

Memória e(m) resistência no discurso: (des)construções do corpo feminino e da língua no/pelo digital

Memory and (in) resistance in discourse: (de)constructions of the female body and language in/through digital

Memoria y (en) resistencia en el discurso: (de)construcciones del cuerpo y lenguaje femenino en/a través de lo digital

Júlia dos Santos Oliveira¹

Universidade Federal de Goiás – UFG
juliasantos@discente.ufg.br

Marco Antonio Almeida Ruiz²

Universidade Federal de Goiás – UFG
marcoalmeida@ufg.br

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo analisar os sentidos construídos pelas redes sociais acerca de uma ditadura da beleza (im)posta ao corpo feminino e que continua, a passos largos, influenciando historicamente os sujeitos a seguirem certos padrões cristalizados numa memória social. Mais especificamente, observamos duas instâncias discursivas que, de um lado, idealiza a beleza a partir da padronização do corpo e da língua, ratificando o discurso dominante de se manter “adequados” e de sucesso, e de outro, resiste a tais pré-construídos, fomentando novos imaginários e cenários de resistência acerca da mulher e de seu corpo livre. Utilizaremos para esta nossa empreitada dois perfis do Instagram, @cintiachagass e @ju_romano, influenciadoras digitais que possuem um número de seguidores expressivo e, de certo modo, contribuem com os dizeres sobre o corpo da mulher, a idealização de beleza e de uma língua “ideal”. Logo, trata-se de observarmos a oposição de duas memórias que retomam não só os fatos e acontecimentos da história evidenciando um setor mercantil e, por consequência, o lucro, mas também promovendo todo o interdiscurso que o inclui como dominante. Para nossa construção analítica, utilizamo-nos das reflexões teórico-metodológicas da análise do discurso de matriz francesa, em especial as noções de memória discursiva e acontecimento, heranças de Michel Pêcheux (2008, 2010).

Palavras-chave: Beleza; Corpo feminino; Idealização; Instagram; Memória.

ABSTRACT: In this work, we aim to analyze the meanings constructed by social networks about a dictatorship of beauty (im)posed to the female body and which continues, at large steps, historically influencing subjects to follow certain patterns crystallized in a social memory. More specifically, we observe two discursive instances that, on the one hand, idealize beauty from the standardization of the body and language, ratifying the dominant discourse of

¹ Graduanda em Licenciatura em Letras: Português pela Universidade Federal de Goiás - UFG.

² Doutor em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos e em Sociologia (co-tutela) pela Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais (EHESS) de Paris. É professor adjunto de Linguística na Faculdade de Letras da Universidade Federal de Goiás - UFG.

remaining “adequate” and successful, and on the other hand, resist such pre-constructed, fostering new imaginaries of resistance about women and their free bodies. For this scientific projet, we will use two Instagram profiles, like @cintiachagass and @Ju_romano, digital influencers who have a significant number of followers and contribute with sayings about the woman's body, the idealization of beauty and a language "ideal". Therefore, we will observe the opposition of two memories that resume not only the facts and events of history showing a commercial sector and, consequently, profit, but also promoting all the interdiscourse that includes it as dominant. For our analytical construction, we used the theoretical-methodological reflections of the French matrix discourse analysis, in particular the notions of discursive memory and event, heritage of Michel Pêcheux (2008, 2010).

Keywords: Beauty; Feminine body; Idealization; Instagram; Memory.

Introdução

A ditadura da beleza, há muito tempo, vem regravando os discursos acerca do corpo (sobretudo, feminino) de acordo com critérios específicos e delineados por uma parcela da sociedade civil, que detém o monopólio e o capital do controle sobre os lucros. Assim, tal parcela, dominante, é constituída por grandes marcas e/ou pessoas influentes do mundo da moda, por desfiles estupendos e exposições que ocupam desde ambientes luxuosos até joias de grande extirpe com modelos bem-vestidos e com corpos “sarados” que determinam quais estilos serão tendências nas próximas estações.

Com efeito, esses discursos, autoritários, sobre a idealização da beleza, em especial do corpo feminino, são caracterizados pela “perfeição” que acaba idealizando sonhos de mulheres que desejam, algum dia, seguirem o caminho da moda e se tornarem famosas nas passarelas, insuflando ainda mais os estigmas que essa indústria cria diariamente, a saber: um corpo belo e magro, alto, branco e cabelos lisos, predominantemente. Trata-se, com isso, da oposição de duas instâncias de discursos e memórias sociais que ocupam não só grandes fatos e acontecimentos na história que marcam esse setor, mas também todo o interdiscurso que o envolve, tais como: a) o capitalismo e o alto consumo de produtos – e, como consequência, desconsiderando, muitas vezes, todo trabalho empenhado por diversas pessoas por trás das câmaras e; b) a área da saúde, movimentos e discursos de idealização que ditam regras e tradições (utópicas) que cada modelo pode ou não seguir, dietas mirabolantes que não trazem benefícios à saúde e nem ao corpo.

É verdade que esse cenário, de certo modo, tem sofrido mudanças significativas nos últimos tempos em torno do padrão idealizado de beleza feminina pelas grandes mídias. Podemos, com isso, encontrar uma conscientização sobre certos atos sociais, de resistência, que levam, felizmente, em consideração os direitos humanos e o respeito a todas desse perfil profissional. Todavia, sabemos que o caminho de mudança é ainda longo, já que não é segredo para ninguém que diante de toda essa exposição o que resta como resultado é, sim, o tal perfeccionismo do corpo da mulher, da sexualização dos seus corpos, do famoso estilo “violão”, preferido por grandes marcas para divulgarem seus produtos.

Para pensar essa questão acerca das diferentes instâncias discursivas – “dominantes” e “dominadas” – e da memória social (im)posta, que implica na ratificação do belo do corpo perfeito, propomos analisar dois perfis em rede sociais que colocam a padronização do corpo em lugares enunciativos distantes entre si e criam, desse modo, novas memórias e ressignificações não apenas responsáveis por modular um corpo feminino “ideal”, mas

também da extensão e da construção da beleza que configura toda essa forma capitalista de sociabilidade dos sujeitos e dos corpos quando são preteridos em relação à sua língua, instituindo uma dicotomização incoerente e falaciosa acerca da diversidade cultural e linguística do povo brasileiro, isto é, a super valorização de uma variante da língua portuguesa, a gramática normativa.

Logo, diante desses fatos, observamos uma expansão do campo da moda do corpo à moda da língua, limitada, também, por uma ordem dominante e por um conjunto estrito de regras que não só dita um corpo feminino, mas também a língua de uma nação. Para tal caminho, a idealização de uma língua “perfeita” também tem origem de instâncias de discursos mais abastadas. Assim, para nosso material analítico, percebemos um jogo discursivo que mescla e dita por um lado um certo padrão de corpo esperado pela sociedade e, de outro, da língua que (des)constrói toda essa idealização, incluindo, desse modo, seu próprio exercício de metalinguagem que a coloca nesse âmbito social classista e separatista.

Ademais, ao longo de todo o nosso percurso, propomo-nos compreender, também, o papel das redes sociais como um processo de “digitalização do mundo”, em que “práticas de linguagem tendem à metaforização das relações sociais e das práticas do sujeito que por meio do acesso deslocam o campo da ‘luta’ para uma inscrição na forma digital” (DIAS, 2016, p. 10); por fim, ao olharmos para os perfis nas redes, buscamos analisar como ocorre o gerenciamento e a institucionalização da memória, compreendendo os efeitos de sentidos gerados quando tais ressignificações alcançam outras instâncias e novas materialidades, atualizando-a por meio dos fatos do cotidiano.

Nesse caminho, resta-nos questionar: por que podemos propor essa leitura diante dos materiais elencados? Primeiramente, vemos uma interdiscursividade que ocorre em campos e setores sociais distintos, mas que reproduzem uma forma dominante numa sociedade que preza o lucro acima de tudo. Por conseguinte, a essa forma padronizada da beleza de um corpo belo e magro, alto e cabelos lisos reproduz a mesma memória coletiva assumida pela dicotomização do que é “certo” e “errado” da língua a partir da segregação dos povos e a supervalorização de uma variante falada no Brasil. Ambas não se excluem, pelo contrário, vemos que o sucesso profissional, em especial, financiado pelas grandes marcas da moda, por exemplo, investem em modelos que seguem desde a padronização do corpo feminino (estigmatizado) à normatização da língua. Nesse caminho, como ser uma figura pública e incorrer no “erro” de português? A linha entre essas duas instâncias é bastante tênue e causa bastante problematização, como propomos refletir a seguir.

Como segundo ponto, a nosso ver, nossa escolha justifica-se pelo fato de observarmos uma mudança da memória social, coletiva, empregada a partir de um estigma do “belo”, do “perfeito”, que não só ocupa as passarelas e o mundo da moda, mas também tem se estendido a outros setores da sociedade, como forma de “separar” o que é “padrão” e o “não-padrão”, ou o que é “culto” e o que não é “culto”. De maneira mais específica, nosso material de análise resume-se a dois perfis de redes sociais, em especial do Instagram, @cintiachagass³ e @ju_romano⁴, duas influenciadoras digitais que têm propostas distintas, mas que se singularizam por tratar de certos modelos sociais que integram tanto o campo da moda e do corpo, quanto uma “moda” da língua.

Memória e(m) discurso: caminhos para uma resignificação

No jogo discursivo promovido pelo deslocamento de sentidos entre o campo da moda do corpo e a perfeição da língua, podemos observar diálogos que privam a sociedade de problematizações acerca do “belo” e o “feio”, do “certo” e do “errado”, estigmatizando toda a cultura por meio de enunciados cristalizados num *continuum* da história. Por um lado, vemos uma professora e empresária – @cintiachagass –, defendendo o “belo” da língua como forma de ascensão social, como se a língua escrita fosse única e igualmente (re)produzida pela fala e vice-versa, de outro, como o padrão, na voz de @ju_romano, resignifica essa idealização da perfeição e do “belo” feminino para uma questão de militância contra esses interditos sociais, que pregam a cultura da magreza, da branquitude e do liso, por exemplo. Ou seja, por meio de sua biografia, ela valoriza a moda *plus size* e a “positividade do corpo⁵”. Assim, observamos duas estruturas linguísticas que retomam e, ao mesmo tempo, resignificam a memória social a partir dos movimentos de militância contra essa cultura padronizada, expondo “realidades” pouco (re)conhecidas pelo mundo da moda e pela cultura do ensino da língua, e priorizando uma pequena parcela de sua existência na sociedade.

Para tal, é preciso mobilizarmos um conceito que será bastante caro para esta nossa empreitada, a memória discursiva promovida por Michel Pêcheux e seu grupo no final dos anos sessenta na França, pioneiro na teoria do discurso materialista que irrompe com a análise do discurso no final dos anos de 1960. A memória, aqui, não é psicológica, do individual, mas

³ Disponível em: <https://www.instagram.com/cintiachagass/?hl=pt-br>. Acesso em: 30 jan. 2023.

⁴ Disponível em: https://www.instagram.com/ju_romano/. Acesso em 30 jan. 2023.

⁵ Em seu perfil, vemos a seguinte biografia: “moda *plus size*, body positive, autoestima e felicidade”. Acesso em: 30 jan. 2023.

“nos sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social inscrita em práticas, e da memória construída do historiador” (PÊCHEUX, 2010, p. 50). Com efeito, “para que haja memória, é preciso que o acontecimento ou o saber registrado saia da indiferença, que ele deixe o domínio da insignificância” (PÊCHEUX, 2010, p. 25).

No nosso caso, pensamos a memória como uma atualização de um acontecimento, que ressignifica esse modelo criado apenas no campo da moda migrando-se, também, para o campo da língua e do próprio modo de se rotular o feminino na sociedade. Em outras palavras, ao contrário do que grandes discursos dominantes – em especial, das grandes marcas – ditam sobre o belo, o feio, o magro e o alto, há fatores que resistem a essa estigmatização e imprimem outra forma de significação sobre o corpo da mulher, trazendo em si novos interdiscursos que correlacionam a beleza e o bem-estar de si mesma, fugindo das pregas do capitalismo. Veremos, com isso, de um lado, a memória do corpo “belo” e “ideal” sendo reproduzido e ratificado por um perfil profissional (e, como consequência, que se estende a um ideal de língua), de @cintiachagass e, de outro, como uma nova instância discursiva, a (des)construção da beleza externa como único fator relevante para a proposição dessa “condição feminina” (im)posta sobretudo por homens.

Se voltarmos nossos olhos à história, cada época e lugar estabeleciam critérios para definir o que era considerado o padrão. Nesse sentido, desde muito tempo a mulher é discursivizada, o seu papel é marcado por sentidos outros constituídos em nossa formação social. Na pré-história, por exemplo, o ideal de beleza feminina eram as mulheres cheias de curvas, voluptosas, como representado na Vênus de Milo⁶. Já no século XIV, durante o período renascentista, quanto maior a testa, mais belo(a) o indivíduo era considerado. Nas artes, por sua vez, o corpo feminino é reconhecido como um objeto de desejo, do olhar erotizado, mas sempre calado devido ao pudor e à feminilidade. Dante Alighieri, Rafael e outros pintores do Renascimento faziam alusão às mulheres como deusas gregas e romanas. Em outro momento, no ano de 1820, por exemplo, a beleza era ligada às mulheres com cinturas finas, recorrendo até mesmo à fabricação de espartilhos (objeto este que era prejudicial devido ao fato de serem extremamente justos para obter a silhueta imposta pela sociedade) (DARÓZ; RUIZ; SOUSA, 2021).

⁶ Encontrada na ilha de Milos, na Grécia, a Vênus foi muito cultuada como a representação da beleza feminina no período clássico. Trata-se de uma estátua feminina que possui cerca de dois metros de altura; é conhecida, também, por não possuir os braços, numa posição ereta. Abaixo de sua cintura, encontramos partes de tecidos que cobrem todas suas pernas. É considerado uma das obras mais caras do mundo e, hoje, está disponível para visita no Museu do Louvre, em Paris.

Na contemporaneidade, vemos tais percursos do “belo” se configurando em padrões disseminados pelas mídias digitais e como tais ambientes têm proporcionado uma expansão desses ideais e, ao mesmo tempo, promovido, também, atos de resistência, rompendo com essa “tradição” na história e reescrevendo novos rumos a partir de diferentes instâncias de enunciação. Logo, na esteira dessa polêmica criada, vemos que a definição do que é ser mulher assumiu, genericamente, o caráter de idealização, colocando-a, muitas vezes, como um ser “diferenciado”, menos valorizado, ratificando o preconceito e a segregação, frutos dos efeitos de sentidos cristalizados em nossa sociedade⁷.

Beauvoir (2009 [1960]), afirma que ser mulher não se trata apenas de um dado natural, mas o resultado de uma história. Em outras palavras, não se trata da configuração biológica ou psicológica que a define como tal, mas a sua constituição ocorre pela construção histórica, cada mulher em particular, pois, não se nasce mulher, torna-se mulher. É o que pretendemos analisar ao longo de nossas análises, o olhar (re)impresso sob a memória ressignificada, pontuando gestos que oram ratificam esse belo, do discurso dominante, ora fogem dessa padronização, instituindo novas ressignificações de memórias a partir dos acontecimentos de linguagem.

Em *O discurso: estrutura ou acontecimento*, Pêcheux (2008) problematiza a temática do acontecimento. De acordo com o autor, o acontecimento não concerne apenas ao fato exterior do discurso, mas é, de fato, parte constitutiva da discursividade, responsável pelo embate entre uma memória e uma atualidade e não permite uma recorrência do repetível, mas uma ressignificação. Ou seja, podemos dizer que enquanto a memória configura-se no estabelecimento de uma regularidade enunciativa, o acontecimento, por sua vez, promove, contrariamente, uma irrupção.

Pensar o digital e alguns dos perfis que fogem a essa regularidade enunciativa sobre o corpo e a beleza feminina, em especial, observando as (res)significações que certos influenciadores digitais proporcionam (ou não) para a instauração de novos acontecimentos, faz com que compreendamos as novas redes de filiações e circulação de discursos que aparecem em distintos lugares de circulação, compondo diferentes materialidades.

Em nosso caso, por exemplo, é analisar a inscrição da memória, e sua respectiva regularização, em dois perfis de redes sociais, o Instagram, e como, por meio do

⁷ Uma outra importante estudiosa de gênero e sobre o feminismo, Judith Butler (1998, p. 36), ao falar que o termo “mulher” na sociedade não molda uma única identidade, mas várias delas, afirma que “isso não quer dizer que o termo ‘mulheres’ não deva ser usado, ou que devemos anunciar a morte da categoria. Ao contrário, se o feminismo pressupõe que ‘mulheres designa um campo de diferenças indesejável, que não pode ser totalizado ou resumido por uma categoria de identidade descritiva, então o próprio termo se torna um lugar de permanente abertura e re-significação”.

acontecimento que irrompe da história, a vemos ora retomada do estigma sobre o corpo belo, ora ressignificada a partir das novas inscrições de memórias ocorridas, sobretudo, com movimentos sociais feministas, que procuram (des)construir o espaço da mulher na sociedade sem as amarras dos discursos patriarcais. Logo, significa dar voz, corpo e sentido às novas instâncias do dizer que deslocam o corpo perfeito, o corpo “violão” para enunciados que corroboram a força feminina sem o estigma social da idealização. Nas palavras de Pêcheux (2010, p. 56),

Uma memória não poderia ser concebida como uma esfera plena, cujas bordas seriam transcendentais históricos e cujo conteúdo seria um sentido homogêneo, acumulado ao modo de um reservatório: é necessariamente um espaço móvel de divisões, de disjunções, e de deslocamentos e de retomadas, de conflitos de regularização... Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas e contradiscursos.

Nesse caminho, tratar a memória é recolocá-la por meio de uma certa marca social, política e ideológica na sociedade, em que “nenhuma memória pode ser um frasco sem um exterior” (PÊCHEUX, 2010, p. 54). Além de pensar a memória, não podemos deixar de abordar a noção de condições de produção que se constitui por um constante jogo de forças e relações constituintes resultantes do processo discursivo.

De acordo com Orlandi (2002), a constituição do dizer é estabelecida por meio de uma memória do dizer, na qual se marcam discursivamente os efeitos de sentidos relativamente estabilizados, advindos de pré-construídos e discursos outros, já-ditos. Em nosso trabalho, observamos como um certo perfil, de Cintia Chagas, ratifica na constituição sobre o ideal do corpo belo e magro, ressaltando por meio de padrões sociais a memória do corpo “tanquinho”, da roupa justa e colada ao corpo, além de extrapolar essa padronização à construção da norma da língua portuguesa, por uma variante padrão da gramática normativa. Vemos, aí, a expansão da memória por meio de seus enunciados, nas condições do seu dizer, quando associa a sua vida profissional com a pessoal.

Já em relação à formulação, a memória efetivamente acontece a partir do momento em que as condições de produção desses discursos se ligam, direta ou indiretamente, às circunstâncias da enunciação, isto é, como em cada perfil, por meio de diferentes recortes, observamos a memória regularizada em oposição às suas ressignificações, dirimindo o discurso do “corpo perfeito” em detrimento de intertextos, como da autoestima (estar bem consigo mesma, não é o corpo que define sua personalidade) e da saúde. É, entretanto, a transformação da memória que acontece apenas no nível da circulação que vemos o jogo de

sentidos como resultado da ressignificação de uma atualidade e uma memória baseados nas condições de emergência de discursos que refletem cada tempo e cada formação social.

Diante dessas condições de produção no discurso, e em virtude da grande popularização do digital e da carreira de influenciadoras, vemos a instauração de outras redes de memórias sobre o cuidado de si e do corpo feminino baseado não em estereótipos, mas na construção do ser sem se agarrar às pregas da regulação dominante impetrada sobre os corpos, em especial o feminino. A partir da resistência e da memória do desprendimento, temos não só um perfil que difunde novas memórias, desregulando o que é padrão do corpo da mulher – como o perfil de @ju_romano, por exemplo –, mas também a criação de movimentos que deslocam o já-dito e promovem redes de filiação dos sentidos e efeitos dessa memória em novas (des)construções sociais, ideológicas, políticas e econômicas.

Ao considerar a memória, é preciso pensá-la a partir do discurso que sustenta uma anterioridade e que se constitui a partir dela certas práticas sociais de rupturas e deslocamentos de sentidos. É, dessa forma, pensarmos as palavras já ditas que adquiriram estabilidade na ordem do repetível. Nesse sentido, o domínio da memória determina como a materialidade discursiva funciona

[...] em uma dialética da repetição e da regularização: a memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os ‘implícitos’ (quer dizer, mais tecnicamente os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível (PÊCHEUX, 2010, p. 52).

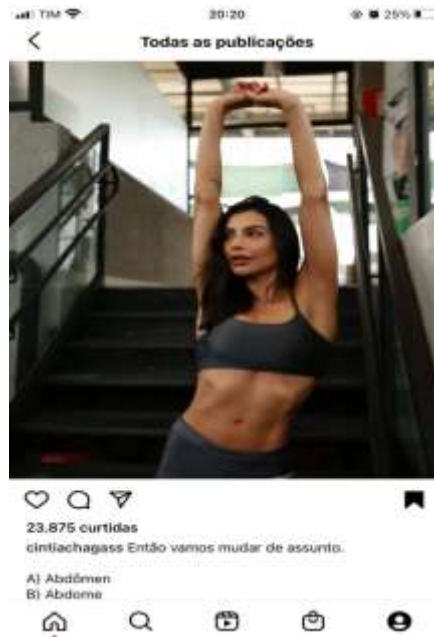
Ao pensarmos que as palavras não significam por si só, é necessário, também, compreendermos os seus deslocamentos de sentidos que se ligam a partir de seus contextos e conjunturas históricos, que se inscrevem num jogo de deslocamentos, repetições e atualizações. A memória, conforme Pêcheux (2010), dá corpo à língua a partir da divisão dos sentidos, da contradição entre o mesmo e o diferente, da tensão criada entre a repetição, a ruptura e o deslocamento. Nas palavras do autor, trata-se de “um jogo de força na memória sob o choque do acontecimento” (PÊCHEUX, 2010, p. 53). Contudo, remetemos a alguns recursos para memorização dos acontecimentos que geram a perpetuação dos níveis de memórias, sendo eles: a estratégia da repetição que “é antes de tudo um efeito material que funda comutações e variações, e assegura – sobretudo ao nível da frase escrita” (PÊCHEUX, 2010, p. 53).

Em virtude disso, é por meio da repetição que recorremos à ideia na qual queremos passar para o interlocutor, mesmo que ele não esteja apto a absorver as informações. Outra possível articulação discursiva seria o jogo da metáfora, como “uma espécie de repetição vertical, em que a própria memória esburaca-se, perfura-se antes de desdobrar-se em paráfrase” (PÊCHEUX, 2010, p. 53). Ou seja, a metáfora é interessante, pois a palavra em si contribui para os dois lados de nosso cérebro (memória e imaginação). Assim, a memória permite com que a pessoa que tem acesso a ela faça uma busca dentro de si e compare com as experiências que já tiveram em algum momento de suas vidas. Nos dois perfis que analisaremos a seguir, observamos como as condições de produção de cada influenciadora é importante para a (re)construção da memória que ora se regulariza pelo estigma, ora se desconecta do lugar dominante do patriarcalismo histórico como forma de instaurar novas e outras memórias, as de resistência. Nesse espaço de movências, dobras, “furos”, a memória discursiva marca-se como um espaço heterogêneo, contraditório e sobretudo aberto às ressignificações.

Da moda da língua à moda do corpo: algumas reflexões iniciais

Para esta nossa reflexão, selecionamos um conjunto de postagens disponíveis nas páginas pessoais das duas influenciadoras digitais – @cintiachagass e @ju_romano – como forma de observarmos os deslocamentos de sentidos sobre a moda do corpo e da língua a partir dos diferentes posicionamentos que (re)produzem memórias que ora consolidam estereótipos cristalizados na sociedade (um corpo precisa ser belo, magro, como um padrão “violão”) ou destoam da maioria dos estigmas produzidos com o objetivo de resistir aos padrões de beleza herdados de um sistema autoritário e, de fato, separatista.

Figura 1 - Recorte do perfil em rede social



Fonte: Instagram, @cintiachagass, 10 jan. 2023.

O primeiro perfil analisado pertence à Cintia Chagas, em sua biografia vemos a seguinte descrição: “educadora; especialista em comunicação”; “falar direito e comunicar-se bem vai transformar a sua vida”; “cursos, palestras e publicidade”. Ela é uma empresária conhecida e influenciadora digital. Ela é formada em Letras pela Universidade Federal de Minas Gerais e, atualmente, em seus perfis em redes sociais, costuma divulgar seus cursos de português com a promessa (utópica) de ensinar a usar a língua de maneira “correta”. Como consequência dessa ação, ela destaca em suas postagens apenas as características de uma variante padrão da língua portuguesa, a gramática normativa, categorizando, com isso, tudo que não é “correto” da norma como “errado” e, por sua vez, “não belo”, “sem sucesso”.

Diante de seus dizeres, seu objetivo é fazer com que seus seguidores “ESCREVAM e FALEM corretamente”, desconsiderando a diversidade e a pluralidade linguística que é um símbolo nacional. Em virtude disso, ao observarmos seu discurso nas redes, ela nem sequer menciona as diversas possibilidades e variações de palavras e expressões da língua que mudam conforme a região do Brasil, sua função central é apontar desvios, os “erros” que não condizem com uma “boa formação” da língua no âmbito profissional. Assim, seu método, predominantemente separatista, moldura duas instâncias discursivas em destaque – o “certo” e o “errado” –, que aumentam ainda mais a disseminação de falsos ideais de prestígio e classe social. Encontramos, como resultado, o destaque de uma qualidade atribuída às pessoas que

falam “corretamente” (e são, conseqüentemente, de classes mais abastadas, as grandes marcas, dominantes) em detrimento às que são deixadas de lado (as mais pobres), quando não concordam, por exemplo, sujeito e predicado da frase (“os menino”), ou usam a vírgula quando não é permitido pela norma.

A essa forma de classificação de concordar ou não as palavras na língua não é um fato recente, trata-se de uma herança histórica marcante e dominante na sociedade brasileira. Se observarmos nossa história, os senhores de engenho, os patrões e, hoje, até mesmo entrevistas de emprego, sempre prioriza(ra)m a norma padrão como responsável por nivelar quem seria ou não apto a assumir um determinado cargo profissional. Na história recente da implementação da linguística em nosso país, a tradição gramatical sempre foi fator principal no ensino, isto é, desde a sua introdução nos cursos de letras em 1961, víamos, ainda, a pouca problematização sobre a descrição dos fatos em relação às características externas (classe social, gênero, idade, escolaridade, entre outros), tendo como foco apenas a questão prescritiva. Não estamos, aqui, desconsiderando os fatos da língua culta e nem questionando a importância dessa variante para o português, pelo contrário, queremos, com essas nossas questões, ressaltar a necessidade de se classificar apenas uma única forma como responsável por definir o perfil (pessoal e profissional) de cada sujeito falante, atrelando o sucesso apenas às categorias limitantes de “certo” e “errado”.

Queremos, com isso, observar os usos dessa forma separatista nas redes e os sentidos colocados em circulação no/pelo discurso como forma de ainda ratificar tais posicionamentos autoritários arraigadas na nossa história social. Ademais, analisando o perfil virtual da empresária Chagas, encontramos, também, um fato interessante ocorrendo: é uma página profissional que mistura fatos com sua vida pessoal, isto é, ao lado de suas postagens profissionais, enaltecendo uma única variante e divulgando seus cursos de português, vemos imagens de seu corpo bem definido e de acordo com o padrão estabelecido pelas classes dominantes: o tal “corpo violão”, padrão de beleza de acordo com um certo imaginário social, definido por uma parcela da população.

Com efeito, não basta vermos apenas postagens sobre o “bom” uso do português por meio de *quiz*, enquetes, *stories*, por exemplo, mas também é importante destacarmos as suas fotos que ressaltam a idealização do corpo (feminino) num prolongamento ao campo da idealização “correta” da língua. Nessa toada, podemos observar uma certa regularidade em suas publicações: corpo e língua como “padrões de sucesso”. Ou seja, se seu objetivo é mostrar o quão a língua “correta” influencia no sucesso profissional, ao colocar-se de corpo “malhado”, conforme o que é estigmatizado pela regulação da moda, conseqüentemente,

podemos pensar que o ideal do corpo físico da mulher também seria o esperado como fórmula de sucesso.

Na figura 1 acima, por exemplo, a imagem mostrada em sua rede dissemina não só um questionamento de como se referir “corretamente” a uma parte do corpo humano, (abdômen ou abdome), em um formato de múltipla escolha, mas também a sua representação corporal, como uma beleza que é cristalizada, e que, assim, (re)produz o falso pensamento de perfeição sobre um corpo, o feminino. Dizendo de outro modo, a empresária utiliza seu corpo como forma de discursivização, além disso, emprega-se do tom do discurso profissional para enriquecer seus ensinamentos e, por conseguinte, (re)produzir a segregação na língua, esquecendo-se, por exemplo, de que nem sempre, para ser feliz, é preciso ter um abdômen (ou abdome, uma variante) *tanquinho*⁸ como o dela. Logo, na postagem acima, vemos a instauração de uma memória discursiva que reproduz estigmas na sociedade, recuperando esse discurso separatista e dominante que impera não só na ordem da língua, que retoma o padrão normativo, mas também na ordem da construção da beleza sobre o corpo da mulher, o padrão de beleza, o que ratifica ainda mais tais modelos criados e cristalizados que há tempos os movimentos sociais tentam desmistificar, dirimir e resistir.

Pela imagem, então, poderíamos problematizar um jogo discursivo que aproxima o pessoal do profissional, um emprego linguístico pouco utilizado nas formas tradicionais de ensino do português, mas que ganha novos contornos e novas memórias quando pensamos nessa relação da língua, corpo e o digital. Resta-nos a seguinte questão: diante da imagem, de um corpo “sarado”, como poderíamos instaurar uma discussão acerca dos dois vocábulos “abdômen ou abdome” e suas formas de uso no cotidiano sem (re)tomar estigmas de beleza incrustados na história? Da vida pessoal da empresária, que retoma a memória do padrão corporal, estimula pensarmos na própria idealização da língua, fugindo das “exceções” (tanto do corpo feminino, quanto da língua) para que na formulação se instaure novamente o estigma separatista. “Abdômen” ou “abdome”, independentemente da forma empregada, rompe com variações que também poderiam ser ditas, mas que, de certo modo, são interditas, já que se trata de uma postagem que levanta uma questão de “certo” e “errado” e, como consequência, quem não responder corretamente nesse ambiente de “controle” já não se encaixaria no modelo “ideal” de profissional de sucesso.

Outro ponto que é interessante de notarmos é a maneira colocada na publicação, em formato de múltipla escolha, que inferi um modo “correto” de se utilizar tal palavra e, por

⁸ Referimos, aqui, ao padrão de beleza impetrado socialmente na contemporaneidade, em que o abdômen é bem definido, magro, com curvaturas bem delimitadas devido a constante prática de exercício físico.

meio disso, caberia a cada seguidor optar por uma resposta que não só definiria em qual “lado” estaria (“certo” ou “errado”), mas também o classificaria socialmente como um ser “mais polido”, de classe dominante e, conseqüentemente, com maiores chances de sucesso profissional, em oposição ao menos sucedido, menos conhecedor da língua e de sua “tradição” normativa.

Sob essa conjectura, podemos pensar que a foto postada na figura 1 por Cintia Chagas remete à continuidade dessa idealização, instaurada na chegada do feminino no mercado de trabalho na década de 1980, em que as mulheres eram valorizadas pela aparência impecável, em que deveriam seguir uma rotina ideal na academia e manter uma alimentação *fitness*, como pretexto para alcançar um corpo musculoso e imaginariamente magro e “perfeito”. Contudo, todo enunciado possui uma fundamentação, nenhum aparece pelo acaso, cada discurso tem seu espaço na história e este não seria diferente. O percurso do ideal de beleza, como já dito, teve várias fases desde a antiguidade e, ao observar o contexto histórico, é possível encontrarmos que o conceito é interrupto, intrínseco e depende do momento ideológico, cultural e social que está inserido. Pêcheux (2010), em suas reflexões, discute algumas das estruturas que representará o objeto do analista de discurso, dentre eles, destaca a seguinte questão: “a imagem [é] operadora de memória social” que “representa a realidade, certamente; mas ela pode também conservar a força das relações sociais (e fará então impressão sobre o espectador)” (PÊCHEUX, 2010, p. 27).

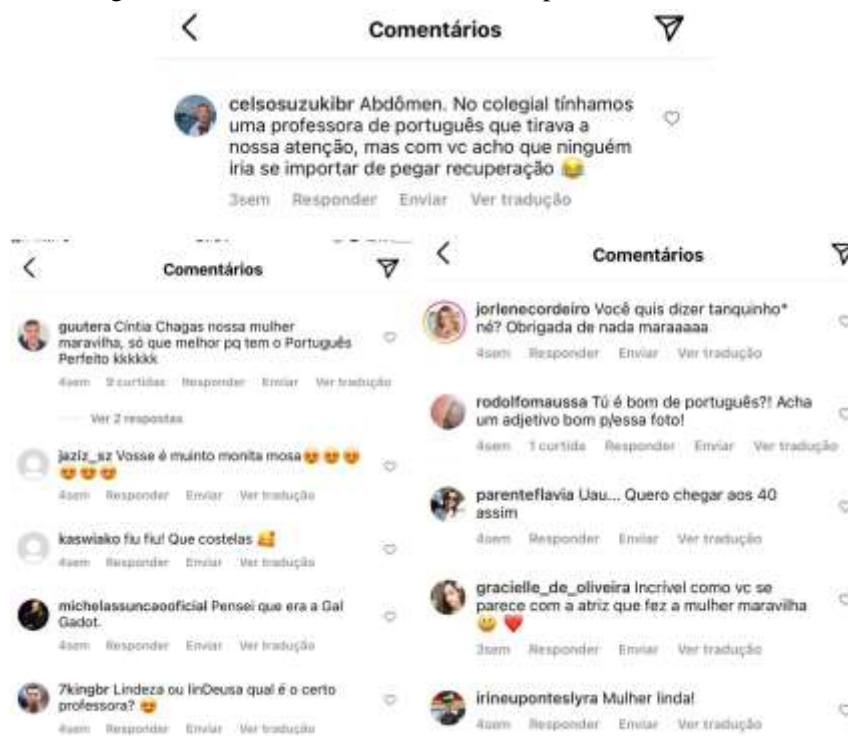
Diante disso, compreendemos que além do método de didatização da professora ser menos “formal” ao publicar uma fotografia com seu abdômen (ou abdome) aparente e seu traje de academia, ela utiliza da sua imagem para fazer referência à falácia de que a boa aparência é essencial tanto para a forma da língua e ter sucesso na vida profissional, como o pessoal, que se liga à memória de perfeição de um corpo feminino que há tempos grandes marcas de roupas, de maquiagem e de beleza (feminina) propiciam como representação do “belo”.

Ao mesmo tempo que Cintia Chagas rompe com uma visão social sobre a padronização do professor tradicional (como único com autoridade em sala, conhecedor supremo de um determinado saber e passa o conteúdo por meio de aulas expositivas), especialmente os de Língua Portuguesa, ela possibilita despertar outras problemáticas ao tentar se adequar ao conceito de “professor inovador” no digital. No entanto, devido ao fato de muitas das vezes sair da instância discursiva de “docente” e pregar pelo padrão, a empresária assume outro lugar, a de não educadora, pois o lucro, ao final, será o ponto final do processo de “ensino”. Nesse caminho, tanto a língua quanto o corpo são utilizados como

ferramentas de classificação de uma memória social dominante que corroboram com estigmas tradicionais e (re)produzem paradigmas sociais cada vez mais arcaicos e utópicos.

Diante desse fator, um dos pontos que comprovam essa realidade são os comentários dos seus seguidores, em que encontramos expressamente comentários distorcidos da aprendizagem da grafia correta da palavra “Abdômen/Abdome” para outros; além de destacarem os elogios sobre a aparência da empresária.

Figura 2 - Recorte dos comentários no perfil em rede social



Fonte: Instagram, @cintiachagass, 10 jan. 2023.

Na imagem anterior, temos distintos comentários, alguns em comparação a atriz que faz o papel da mulher maravilha, retomando o imaginário de que ela é “perfeita” como os poderes da super-heroína. Além disso, tais postagens com comentários acabam reforçando estigmas que fogem do padrão “correto” da língua, destoando totalmente do foco de aprendizagem e deslocando sentidos que ressaltam a beleza de uma mulher, que segue um padrão e tem orgulho de dizer/mostrar por meio de suas postagens. Se pensarmos as relações de sentidos, os comentários ratificam a memória social reproduzida na história como estigmas de um corpo “da moda” dominante. O *tanquinho*, como encontrado, faz referência ao cuidado do corpo, que é essencial, mas que é usado como adjetivo da forma de exaltar um corpo padrão de beleza, o que é esperado sobretudo pela classe dominante. Como dito pelo

sociólogo M. Halbwachs (2010, p. 25), a memória se constitui com “o que ainda é vivo na consciência do grupo para o indivíduo e para a comunidade”. Todavia, para além de expressar uma beleza de corpo feminino, observamos também o ideal que se cria diante de um padrão de língua, ainda, moldado pela sociedade e considerado “correto”.

Figura 3 - Recorte do perfil em rede social



Fonte: Instagram, @ju_romano, 10 jan. 2023.

Na figura 3, recorte do outro perfil que analisaremos, encontramos a imagem de @ju_romano, uma mulher que rompe com o ideal de beleza (im)posto pela sociedade, mostrando pelo seu discurso que a beleza nem sempre é o foco principal, é relativa e vai muito além do aspecto físico de cada um. Influenciadora digital *plus size*, jornalista, modelo e blogueira, Romano usa suas redes e a sua influência para encorajar seus seguidores a elevarem sua autoestima e amor-próprio, um *#bodypositive*, de acordo com ela, independentemente dos padrões sociais pré-determinados.

Em suas postagens, de modo geral, vemos uma mulher confiante de si e do seu corpo que há tempo tenta romper com certos estereótipos atrelados ao feminino, resistindo, portanto, ao discurso dominante da sociedade. Na figura acima, observamos um posicionamento contrário ao do perfil de Cintia Chagas, que defende a qualidade de vida e o bem-estar como requisitos fundamentais para se alcançar o sucesso. Como influenciadora, ela tem uma função social importante de divulgar padrões que não se encaixam à memória dominante, mas que produzem novas memórias por meio da resistência. Além disso, podemos pensar numa

ressignificação da beleza e do padrão estigmatizado: o belo aqui é estar livre de amarras e crenças sociais. Trata-se, de fato, de dois posicionamentos contrários que mostram o confronto político de sentidos na língua, de uma “batalha” discursiva entre lados sociais que ora reproduzem padrões idealizados, ora criam novas instâncias de discursos que promovem o ato de resistir, determinando novos gestos de leitura sobre o corpo da mulher, o sucesso e a língua.

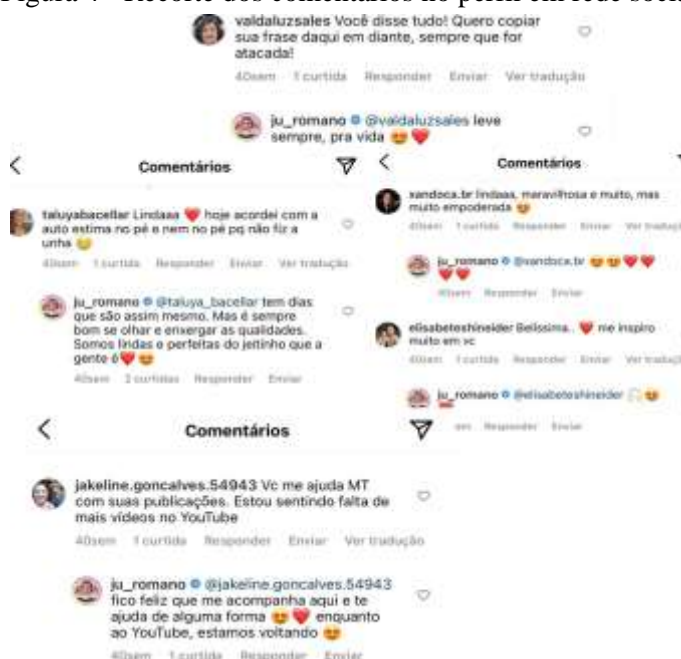
Como simbologia, podemos até pensar que o branco grafado sobre as letras em caixa alta que compõem a imagem representam a paz não apenas no âmbito do confronto de sentidos entre o que é dominante e o que é dominado, mas a refração do bem-estar que essa nova instância proporciona diante da resistência, isto é, estou bem com o meu corpo e sou livre para fazer com ele o que eu bem entender. O próprio incentivo discursivizado pela influenciadora desconstrói certos modelos (de beleza, por exemplo) e exalta a liberdade a partir daquilo que a faz bem. Ela, ao lado de infindáveis movimentos sociais, cria instâncias de discursos que proporcionam novos acontecimentos da história autoritária, segregacionista sobre o corpo feminino e os padrões determinados como “certo” e “errado”.

Diante disto, deparamo-nos com a ascensão industrial e capitalista no século XX, em que as mídias sociais se tornaram mais influentes e habituais, estabelecendo referências para o corpo da mulher. Referências estas inalcançáveis por meios naturais e extremamente prejudiciais tanto fisicamente, quanto psicologicamente às pessoas que não se enquadram no mesmo. Porém, diante dessas conjecturas, deparamo-nos com a influenciadora @ju_romano quebrando com tais paradigmas, pois ao escrever que “Corpo lindo é aquele que abriga uma alma leve”, compreendemos que temos que nos importar com o que carregamos dentro de nós, e não somente no que mostramos para as pessoas ao nosso redor.

Outra questão significativa na imagem é que mesmo sem se enquadrar em um corpo magro, a modelo não se acanha em usar o biquíni e mostrar suas curvas, pois como dito na legenda: “Sua vida pertence a você mesma e ninguém tem o direito de dizer COMO você deve ser feliz.” Ou seja, poderíamos até fazer uma comparação entre alguns efeitos de sentidos que surgem entre ambas as influenciadoras. No caso de Chagas, em suas fotos, a vemos sempre de pé, com braços estendidos, mostrando livremente seu corpo. No caso de Ju Romano, embora discursivize esse “espírito de liberdade”, como em Chagas, a vemos ocupando um espaço que ainda é pautado por padrões, isto é, Romano permanece sentada, com as pernas entrecruzadas e levemente levantadas, não exibindo totalmente seu corpo. Contudo, como forma de “compensar”, ela está em contato com o mar, em um dia ensolarado, em um lugar aberto, em contato com a natureza, o que nos proporciona e ratifica o estado de

liberdade, uma leveza na alma, em contraposição com o “peso” de seu corpo, ditado pelas regras sociais e normativas. Além disso, em sua publicação, ela mostra que as mulheres devem se valorizar da maneira que são, sendo donas do próprio corpo, e tendo a liberdade de usarem o que se sentirem confortáveis independente de julgamentos externos. Mesmo seu mote de reflexão positiva divergindo da outra empresária Cintia Chagas, a função resignificada com essa nova memória é alcançada, como veremos a seguir nos comentários de seguidores.

Figura 4 - Recorte dos comentários no perfil em rede social



Fonte: Instagram, @ju_romano, 10 jan. 2023.

Primeiramente, vemos a identificação do público feminino “fora do padrão” com os dizeres e o corpo de Romano. Em segundo lugar, vemos que seu objetivo de empoderamento é alcançado ao lermos comentários como: “vc me ajuda muito com suas publicações”; “Você disse tudo! Quero copiar a sua frase daqui em diante, sempre que for atacada”. E dentre inúmeros outros.

Pêcheux (2010, p. 25), em seu livro, *Papel da memória*, trata a “memória social e produções culturais” e aborda a perspectiva de que “para que haja memória, é preciso que o acontecimento ou o saber registrado saia da indiferença, que ele deixe o domínio da insignificância”. Diante do percurso estigmatizado sobre o ideal de belo, que é enraizado na mente da sociedade, torna-se perceptível nas produções de Romano a resignificação, a seu modo, dessa memória histórica a partir dos seus vídeos, fotos e legendas, isto é, ela sai do

domínio dessa dominância impetrada socialmente e em seu discurso consegue alcançar uma maior visibilidade no universo das passarelas, revistas, no mundo da moda, ocupando lugares que antes eram bastante restritos.

Figura 5 – Recorte do perfil em rede social



Fonte: Instagram, @ju_romano, 10 jan. 2023.

Na figura acima, podemos observar, mais uma vez, o espaço que a moda *plus size*, representada aqui pelo perfil de @ju_romano, vem se colocando no mercado. Ambas as influenciadoras, embora em instâncias enunciativas distintas, possuem uma regularidade aparente: o corpo feminino, que é a barganha do cenário capitalista contemporâneo. Ou seja, em ambos os perfis, elas colocam seus corpos, o pessoal, numa relação direta com suas vidas profissionais bem-sucedidas, em conformidade com o que o sistema capitalista neoliberal exige, de fato, ao cidadão que o pratica.

O termo *Plus size* foi usado, primeiramente, pela norte-americana Lane Bryant (uma varejista americana especializada em roupas femininas e íntimas, com o foco em manequins “fora do padrão”), no ano de 1920. Tal visibilidade “fora” da moda ganhou espaço no mercado de modelos e desfiles somente no ano de 2011, quando Fluvia Lacerda divulgou seus trabalhos nacionalmente e, posteriormente, no mundo. Em uma entrevista, a modelo ressaltou a dificuldade de encontrar roupas que se adequassem a esse perfil: “a acessibilidade à moda para nós, mulheres gordas, num país de proporções continentais como o Brasil, onde mais da metade da população feminina veste acima do manequim 48, ainda é vergonhosamente

escassa. Poucas pessoas navegam de forma profunda neste assunto. Não temos disponibilidade de moda no Brasil que satisfaça a demanda existente de forma justa”⁹.

Nessa toada, Ju Romano surge questionando o padrão feminino de um corpo criado pela memória social e histórica. Assim, a influenciadora exalta um padrão que não é o descrito por classes dominantes ou por aqueles que detêm maior poder aquisitivo, mas o padrão que restitui o lugar feminino fora das “amarras” históricas, associando o bem-estar do seu corpo aos “#corposlivres”. Ademais, ressignifica todo o movimento que não só ela reafirma diante da imposição da idealização feminina, mas agrega ao digital a *hashtag*, como mecanismo de captação virtual, levando seu conteúdo a todas que também querem se desprender do imaginário imperativo e autoritário sobre a definição do corpo da mulher brasileira. Esse exercício discursivo no e pelo discurso, atrelado ao digital, veste-se pelos algoritmos das redes e amplifica essa instância do discurso “minoritário”, resistindo ao que é modelado, ao que é ideal de acordo com uma parcela da sociedade.

Sob essa conjectura, ao analisarmos a postagem virtual, ao invés do telespectador olhar e querer ser como outra pessoa, sentindo-se mal com suas características físicas, a influenciadora inspira e rompe barreiras para a caracterização de uma nova instância que defende o amor-próprio ao corpo feminino, ao espírito livre” quando se refere: “nosso corpo pode tudo, e pode chegar onde quiser”. É, dessa maneira, romper com o interdiscurso dominante da padronização, possibilitando a abertura de espaços para novas condições de convivência, tornando menos conflituosas para esses corpos. Trata-se, com isso, de conviver com o diferente, ressignificando os sentidos no limiar da história.

⁹ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/a-primeira-modelo-plus-size-brasileira-alcada-ao-posto-de-top-model/>. Acesso em: 16 jan. 2023.

Figura 6 - Recorte do perfil em rede social



Fonte: Instagram, @cintiachagass, 10 jan. 2023.

Já em relação à Cintia Chagas, na figura 6, vemos uma exaltação de um modelo fotográfico característico de ensaios e desfiles de moda. Atrelado a esse cenário pouco usual, sua legenda, mais uma vez, ratifica a mistura dos setores pessoais e profissionais ao trazer uma questão de ordem linguística: a opção de escolha entre a flexão do verbo haver (haja) e a do verbo agir (aja). Nada fora do padrão em relação à imagem da empresária, como um manequim “esperado” por grandes empresas de moda (cintura fina, cabelos lisos, alta, e branca, fomentando ainda mais a busca da perfeição não só intelectual, como física das mulheres que a seguem e a admiram), encontramos, de forma contrária, algo que não é similar, destoando dessa idealização construída na ordem da memória coletiva sobre a ordem da língua e a ordem da sala de aula.

Com efeito, enquanto professora, empresária e influenciadora digital, Chagas contribui para a objetificação do corpo feminino, em especial, às professoras de uma realidade nada aparente e que se estigma pelo excesso do trabalho e pouco cuidado com o corpo. Podemos dizer que o mesmo acontece com a figura 5, quando vemos o corpo, nessa outra instância enunciativa, discursivizar a liberdade frente ao preconceito latente da sociedade brasileira. Ademais, a empresária cria uma cultura enraizada quanto a sexualização dessa profissão, exaltando muitas vezes apenas o fator “belo”, sem considerar as dificuldades que todas enfrentam no dia a dia do trabalho. Portanto, ao tratarmos aqui da objetificação do corpo feminino, referimo-nos à banalização da imagem da mulher, quando a aparência tem mais

importância que todos os outros aspectos que as caracterizam/definem como sujeitos inscritos em diferentes instâncias discursivas.

Apesar de não deixar explícito sua obsessão pela imagem impecável, compreendemos que por meio de todos os seus posicionamentos e “escolhas”, e que se adequam à memória da idealização do corpo e da língua, Chagas apresenta seu dizer no entremeio dos discursos sobre o corpo da mulher e sobre a linguagem padrão, que corroboram, ainda, para a promoção da separação entre “certo” e “errado”, o “bonito” e o “feio”, além de instaurar uma visão dicotômica, binária, polarizada e logocêntrica. Conforme Pêcheux (2010, p. 27), “a imagem representa a realidade, certamente; mas ela pode também conservar a força das relações sociais (e fará então impressão sobre o espectador)”.

Por conseguinte, suas publicações na rede social analisada dialogam com uma cultura e uma memória social cristalizada, podendo, assim, estimular milhões de seguidoras a sentir-se tentadas a alcançar e a se parecer utopicamente com ela, isto é, uma equação que fomenta e emula uma disputa do corpo feminino de acordo com modelos pré-determinados por setores dominantes, assim como saber falar a língua corretamente como corolário de sucesso tanto pessoal quanto profissional, que serão, de fato, garantidos.

Considerações finais

Diante de nossas observações, pudemos analisar ao longo das últimas páginas algumas reflexões acerca do corpo feminino e dos usos da língua no e pelo discurso promovidos pelas redes, em especial o Instagram. Nesse exercício, vimos os deslocamentos de sentidos (im)postos a partir de duas instâncias discursivas: de um lado, uma mais conservadora, caracterizada no perfil da empresária Cintia Chagas e, por outro, de resistência, na figura de Ju Romano. Nosso objetivo, para além de identificar os imaginários sociais por meio da história empregada e discursivizada pelo corpo da mulher, vimos como novas questões, como os usos e empregos da norma culta, influenciam na construção de novos cenários discursivos irrompendo novas ressignificações.

Além disso, como tais instâncias, ainda, configuram grande parte do *modus operandi* da construção do ideal de perfeição – do corpo e da língua – a partir de certos estigmas sociais que reproduzem, ao longo da história, memórias sociais coletivas e separatistas. Ao mostrarmos o perfil de @ju_romano, uma influenciadora digital, buscamos compreender quais sentidos de re(x)istência aparecem diante de pré-conceitos cristalizados e dominantes

que determinam toda a discursivização sobre o corpo da mulher. Ou seja, de acordo com certas memórias padronizadas sobre o que é o corpo feminino dito por homens, brancos, heterossexuais, por exemplo, recontam toda um sentido classista pregado ao longo da história da humanidade.

Assim, pensamos que tal padronização da beleza gera inúmeros agravantes para a sociedade, especialmente, para o ideal feminino devido ao fato de a mulher ser símbolo de perfeição, ou ocupar um espaço determinado em razão de uma herança antiga que se arrasta e impregna os seus corpos até hoje. Observamos, também, o aditamento do conceito de beleza como sinônimo de sucesso, formosura e alegria, criado sobretudo pelo capitalismo que impera socialmente e disseminado sobretudo pelo discurso midiático, como forma de expandir o ideal do corpo de acordo com suas definições e estereótipos.

No caso de Chagas, por exemplo, tal idealização é criada num *entrelugar*, em um cenário constituído e (re)modelado por meio das redes sociais, ainda pouco comum, e diferente das salas de aula, cujo espaço é dedicado a ensinar a língua portuguesa; ela mistura sentidos que trazem não somente a construção de um cenário permitido por causa do digital, em que configura seu discurso baseado numa norma culta como definição de sujeito bem educado, profissional e de sucesso, mas também coloca, a partir de sua discursivização, “à margem” todos aqueles que não se adequam a essa padronização (tanto do corpo quanto da língua).

Já no perfil de @ju_romano, observamos um exercício contrário que vem à favor das recentes e importantes formas de re(x)stir de movimentos de mulheres que rompe(ra)m com certas memórias e imaginários sociais, a fim de conquistarem seu espaço e aceitarem suas (im)perfeições independentemente de padrões pré-definidos. Trata-se, com isso, de olharmos para essa história, contada sobretudo por homens e classes dominantes, e rompermos com essa memória social coletiva separatista.

Logo, sabemos que cada vez mais famosos das redes, ou os chamados *digital influencers* pregam, a todo custo, modos de vida que se alinhem a uma felicidade que é fabricada, vendendo-a como um estilo de vida que todos precisam seguir, se encaixar, tornando-se, desse modo, ferramentas que cada vez mais fomentam esses discursos dominantes e proporcionam, ainda, a desigualdade. Nesse caminho, vemos exercícios de re(x)istência por grandes movimentos que têm influenciado mais e mais o rompimento dessas redes de memória coletiva como forma de ressignificar os “novos padrões” que tentam se redefinir a partir das novas condições de produção sobre o corpo feminino e/ou a língua: um corpo pouco estruturado, formas não tão simétricas, a diversidade linguística e fatores que

exteriorizam a própria cultura e a identidade de um povo. Todos esses modelos, ainda pouco difundidos, ganham contornos significativos com essa movimentação de sentidos que re(x)istem à idealização criada por poucos. Ainda, é preciso resistirmos a tais dominações sociais, com esperança de que aos poucos, mesmo a passos lentos, tenham novas realidades que parem de colocar os sujeitos, em especial as mulheres, em “caixinhas” etiquetadas conforme os interesses de poucos.

Referências

A primeira modelo plus size brasileira alçada ao posto de top model. Revista **Veja**, 7 ago. 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/a-primeira-modelo-plus-size-brasileira-alcada-ao-posto-de-top-model/>. Acesso em: 16 jan. 2023.

BEAUVOIR, S. **O segundo sexo**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2009.

BUTLER, J. Fundamentos contingentes: o feminismo e a questão do ‘pós-modernismo’”. Cadernos **Pagu**, n. 11, p. 11-42, 1998. Disponível em: file:///C:/Users/Proprietario/Downloads/cadpagu_1998_11_2_BUTLER.pdf. Acesso em: 10 ago. 2022.

Cintia Chagas. Instagram, 10 jan. 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/cintiachagass/?hl=pt-br>.

DARÓZ, E.; RUIZ, M. A. A., SOUSA, L. M. A. Entre história e memória: a beleza feminina em (dis)curso. In: SILVA, D. S., SILVA, C. S. **Pêcheux em (dis)curso: entre o já-dito e o novo**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2021.

DAVALLON, J. A imagem, uma arte de memória? In: ACHARD, P. (Org.). **Papel da memória**. Campinas: Pontes, 2010.

DIAS, C. A análise do discurso digital: um campo de questões. **REDISCO** – Revista Eletrônica de Estudos do Discurso e do Corpo, [S.1], v. 10, n. 2, 2016. Disponível em: <http://periodicos2.uesb.br/index.php/redisco/article/view/2515/2079>. Acesso em: 15 jan. 2023.

HALBWACHS, M. La mémoire collective. Paris, **Presses Universitaires de France**. 1950. Disponível em: <https://www.worldcat.org/title/memoire-collective/oclc/369878437?referer=di&ht=edition>. Acessado em: 16 jan. 2023.

Ju Romano. Instagram, 10 jan. 2023. Disponível em: https://www.instagram.com/ju_romano/.

ORLANDI, E. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2002.

Júlia dos Santos Oliveira, Marco Antonio Almeida Ruiz. Memória e(m) resistência no discurso: (des)construção do corpo feminino e da língua no/pelo digital.

PÊCHEUX, M. Papel da memória. In: ACHARD, P. (Org.). **Papel da memória**. Campinas: Pontes, 2010.

PÊCHEUX, M. **Discurso**: estrutura ou acontecimento. Trad. Eni P. Orlandi. 5. ed. Campinas: Pontes, 2008.

Recebido em: 15 de abril de 2023
Aceito em: 21 de dezembro de 2023