubordinação do que destoa quanto a ausência do falo. O corpo da mulher gorda seria a representação externa e visual das falhas em seu caráter, uma demonstração de sua preguiça, indisciplina e incompetência, o que justificaria as restrições impostas a ela.

No ambiente de trabalho, esse corpo será visto como pertencente à empregada que não passa uma “imagem profissional”<sup>17</sup>, dificultando assim a sua ascensão dentro da empresa; para que possa acessar determinados espaços coletivos, como cinemas e aviões, o corpo gordo deverá desembolsar um montante maior de dinheiro, quando existir essa possibilidade; na mídia massiva, a pessoa gorda será mostrada como sinônimo de um estilo de vida prejudicial à saúde, em personagens como Homer Simpson da animação Os Simpsons (1989-atualmente) e Dona Redonda da novela Saramandaia (1976), como alvo de zombaria, por exemplo no caso do filme “O Amor é Cego” (no original: “*Shallow Hal*”/ 2001) e Edileuza da série brasileira “Sai de Baixo” (1996-2002), ou mesmo carregando o estereótipo do “gordinho engraçado”, eternizado por Oliver Hardy na famosa dupla de comediantes “O Gordo e o Magro” (no original: “*Laurel and Hardy*”) e, no âmbito nacional, por Jô Soares.

Punições devido às más escolhas feitas por esse indivíduo, mas que são facilmente contornáveis se houver boa vontade e esforço para aceitar os sacrifícios que deverá fazer. Entretanto, o aumento da exposição a imagens que subvertem essa lógica, apresentando corpos que destoam do padrão e representando-os de maneira positiva, é o primeiro passo de um caminho que pode conduzir à auto aceitação corporal de mulheres.

---

<sup>17</sup> [https://istoe.com.br/123968\\_0+PESO+DO+PRECONCEITO/](https://istoe.com.br/123968_0+PESO+DO+PRECONCEITO/)

## 2. Percursos teórico-metodológicos

A presente pesquisa utiliza como abordagem metodológica a pesquisa bibliográfica e documental e para a produção de dados a etnografia de mídia. Assim como descrito por Stumpf (2005), entendemos que:

[...] a revisão de literatura acompanha o trabalho acadêmico desde a sua concepção até a conclusão. Da identificação do problema e objetivos do estudo, passando por sua fundamentação teórica e conceitual, pela escolha da metodologia e da análise de dados, a consulta à literatura pertinente se faz necessária (STUMPF, 2005, p. 54).

Portanto, ao longo de todo o processo de pesquisa se realizará a revisão sistemática da literatura existente a respeito dos temas pertinentes ao estudo. Para fins deste trabalho, entende-se que a pesquisa bibliográfica,

Num sentido restrito, é um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico (STUMPF, 2005, p. 51).

Visa-se, dessa maneira, a identificação, seleção e obtenção de conhecimento acerca das publicações acadêmicas que convergem para os interesses dessa pesquisa. Numa primeira busca<sup>18</sup> pela plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube utilizou-se a expressão *tour pelo meu corpo* como palavra-chave, uma vez que se trata de uma *tag* específica que leva esse nome. No filtro disponibilizado pela plataforma foi escolhida inicialmente a classificação por relevância, permitindo vídeos com quaisquer características quanto à duração, tipo ou data de envio do vídeo, usando sempre de abas anônimas, a fim de se evitar o viés nas pesquisas com base em buscas anteriores.

Tendo em vista esta predominância de produtoras e consumidoras, bem como a crescente onda de questionamentos femininos acerca de corpo e padrão de beleza, buscou-se em

---

<sup>18</sup> Dados referentes a busca no dia 14/08/19.

seguida os termos *tour* pelo meu corpo e mulher, inicialmente sem o uso de aspas. O primeiro resultado se trata de uma compilação de 19 vídeos com conteúdo de teor afirmativo, porém com menos visualizações e repercussão.

Utilizando as mesmas palavras-chave no buscador do Google foram encontrados aproximadamente 5 milhões de resultados totais, sendo cerca de 107 mil destes em vídeo, para a primeira busca (*tour* pelo meu corpo) sem a utilização de aspas. Ao se adicionarem as aspas, a busca apresentou aproximadamente 42500 resultados, sendo cerca de 18900 em vídeo. Na busca pelos termos “*tour* pelo meu corpo” (com aspas) e mulher (sem aspas) associadamente, reduziram-se para aproximadamente 14000 resultados, sendo cerca de 6710 em vídeos.

No entanto, vale ressaltar que em todas as pesquisas realizadas os primeiros resultados a aparecerem eram os mesmos em ambas as plataformas de busca, demonstrando a grande procura e relevância dos conteúdos em questão.

Entre os primeiros registros pode-se perceber a predominância de mulheres brancas com corpos magros, na busca de afirmar que mesmo a mulher que se encontra dentro do padrão de beleza vigente não é perfeita. Ao alterar a classificação do filtro para contagem de visualizações, alguns vídeos se mantiveram nas posições mais altas, porém a mudança foi notável. Aparecem em posições de destaque alguns vídeos de corpos no período pós-gravidez e mulheres gordas. Um pequeno aumento na quantidade de vídeos com homens foi registrado, estes porém estão, em sua maioria, reagindo a vídeos feitos por mulheres.

Dessa maneira, sob o critério de número de visualizações e alcance que as produções referidas obtiveram, foram escolhidos os vídeos das *youtubers* Ellora Haonne e Luiza Junqueira, com respectivamente 4,4 milhões e 2,4 milhões de visualizações<sup>19</sup>, sendo esta última a criadora da *tag*. Tendo em vista que o cerne deste trabalho é a recepção e

---

<sup>19</sup> No dia 14/08/19.

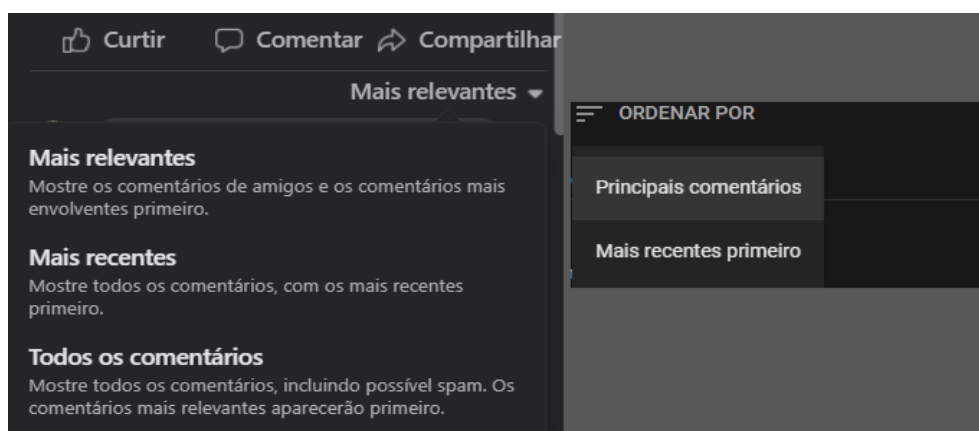
assimilação dos conteúdos por parte do público, a pesquisa etnográfica no contexto da cultural digital se mostrou como a mais adequada:

As tecnologias digitais se tornam cada vez mais uma parte intrínseca das vidas cotidianas em vez de uma esfera separada de existência social. Todas essas mudanças motivam os estudos etnográficos: nós precisamos saber em detalhes que tipos de mudanças estão ocorrendo nas instituições e organizações, no engajamento das pessoas com a mídia nesta era digital, e quais efeitos em termos de nossas culturas e nossas comunidades, quer seja *on-line*, *off-line* ou, como é o caso mais frequente, complexos híbridos do *on-line* com o *off-line* (HINE, 2016, p. 12, grifos da autora).

Como proposto por Hine (2016), o que se pretende aqui não se resume ao conteúdo publicado, mas nos desdobramentos que este pode apresentar para o público que o consome, “a fim de considerar as conexões *on-line/off-line* e a circulação de conteúdos de formas imprevisíveis” (HINE, 2016, p. 15, grifo da autora).

Dessa maneira, foram selecionados comentários referentes a dois vídeos vinculados à *tag* *Tour Pelo Meu Corpo*. Tendo as plataformas YouTube e Facebook a disponibilidade de duas categorias para ordenação de comentários, “Principais Comentários” e “Mais Recentes” (Figura 5), foram escolhidos para análise 10 comentários de cada categoria para cada um dos vídeos, totalizando assim 40 comentários.

**Figura 2:** Ordenação de comentários no Facebook e no YouTube, respectivamente



**Fonte:** autoria da pesquisa (2021)

Buscou-se com isso obter uma visão mais ampla sobre o objeto a partir da análise dos comentários que receberam maior número de interações e também daqueles que foram deixados por usuárias/os com contatos posteriores ao lançamento dos referidos vídeos.

Apesar de ambas as publicações terem sido originalmente publicadas na plataforma YouTube, se fez necessário que a análise dos comentários do vídeo de Ellora Haonne fosse realizada na plataforma Facebook, uma vez que a *youtuber* optou por remover o conteúdo de seu canal no YouTube após envolver-se em polêmicas relativas aos seus conteúdos, tendo sido por mais de uma vez acusada de plagiar *youtubers* com menor visibilidade e pertencentes a grupos minoritários.

A fim de interpretar os dados, dialogamos com o modelo de codificação e decodificação de Stuart Hall (2003) para quem, ao termos contato com um produto comunicacional, abrem-se três caminhos possíveis para a/o receptor/a: aceitar integralmente a informação exposta, assumindo-a como uma verdade completa; rejeitar integralmente o conteúdo, entendendo que este é falso ou equivocado; ou negociar o seu aceite, percebendo que partes da informação podem lhe ser úteis mas não necessariamente concordando com todo o conteúdo integral. Em qualquer das três situações fica claro que quem assiste ao conteúdo não é um mero receptáculo de informações, inviabilizando assim a imagem de uma população de espectadoras/es passivas/os. Assim, para análise, partiu-se dos estudos de Hall (2003) para categorizar e interpretar os comentários selecionados. Isto significa dizer que três categorias principais surgiram: a de comentários que aceitam integralmente, os que rejeitam totalmente e os que negociam com o exposto pelas criadoras.

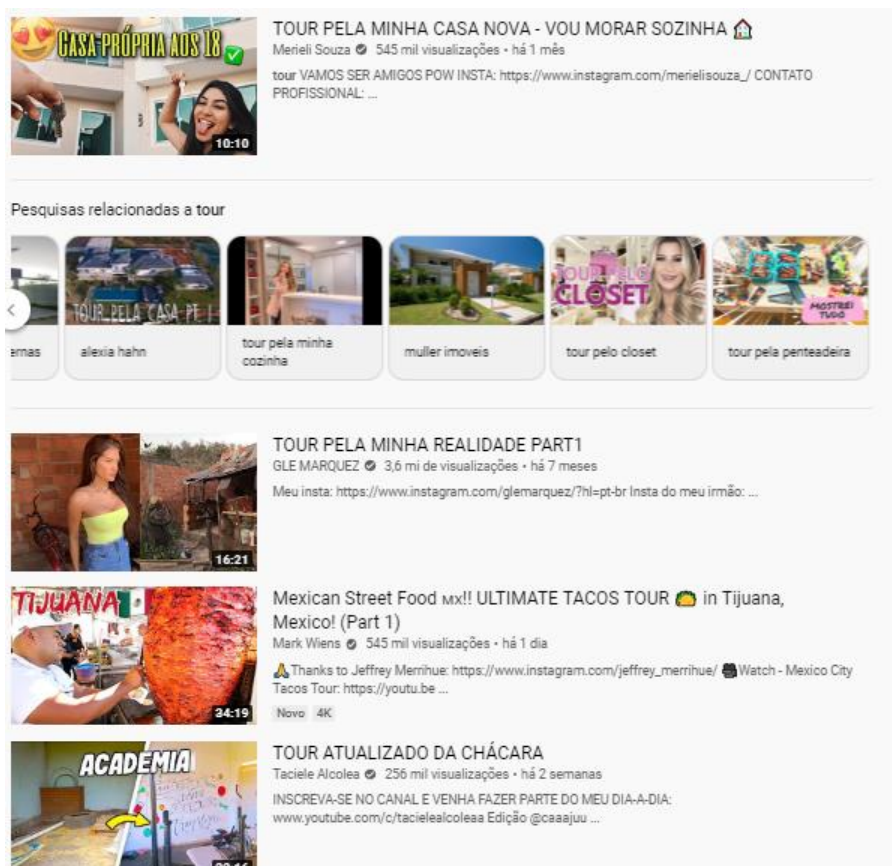
### **3. "Tour Pelo Meu Corpo": um passeio pelas diferenças na recepção**

“Oi querida! Hoje eu vim fazer um vídeo único no YouTube [...] Eu vou fazer um *tour* pelo meu corpo. Por que não?” (JUNQUEIRA, 2017, s/p). Com essa fala, a *youtuber* Luíza Junqueira abre um de seus vídeos na plataforma. Acostumada tanto a produzir vídeos em

formato de *tour* quanto a abordar questões sobre corpo e autoestima para seu canal, a proposta era unir essas duas ideias em um mesmo produto. Assim surgiu o primeiro vídeo da *tag Tour Pelo Meu Corpo*, publicado no dia 31 de outubro de 2017 no canal Tá Querida.

O formato tradicional de *tours* consiste em mostrar um lugar ou o objeto de sua atenção em detalhes, comentando os principais pontos e trazendo um pouco mais da história daquele lugar ou objeto. Posteriormente, ela explicou que sua audiência costuma gostar muito de seus vídeos de *tour*, assim como ela mesma gosta tanto de fazê-los como de assistir àqueles realizados por outras/os *youtubers*: “*Tours* em geral são um grande sucesso. Eu particularmente sou bastante fã dos *tours*, porque vendo as coisas das pessoas a gente consegue entender melhor quem ela é e a narrativa que compõe aquela pessoa” (JUNQUEIRA, 2018, s/p).

**Figura 3:** Principais resultados da pesquisa por “*tour*” no YouTube



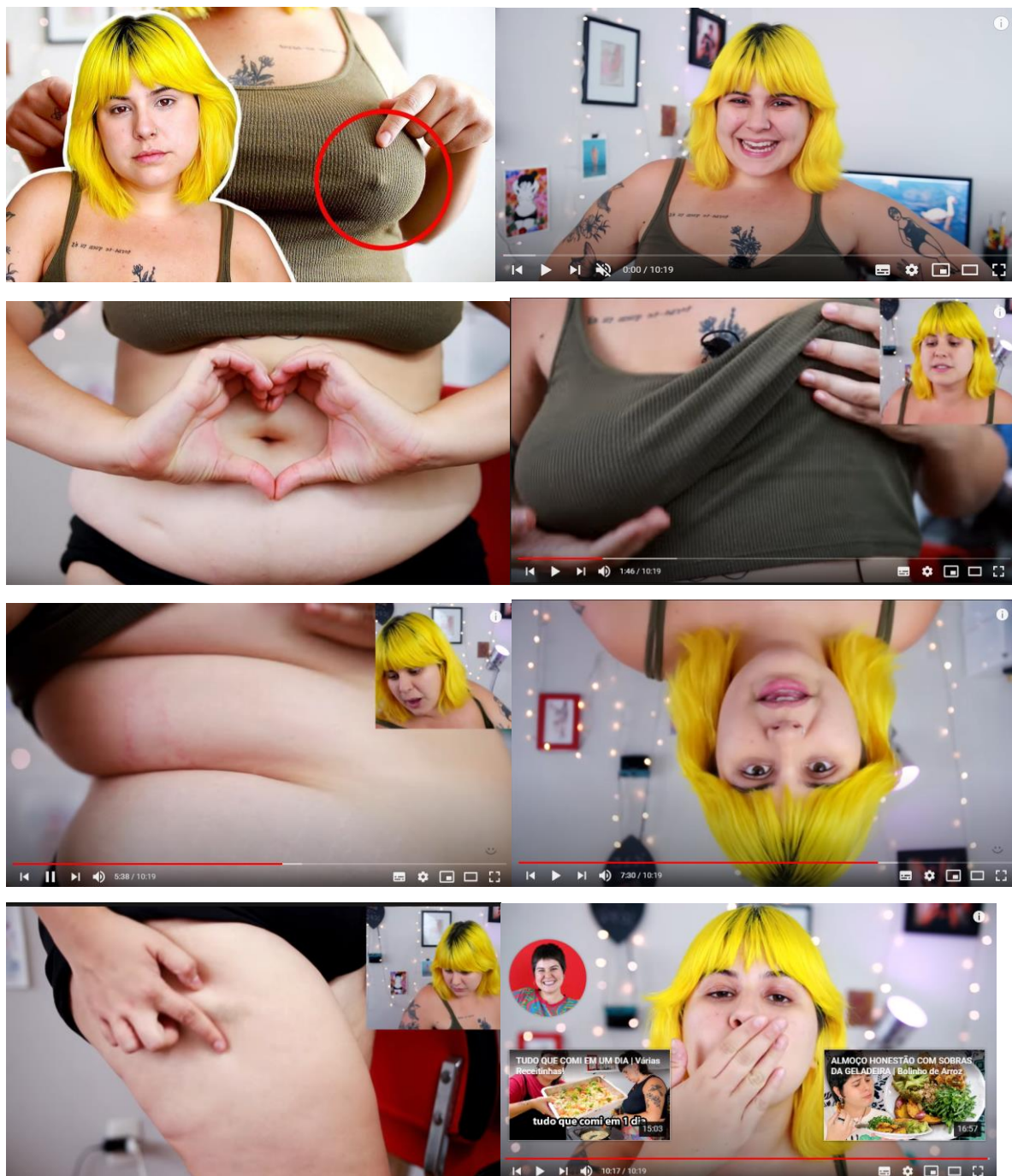
**Fonte:** Autoria da pesquisa. 2020.

Luíza então decidiu combinar dois dos conteúdos mais populares entre suas publicações, isto é, a discussão sobre aceitação corporal e vídeos de *tour*, por entender que “o bem mais importante que a gente tem de verdade é o nosso corpo” (JUNQUEIRA, 2018, s/p). Logo no início do vídeo a *youtuber* diz que frequentemente recebe mensagens de suas seguidoras afirmando que odeiam seus próprios corpos e que, por conta disso, sua intenção é que essas mulheres possam olhar para o corpo dela e passarem a ver beleza em si mesmas.

Hoje em dia que eu sou *youtuber* eu recebo muitas e muitas e muitas e muitas mensagens de mulheres, principalmente, maravilhosas e todas elas odeiam muito o próprio corpo. E eu achei que mostrando o meu corpo e o tanto que ele é bonito do jeito que ele é pudesse inspirar você a tentar olhar pro seu corpo com um pouco mais de carinho e enxergar beleza em você, sabe? (JUNQUEIRA, 2017, s/p).

Ela passa então a mostrar algumas partes de seu corpo e falar resumidamente sobre sua relação com elas. Ao mostrar seus peitos (por cima da roupa), conta que sempre quis fazer plástica para que estes se tornassem redondos, duros e com aréolas pequena e redondas; passa então a mostrar sua barriga, que além de ser volumosa apresenta uma cicatriz bastante evidente, e esclarece que não costumava se importar com tais fatores quando era criança, mas que se tornou um incômodo conforme crescia e ouvia pessoas de seu convívio tecerem comentários sobre o quanto era aquilo era feio e deveria ser corrigido cirurgicamente; ela segue mostrando algumas de suas estrias, as quais ela acha “muito fofas” e aprendeu a amar, apesar das diversas críticas que já recebeu devido a elas; por fim ela mostra suas coxas, as quais ela costumava esconder, principalmente a parte superior, por serem cheias de estrias e celulites, moles e roçarem uma na outra, diferentemente daquelas que ela via na televisão: perfeitamente uniformes, brilhantes, bronzeadas e que não se tocam ou apresentam celulites.

**Figura 4:** Mosaico de imagens do vídeo “*TOUR PELO MEU CORPO*” de Luíza Junqueira



**Fonte:** Canal Tá Querida/ YouTube. Montagem: autoria da pesquisa.

Luíza expõe o ódio e a repulsa que já sentiu por esse corpo e como ela tem buscado ressignificar sua relação com este, aceitando sua própria história e entendendo ao longo do processo a importância dessas mudanças tanto para sua própria saúde mental como para o desenvolvimento de empatia para com outras pessoas e outros corpos. Ela então convida suas/seus seguidoras/es a compartilharem o vídeo se acharem que este será importante para alguém e comentarem sobre suas relações com seus corpos no espaço disponibilizado pela plataforma.

Partindo do exposto, diversas/os criadoras/es de conteúdo aceitaram o convite, realizando *tours* por seus corpos em diversas plataformas, como o Instagram e o Facebook, ajudando na viralização<sup>20</sup> da *tag*. Mas sem dúvida a principal plataforma de divulgação da campanha foi o YouTube, onde milhares de vídeos vinculados à *tag* foram compartilhados e continuam a ser publicados.

Entre todas essas publicações, a que mais se destacou foi a da *youtuber* Ellora Haonne. Desde o princípio ela coloca sua intenção de dar continuidade à discussão de Luíza, mesmo que não a cite diretamente<sup>21</sup>, assumindo porém um outro viés:

Oi pessoal! Tudo bom? Meu nome é Ellora e hoje eu vou acabar com imagem que você tem da blogueirinha, da *youtuber*, da *influencer*, e do corpo que ela tem provavelmente também. A gente vive se comparando com esses corpos perfeitos da internet, mas eu posso te garantir que esses corpos não são como nas fotos. E eu tenho certeza disso, sabe por quê? Porque eu sou uma delas (HAONNE, 2017, s/p).

Ellora demonstra entender que seu corpo se adequa ao padrão de beleza, principalmente quando se trata de suas publicações em redes sociais, e opta por apresentar em seu *tour* um comparativo entre aquilo que é publicado e aquilo que normalmente seria escondido, juntamente de suas estratégias para se aproximar do ideal.

---

<sup>20</sup> “Espalhar(-se) de maneira a criar um efeito semelhante ao de um vírus.” (VIRALIZAR, 2020)

<sup>21</sup> Por esta razão Ellora foi alvo de muitas críticas na época de publicação de seu vídeo. Por não mencionar em nenhum momento o vídeo de Luíza Junqueira, ela foi acusada de plágio e de se aproveitar de seus privilégios como mulher branca e magra para ganhar notoriedade. Posteriormente a *youtuber* publicou uma nota de retratação e adicionou ao seu vídeo um *link* que direcionava ao vídeo de Luíza, indicando sua inspiração.

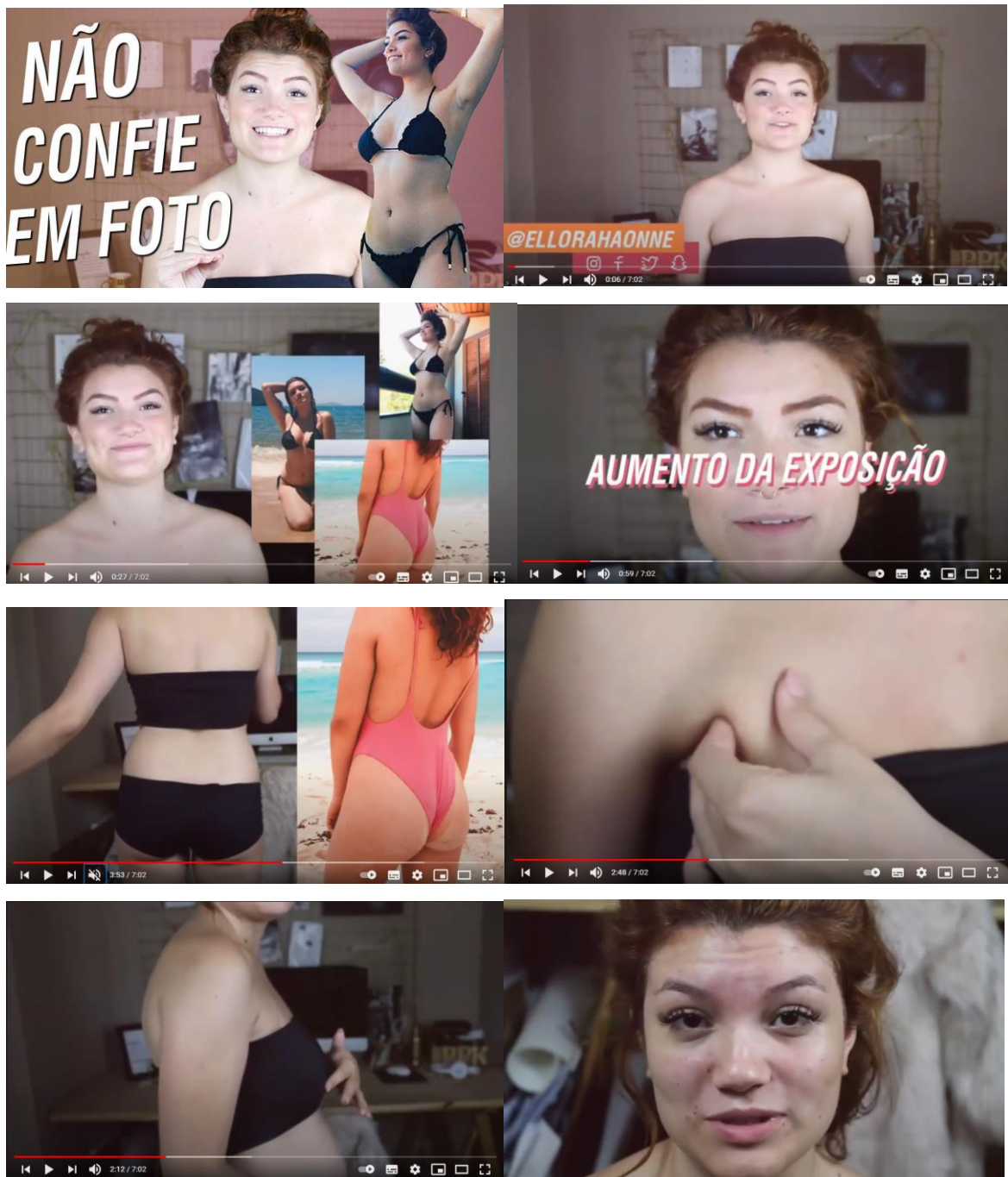
Ela inicia colocando seu rosto em evidência e marcando que sua pele supostamente lisa e sem marcas é fruto do aumento da exposição à luz juntamente com maquiagem. Após a remoção de sua maquiagem, Ellora expõe a pele avermelhada devido à fricção do algodão e ação do demaquilante, com marcas de espinha e cores diferentes, bem como sua sobrancelha com falhas e menos volumosa do que anteriormente. Passando em seguida para o tronco, ela se vira para mostrar sua postura que, diferente das fotos apresentadas, traz os ombros arqueados para frente devido aos maus hábitos posturais atribuídos às muitas horas de trabalho sentada ao computador. Continua então mostrando seus peitos, com um formato natural, acomodado ao sutiã e com o mamilo evidente, demonstrando em seguida o que costuma fazer para que pareçam mais adequados ao padrão estético nas fotos.

Ela comenta também o quanto ter seios grandes a incomodava durante a adolescência, uma vez que esse seria “um sinal de que, na verdade, eu era uma criança gorda” (HAONNE, 2017, s/p), assim como a dobra formada logo acima de seu sutiã sem alças, colocada como algo visto com nojo apesar de ser comum a todas/os. Em seguida ela mostra uma foto publicada em sua conta no Instagram na qual ela está de biquíni, afirmando que apesar de este ser o seu corpo e a foto não ter edições, ela está posando para o registro. Mostra então a sua barriga após o jantar, evidente e arredondada, refletindo sobre as comparações que normalmente são feitas com modelos irreais e enfatizando que aquela barriga só pode ser percebida de tal forma se ela quiser, uma vez que com o ajuste adequado das roupas seu corpo parece muito mais magro.

Ellora vira-se de costas para a câmera para mostrar que, ao contrário do que mostram as fotos, ela possui glúteos pequenos. Foca em suas pernas para tentar mostrar suas celulites e também comenta que suas pernas eram o que ela mais odiava em seu corpo, citando inclusive uma campanha que incentivava meninas a ficarem sem comer para poder perder a gordura entre as pernas, possibilitando assim que suas coxas não se encostassem. Por fim, a *youtuber* diz que raramente pessoas públicas têm o corpo que aparentam ter, e por se comparar a tais modelos ela desenvolveu bulimia, sentindo-se inferior às mulheres das capas das revistas por achar que não se esforçava o suficiente para alcançar o corpo que desejava. Evidencia a importância de cuidar de sua saúde tanto física quanto mental, ainda

que seja um difícil equilíbrio, e encerra o vídeo com o lembrete de que saúde não é simplesmente uma lista de itens a cumprir e que ainda somos pessoas.

**Figura 5:** Mosaico de imagens do vídeo “*TOUR PELO MEU CORPO - EXPECTATIVA VS REALIDADE*” de Ellora Haonne



**Fonte:** Canal Ellora Haonne/ YouTube. Montagem: autoria da pesquisa.

Com lugares de fala distintos, Luíza e Ellora procuraram estimular o diálogo sobre os padrões de beleza corporal, direcionando seus discursos especialmente às mulheres que consomem seus conteúdos.

As fronteiras entre a emissão e a recepção se tornam cada vez mais permeáveis com a ampliação dessas redes de comunicação, facilitando as trocas, interações e a interferência de um no outro. Seja pela fala das *youtubers*, que sempre reforçam que a produção dos vídeos se dá de acordo com os pedidos do público e suas reações às publicações, ou pelos comentários deixados na plataforma é perceptível a proximidade na relação emissoras-receptoras, bem como a identificação mútua entre as partes, esse foi o recorte analisado aqui. Afirmar a sua gratidão por ela existir “no YouTube e no mundo” ou reconhecê-la como “uma mulher de verdade” ratificam esse reconhecimento, permitindo que a espectadora seja testemunha das histórias que estão sendo contadas por quem se expõe, mas que poderiam ser as suas próprias histórias.

Dentre os resultados obtidos com a pesquisa a partir da recepção do público, a relevância que as imagens veiculadas em redes sociais têm alcançado diante do público foi um dos pontos mais marcantes, importância essa que pode ser percebida nas três categorias de análise quando pensamos na mediação dos conteúdos (ou seja: aceitação, rejeição e negociação do exposto pelas *youtubers*).

- Aceitação;

luiza, eu não tenho nem palavras pra descrever minha admiração. obrigada por existir aqui no youtube e no mundo e ♥ (sic)

Você revolucionou a vida de muita gente! Parabéns!!! (sic)

Que linda sua iniciativa!!! Parabéns!!! Muitas pessoas precisam parar para pensar nisso, inclusive eu me pego me culpando por estar um pouco fora do peso ideal, e parte disso é porque a mídia vende um padrão, um ideal de beleza que não existe! E nós mulheres de tanto visualizar por aí esses padrões acabamos acreditando...mas assim adorei saber que nem tudo é o que parece. E que devemos nos amar e valorizar sem exagerar no supérfluo. (sic)

SENHOR QUE VIDEO MARAVILHOSO TO IMPACTADA (sic)

Infelizmente tem Meninas e meninos/adolescentes que acreditam em tudo da internet e acham que os famosos são lindos daquele jeito sempre.dormem e acordam assim.e acabam se desvalorizando e sofrendo por isso.mas na real.todo mundo tem uns defeitinhos.não sigo essa moça.já vi outros vídeos aqui no face.mas acho legal ela estar mostrando mesmo.e logico serve de alerta aos pais.ficar de olho nos seus filhos e filhas que acham que a vida é ficção.gostei da atitude dela! Boa sorte no canal! (sic)

olha que legal, te falo para não ficar bitolada, faz o q vc acha que deve fazer para se sentir melhor, mas você é linda e gostosa exatamente da forma como é, não precisa se comparar com ninguém, vc é a princesa jujubinha mais linda desse planetão, te amo 🍷🍷🍷 (sic)

assiste ele todo! Juro que vcs se amarão pelo menos 10% mais! Vcs são lindas externamente e principalmente, internamente! Amo vocês ❤️ (sic) vcs que acha as blogueiras perfeitas (sic).

A percepção de proximidade e intimidade promovida pelos vídeos com relação a quem assiste amplifica os efeitos percebidos, em especial àquelas/aqueles que aceitam a mensagem veiculada. Grande parte das/os comentadoras/es falam diretamente com as *youtubers*, incentivando e parabenizando por seus posicionamentos, mas também buscando uma aproximação com a sua própria realidade e com demais membros da audiência. As/os que se dizem impactadas pelo vídeo, passam a acompanhar as publicações das *youtubers* ou estimulam outras/os usuárias/os da plataforma a assistirem o vídeo sob a justificativa de que essas pessoas “se amarão pelo menos 10% mais”, não apenas reconhecem esses efeitos como efetivamente contribuem para que a mensagem continue a ser propagada.

Ao expressar a outra/o usuária/o sua inquietação quanto à esta/e achar as blogueiras perfeitas, o/a comentador/a indica o vídeo de Ellora Haonne com o fim de demonstrar que como a suposta perfeição é construída, enquanto outro/a comentador/a manifesta sua apreensão com o consumo que pessoas jovens fazem de imagens inalcançáveis e como constroem uma auto imagem corporal negativa por conta da comparação com estas, preocupação esta que é confirmada por outras/os comentadoras/es que revelam a culpa por não estar no suposto peso ideal e estimulam outras/os a não se compararem, valorizando a beleza de seus corpos reais (em contraponto aos idealizados), assim como manifesto pelas *youtubers* em seus vídeos. Fica assim caracterizado que estas/es

usuárias/os compreendem e aceitam o que as apresentadoras expõe, tanto através das imagens quanto do discurso, no referente à reflexão sobre autoimagem corporal.

- Negociação;

resumindo com todos esses que você acha que ele é feito da sua pessoa eu amei cada vez mais ainda admirar as suas fotos maravilhosas nua e crua e após a maquiagem da mesma forma belíssima você é mulher brasileira e delícia com todo respeito parabéns que Deus te abençoe pela sua honestidade dá respeito das suas fotos e originalidade sempre é por isso que você tem agora um admirador mas ainda não virei seu fã um beijo com muito respeito a mente e beijaria sua barriga e várias formas com respeito é claro muito obrigado Será que você algum dia possa escutar esse comentário ou ver esse comentário e divulgar no seu canal beleza pode falar meu nome lá que de boa é nós muito obrigado (sic)

Ama bem o seu corpo porque vc é linda adoro vê mulher assim como vc (sic)

Assistindo esses vídeos assim eu começo a me amar muito, mais na escola, junto com outras meninas minha auto estima vai lá no chão! Espero um dia melhorar. =( (sic)

Parabéns linda seu corpo perfeito (sic)

O único problema das coxas encostarem uma na outra, é que as calças rasgam e com biquíni da assaduras no meio! (sic)

Vou tentar me ver com outros olhos (sic)

Os comentários acabam por justificar o relato de Luiza Junqueira quando afirma que “os homens hipersexualizam, objetificam, acham que se eu tô mostrando o peito é obviamente pra tentar seduzir” (JUNQUEIRA, 2017, s/p). O comentário que pontua que Ellora seria uma “mulher brasileira e delícia” ainda corrobora com a fala de Figueiredo (2017) acerca da construção da figura da mulher brasileira como lasciva e sexualmente disponível, enquanto busca amenizar a violência de suas palavra reiterando que “beijaria sua barriga e várias formas com respeito é claro”. Ainda que aceitem a mensagem veiculada no que se trata de ver beleza em corpos que normalmente não seriam colocados como belos, não assimilaram o sentido de buscar essa visão sobre seus próprios corpos, reforçando a concepção da mulher-objeto quanto a manutenção da existência do conceito de um “corpo perfeito”.

Por outro lado, também demonstram estar em processo de negociação do aceite comentários que apresentam um esforço das/os comentadoras/es para se “ver com outros olhos”, mas ainda sentem dificuldade em aceitar os seus próprios corpos. Ao pontuar que “O único problema das coxas encostarem uma na outra, é que as calças rasgam e com biquíni da assaduras no meio” o/a comentador/a manifesta concordância em relação ao que foi dito pela *youtuber* reconhecendo beleza em coxas grossas e que se tocam, mas ainda apresenta uma queixa em relação a essa questão ao colocar o suposto problema que estas trazem. O comentário que afirma “Assistindo esses vídeos assim eu começo a me amar muito, mais na escola, junto com outras meninas minha auto estima vai lá no chão!” deixa ainda mais evidente a importância que o vídeo representa para a comentadora, que admite seu esforço para reconstruir a própria autoestima partindo dos conteúdos audiovisuais que consome, apesar das dificuldades que se apresentam no convívio social.

- Rejeição;

Está insatisfeita... Faz uma dieta, uma caminhada, pratica um esporte, entra numa academia... Com o tempo que demoraria pra editar e procurar ângulos fazendo pose para tirar fotos! 😏 (sic)

Novas e desleixadas! isso sim! Não ser obcecar a beleza ficar escravos mais mater uma vida saudável com exercícios físicos faz bem sim e nos deixa com o ego lá em cima o que não dá é viver na sedentarismo... dá para ter um corpo saudável e bonito sim como para tudo na vida exige sacrifícios! Mais ninguém nos tempos atuais quer lutar por boa qualidade de vida, daí ficam aí de mimimi que devem se aceitar e me aceito sim se melhor fisicamente e espiritualmente cada dia mais 😊 (sic).

Ao chamar a *youtuber* de desleixada e assumir que o discurso de auto aceitação seria fruto da falta de vontade para “lutar por boa qualidade de vida”, esta/e comentador/a reconhece que a fala da performer produz efeitos sobre o público que se vê nelas, ainda que não concorde com o que é dito, caracterizando-o como “mimimi”. Já no outro comentário, o/a comentador/a não busca dialogar com o que é dito pela *youtuber*, mas reforçar o padrão estético corporal indicando que ela faça dieta e pratique esportes ao invés de procurar ângulos e poses para as fotos, entendendo que as imagens publicadas seriam um retrato irreal de uma realidade almejada pela performer. Em ambos os casos

reafirma-se a importância das imagens veiculadas, seja como retrato de um estilo de vida que não seria saudável ou de um corpo desejado, sem no entanto entender os argumentos apresentados como legítimos.

## Considerações finais

A pesquisa se propôs a aprofundar estudos sobre recepção de performances mediadas partindo do ponto de vista das Performances Culturais e das Humanidades Digitais. Isto significa dizer que não se buscou aqui fazer uma análise quadro a quadro dos vídeos selecionados, um ensaio sobre o funcionamento e a lógica de redes sociais como o YouTube ou estudo de impacto sobre a recepção de tais vídeos, mas sim compreender de que maneiras os vídeos e seu público podem estabelecer pontes e articulações a partir da mediação da plataforma YouTube, promovendo assim reflexões e transformações nos seres humanos que estão por trás dos aparatos tecnológicos.

Tomaram-se como objetos de estudo os vídeos de *Tour Pelo Meu Corpo* realizados por Luíza Junqueira e Ellora Haonne na plataforma de compartilhamentos YouTube e os comentários deixados nos próprios vídeos, tanto na própria plataforma quanto na rede social Facebook, visando compreender como a autoimagem e a auto aceitação corporal das/os receptoras/es podem se articular às produções, com o objetivo de entender as reflexões que surgiram acerca de padrões estéticos e das relações estabelecidas com estes, com seus corpos e com a imagem que construíram deles a partir das performances de *Tour Pelo Meu Corpo* no YouTube.

Se anteriormente o “corpo belo” já foi idealizado a partir das estátuas, imagens sacras, revistas, cinema e televisão, atualmente as imagens que mais estão presentes no dia a dia e que mais atuam na construção de um imaginário sobre beleza são as redes sociais. Especialmente ao se tratar de mentes que estão em formação, como é o caso de adolescentes, tanto os conteúdos consumidos quanto quem os apresenta adquirem importância ainda maior.

Apresentando corpos femininos com diversas formas, cores e tamanhos juntamente das histórias que o compuseram, representando-os de maneira positiva e digna, cria-se a oportunidade de um número maior de adolescentes se reconhecerem nas imagens que consomem e, assim, crescerem com uma autoimagem corporal mais positiva. Entretanto, estabelecer que as *youtubers* são responsáveis por influenciar seus públicos, seja de maneira inspiradora ou por entendê-las como avatares de uma geração que não quer “lutar por boa qualidade de vida”, é ter um olhar unidimensional e tão desumanizante quanto o anterior, tornando essas mulheres heroínas ou vilãs.

Ao realizarem esses *tours*, as *youtubers* realizam uma espécie de escrita de si, utilizando os vídeos como um instrumento de autoconhecimento e de enfrentamento a um padrão estético que as excluiu e oprimiu por muitos anos. No entanto, quando tornam esses vídeos públicos, elas se tornam espelhos e suas reflexões podem então se tornar um ponto de partida para o questionamento ao próprio fato de que ainda exista uma beleza padrão, considerando que existem corpos e vivências tão diversos, e isso também é reconhecido pelas/os comentadoras/es.

De tal maneira, as *youtubers* constroem simultaneamente uma videografia de si e um espetáculo com o qual o público pode ou não se identificar, no entanto é perceptível que a esmagadora maioria dos comentários concordam com o exposto pelas *youtubers*, seja na ordenação por comentários mais recentes ou por principais comentários, sendo estes também os comentários que recebem maior número de interações de outras/os usuárias/os. Esse fato pode ser um indicativo a respeito das bolhas sociais que o algoritmo das redes sociais pode formar ao recomendar conteúdos semelhantes aos que aquela/e usuária/o já consome.

É possível notar que estes foram expressivos no referente à relação emissoras-performance-receptoras, ficando evidente que os conteúdos observados foram capazes de promover reflexões na audiência, independente de se ter uma opinião favorável ou contrária à das *youtubers*. Ainda não é possível saber até que ponto a experiência com essas performances seria capaz de promover modificações duradouras no que se refere à autoimagem corporal de meninas e mulheres, que são o foco deste estudo, entretanto já

se pode verificar o seu potencial no fomento da discussão sobre padrões estéticos para o corpo feminino.

Abrem-se para pesquisas futuras diversas possibilidades, uma vez que neste trabalho optou-se por não abarcar o assunto da gordofobia, por exemplo. Pretende-se dar continuidade a pesquisa no nível de doutorado, buscando verificar se os resultados obtidos a partir dos comentários se concretizam com outros públicos.

## Referências

ALMEIDA, V. M.; NEVES, A. K. S. Anorexia santa e anorexia contemporânea: o mesmo transtorno em épocas distintas? *Rev Med Minas Gerais*; 22.3:348-353, Jul/Set, 2012. Disponível em <<http://www.rmmg.org/artigo/detalhes/89>>. Acesso em 26.abr.2021.

BATISTA, A. Brasileiros passam mais tempo no YouTube e elegem plataforma como preferida. Portal Tech Tudo. 2020. Disponível em <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/11/brasileiros-passam-mais-tempo-no-youtube-e-elegem-plataforma-como-preferida.ghml>>. Acesso em 26.abr.2021.

BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão de identidade. 16ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

BUZZFEED BRASIL. O ideal de corpo feminino ao longo da história - @BuzzFeedBrasil. Vídeo. 2018. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Oiccaa4WenM>>. Acesso em 26.abr.2021.

FIGUEIREDO, G. M. Mulheres Representando Mulheres: Sobre ser mulher e ser atriz. Orientação: Catarina Alves Costa e Manuel Gaspar da Silva Lisboa. 2017. **Dissertação de Mestrado** (Antropologia/Culturas Visuais) - Universidade Nova de Lisboa, Lisboa. 2017.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979. xxvi, 296 p. (Biblioteca de filosofia e história das ciências;, v.7). Bibliografia: p. 294-295.

HALL, S. Belo Horizonte: Editora UFMG, Brasília: Representações da Unesco no Brasil, p. 51-100, 2003.

HAONNE, E. TOUR PELO MEU CORPO - EXPECTATIVA VS REALIDADE. Vídeo. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UaOuRxaV0kA>>. Acesso em 09. jul. 2019.

HINE, C. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia. IN: CAMPANELLA, B.; BARROS, C. **Etnografia e consumo midiático**: novas tendências e desafios metodológicos. 1. ed. - Rio de Janeiro: E-papers, 2016.

JUNQUEIRA, L. A VERDADE SOBRE O TOUR PELO MEU CORPO. Vídeo. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PQX4qmYB1p0&t=1s>>. Acesso em 25.abr.2021.

\_\_\_\_\_. TOUR PELO MEU CORPO. Vídeo. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hDpHE2U4PEk>>. Acesso em 09.jul.2019.

LOPES, L. Tempo assistindo a vídeos no YouTube cresce 135% em 4 anos. Revista Galileu. 2018. Disponível em <<https://revistagalileu.globo.com/Tecnologia/noticia/2018/09/tempo-assistindo-videos-no-youtube-cresce-135-em-4-anos.html>>. Acesso em 28.abril.2019.

MACHADO, R. Por uma genealogia do poder. IN: FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**.

Rio de Janeiro: Graal, 1979. xxvi, 296 p. (Biblioteca de filosofia e história das ciências ; v.7). Bibliografia: p. 294-295.

RAGO, M. **A aventura de contar-se: feminismos, escrita de si e invenções da subjetividade**. Campinas, SP: Ed. Unicamp, 2013.

RODRIGUES, A. G.; GADENZ, D.; RUE, L. A. Feminismo. Com: O movimento feminista na sociedade em rede. *Derecho y Cambio Social*, 36, pp. 1-28, 2014. Disponível em <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5472578>>. Acesso em 22.mar.2021.

SANTAELLA, L. **Corpo e comunicação: sintoma da cultura**. 1. ed São Paulo: Paulus, 2004. 161 p.

SCHECHNER, Richard. 2006. "O que é performance?", em *Performance studies: na introduccion, second edition*. New York & London: Routledge, p. 28-51. Disponível em <[https://ppgipc.cienciasociais.ufg.br/up/378/o/O\\_QUE\\_EH\\_PERF\\_SCHECHNER.pdf](https://ppgipc.cienciasociais.ufg.br/up/378/o/O_QUE_EH_PERF_SCHECHNER.pdf)>. Acesso em 29 de agosto de 18.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa Bibliográfica. IN: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 51-61.

TAG. Cambridge Dictionary Online, 13 de fevereiro de 2020. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/tag>>. Acesso em: 13. fev. 2020.

TUCHERMAN, I. **Breve História Do Corpo E De Seus Monstros**. Lisboa, Ed. Vega, Coleção Passagens, 1999.

VIRALIZAR. Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [online], 2008-2020, <<https://dicionario.priberam.org/viralizar>>. Acesso em 13. fev. 2020.

WOLF, N. O Mito Da Beleza: **Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Tradução de Waldéa Barcellos. Editora Rocco. Rio de Janeiro — 1992.

*Recebido: 29.10.2021*  
*Aprovado: 31.12.2021*