

## **COMPORTAMENTO AGRESSIVO NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS: ATAQUE AO CORPO GORDO**

**AGGRESSIVE BEHAVIOR ON SOCIAL MEDIA: ATTACKS ON FAT BODIES**

**COMPORTAMIENTO AGRESIVO EN REDES SOCIALES: ATAQUES A CUERPOS GORDOS**

 <https://doi.org/10.56238/arev7n12-213>

**Data de submissão:** 16/11/2025

**Data de publicação:** 16/12/2025

**Érica Anita Baptista**

Doutora em Ciência Política

Instituição: Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP)

E-mail: [anitaerica@gmail.com](mailto:anitaerica@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3154-3820>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8278888495763885>

**Bruna Rezende Presmic**

Mestra em Comunicação Digital

Instituição: Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP)

E-mail: [presmic@gmail.com](mailto:presmic@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-3002-8253>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2440449326231510>

### **RESUMO**

Este trabalho investiga o comportamento agressivo e o discurso de ódio direcionados a corpos gordos nas redes sociais digitais, um fenômeno complexo que inferioriza e estigmatiza indivíduos. O foco está em como a gordofobia se manifesta online, buscando compreender suas motivações e estímulos. Os objetivos incluem analisar esses comportamentos à luz de referenciais teóricos da comunicação, de estudos culturais e de sociologia do corpo. A fundamentação teórica abrange o discurso de ódio, comunicação digital, e discussões sobre corpo, estigma e gordofobia. Para a pesquisa, foram considerados os perfis de cinco influenciadoras e o conteúdo manifesto foi analisado com base em quatro categorias, a partir da literatura de referência. Os principais resultados identificam categorias de ataques como patologização e invalidação do ativismo.

**Palavras-chave:** Discurso de Ódio. Gordofobia. Estudos Culturais. Influenciador Digital. Comunicação Digital. Corpo Livre. Ativismo Digital

### **ABSTRACT**

This work investigates aggressive behavior and hate speech directed at fat bodies on digital social networks, a complex phenomenon that inferiorizes and stigmatizes individuals. The focus is on how fatphobia manifests online, seeking to understand its motivations and stimuli. The objectives include analyzing these behaviors in light of theoretical frameworks from communication, cultural studies, and the sociology of the body. The theoretical foundation encompasses hate speech, digital communication, and discussions about body, stigma, and fatphobia. For the research, the profiles of five influencers were considered, and the manifested content was analyzed based on four categories, derived from the

reference literature. The main results identify categories of attacks such as pathologization and invalidation of activism.

**Keywords:** Hate Speech. Fatphobia. Cultural Studies. Digital Influencer. Digital Communication. Body Positivity. Digital Activism

## RESUMEN

Este trabajo investiga el comportamiento agresivo y el discurso de odio dirigido a las personas con sobrepeso en las redes sociales digitales, un fenómeno complejo que inferioriza y estigmatiza a las personas. Se centra en cómo se manifiesta la gordofobia en línea, buscando comprender sus motivaciones y estímulos. Los objetivos incluyen analizar estos comportamientos a la luz de marcos teóricos de la comunicación, los estudios culturales y la sociología del cuerpo. La base teórica abarca el discurso de odio, la comunicación digital y los debates sobre el cuerpo, el estigma y la gordofobia. Para la investigación, se consideraron los perfiles de cinco influencers y se analizó el contenido manifestado con base en cuatro categorías derivadas de la literatura de referencia. Los principales resultados identifican categorías de ataques como la patologización y la invalidación del activismo.

**Palabras clave:** Discurso de Odio. Gordofobia. Estudios Culturales. Influencer Digital. Comunicación Digital. Positividad Corporal. Activismo Digital.

## 1 INTRODUÇÃO

Este artigo propõe analisar o comportamento agressivo e o discurso de ódio direcionados a corpos gordos em redes sociais digitais, buscando compreender as motivações e os estímulos subjacentes a esses discursos de ódio, à luz de referenciais teóricos da comunicação, dos estudos culturais e da análise do comportamento. A relevância deste estudo reside na necessidade de aprofundar a compreensão sobre a gordofobia como um problema social e comunicacional, especialmente no ambiente digital. Embora a obesidade seja frequentemente enquadrada como uma questão de saúde pública (Anjos, 2006; OMS, 2024), argumenta-se que o discurso de ódio online contra corpos gordos não pode ser dissociado de construções histórico-culturais que associam a gordura à falha moral, à falta de controle e à doença (Vigarello, 2012; Strings, 2019), nem das dinâmicas próprias das redes digitais que podem potencializar a agressividade e a formação de “bolhas” de opinião (Castells, 2009; Couto, 2014).

Assim, o objetivo central deste trabalho é analisar como o discurso de ódio gordofóbico se manifesta; e está na interface entre os estudos sobre discurso de ódio (Brugger, 2007), comunicação digital (Castells, 2015; Bentes, 2015), e as discussões sobre corpo, estigma e gordofobia (Le Breton, 2012; Poulain, 2013; Rangel, 2017; Paim & Kovaleski, 2020). Para a pesquisa, foram analisadas as publicações de cinco influenciadoras digitais, a partir de quatro categorias de ataques gordofóbicos provenientes da literatura. A escolha das influenciadoras foi motivada pela visibilidade que elas conferiram às mensagens de ataque e agressão que elas receberam em seus perfis no Instagram. Assim, este é parte de uma abordagem qualitativa, entendida como uma metodologia mais adequada ao objeto escolhido. Foram analisados os conteúdos que se referem a discursos de ódio que as influenciadoras sofreram e que foram publicizados por elas. Ao investigar as especificidades do ataque ao corpo gordo online, busca-se contribuir para o debate sobre liberdade de expressão versus discurso de ódio, a responsabilidade das redes sociais digitais e a urgência de se combater todas as formas de discriminação, incluindo aquelas baseadas no peso corporal, que frequentemente são naturalizadas ou minimizadas sob o pretexto da preocupação com a saúde.

## 2 GORDOFOBIA: CONSTRUÇÃO HISTÓRICO-SOCIAL E ESTIGMA

A gordofobia, definida como o preconceito, a discriminação e a aversão a pessoas gordas (Rodrigues, 2018), não é um fenômeno recente nem meramente estético. Suas raízes podem ser traçadas historicamente, revelando uma complexa construção social que associa o corpo gordo a significados negativos. Como apontam Cruz e Bastos (2015), a percepção do corpo gordo na sociedade ocidental passou por transformações antagônicas: de símbolo de riqueza e saúde a signo de doença,

deformidade e falha moral. Vigarello (2012) detalha como, a partir dos séculos XVIII e XIX, com o avanço da química e da anatomia e o surgimento de modelos de medição como o precursor do IMC, o corpo gordo passou a ser visto como responsabilidade individual, um aparelho energético sujeito a controle. A “batalha” contra a obesidade, intensificada nos séculos XX e XXI, consolidou a ideia de que o indivíduo gordo é culpado por sua condição, um fracasso em uma sociedade que valoriza o autocontrole e a adaptabilidade (Vigarello, 2012). O estigma associado à gordura, portanto, não se limita à aparência, mas carrega um peso moral e psicológico (Vigarello, 2012), resultando em exclusão social, vulnerabilidade à depressão, baixa autoestima e ansiedade (Alves et al., 2021).

### **3 DISCURSO DE ÓDIO NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS**

As redes sociais digitais, ao permitirem a comunicação “de todos para todos” (Couto, 2014) e fomentarem uma “cultura do compartilhamento”, tornaram-se arenas privilegiadas para a expressão de opiniões, mas também para a disseminação de discursos de ódio. Segundo Brugger (2007), o discurso de ódio é o discurso capaz de insultar, intimidar ou assediar pessoas em função de sua cor, raça, religião etc., ou que tenha a capacidade de instigar a violência, ódio ou discriminação contra essas pessoas. Nessa trilha, as discussões mais atuais sobre a polarização também participam desse cenário, na medida em que segregam as opiniões, reforçam predisposições e incentivam o comportamento das bolhas.

No contexto da gordofobia online, o discurso de ódio frequentemente se mascara como preocupação com a saúde, utilizando argumentos pseudocientíficos ou distorcendo o discurso médico para justificar ataques e julgamentos. Poulain (2013) e Birman (2012) criticam a midiatização alarmista da obesidade como epidemia, que fomenta um cenário de guerra contra as pessoas gordas (Farrell, 2011; Rigo & Santolin, 2012). Paim e Kovaleski (2020) analisam como as próprias diretrizes médicas podem reproduzir estereótipos e adotar posturas gordofóbicas, patologizando o corpo gordo e negligenciando a saúde mental. A aparente possibilidade de anonimato e a velocidade de propagação da informação nas redes sociais digitais potencializam o exercício abusivo da liberdade de expressão (Stroppa e Rothenburg 2015). O discurso de ódio online contra pessoas gordas, assim como outras formas de preconceito, utiliza estratégias persuasivas como a criação de estereótipos, o apelo emocional e a repetição (Brown, 1971) para angariar adeptos e normalizar a violência.

### **4 CORPO, MÍDIA E ATIVISMO DIGITAL**

O corpo não é apenas uma entidade biológica, mas uma construção social e cultural, um lócus de significados e poder (Le Breton, 2012). As redes sociais digitais tornaram-se espaços centrais para a negociação desses significados e para a disputa em torno das representações corporais. A exposição

de corpos gordos desafia os padrões hegemônicos de beleza e saúde, gerando reações intensas que variam do apoio à hostilidade explícita. Por outro lado, as mesmas plataformas que veiculam o ódio também possibilitam a emergência de movimentos de resistência e ativismo. O “ativismo gordo”, como analisado por Rangel (2018), utiliza as redes sociais digitais para construir comunidades, promover a visibilidade de corpos diversos, questionar padrões estéticos e médicos, e lutar por reconhecimento e direitos. Essa “mídia multidão” ou “midialivrismo” (Bentes, 2015) representa uma forma de contrapoder, onde indivíduos se assumem como produtores de conteúdo e articulam pautas coletivas (Castells, 2015). No entanto, como alerta Castells, as redes não são neutras, e as dinâmicas de poder podem influenciar a configuração das interações e a visibilidade de determinados discursos.

## 5 METODOLOGIA

Este estudo tem como foco os ataques ao corpo gordo, nomeadamente, as agressões que ocorrem nas mídias digitais. Além disso, o trabalho também se insere nas discussões sobre a linha tênue entre a liberdade de expressão e o discurso de ódio, os graus de responsabilidade das redes sociais digitais e a necessidade de um letramento que visa o combate às formas de discriminação. Para esta pesquisa, foram analisados os perfis, no Instagram, de cinco influenciadoras digitais: Isabella Trad @todebells; Jaíni Oyakawa @jainioyakawa; Jéssica Lopes @jessicalopes; Mel Soares @relaxaaifofa; e Raíssa Galvão @rayneon. Para a análise, foram selecionados os conteúdos que têm referência a discursos de ódio sofridos pelas influenciadoras e que elas tornaram público.

Imagen 1 – Perfis das influenciadoras no Instagram



**todebells** Seguindo Enviar mensagem ...

1.615 publicações 134 mil seguidores 5.783 seguindo

**Isabella Trad | Bells**  
Blog pessoal  
corpo livre 31y [@coisagostosx](#)  
 contatoisabellatrad@gmail.com

**jainioyakawa** Seguindo Enviar mensagem ...

360 publicações 17,7 mil seguidores 440 seguindo

**J A Í! | Jaíni Oyakawa** ela/dela  
 jainioyakawa  
Criador(a) de conteúdo digital  
 Quebrando padrões • Lifestyle • Moda Plus Size •  
Body Positive • Cultura asiática e meus surtos  
 @\_desapegosajai... mais

**jessicalopes** Seguindo Enviar mensagem +  
**8.025** publicações **1,1 mi** seguidores **3.670** seguindo  
**Jéssica Lopes**  
© jessicalopes  
Criador(a) de conteúdo digital  
Empresária do amor-próprio e mentora da autoestima  
⚡ moda, beleza e vida com propósito  
⚡ jessicalopes@gaiyah.ag  
Quer... mais  
🔗 consultoriaempodera.com.br/consultoria-empodera

**relaxaaifofa** Seguir Enviar mensagem +  
**4.934** publicações **328 mil** seguidores **6.107** seguindo  
**MEL SOARES FRANCISCO** ela/dela  
© relaxaaifofa  
Criador(a) de conteúdo digital  
Boss. Fashion. Hair • Lifestyle  
Embaixadora @bioextratus Cupom MEL  
comercialmelsoares@gmail.com

**rayneon** Seguindo Enviar mensagem +  
**2.389** publicações **313 mil** seguidores **2.915** seguindo  
**Raissa Galvão** ela/dela  
Blogueiro(a)  
👉 Plena e imensa de gorda  
👉 Desconstruidora de padrões  
👉 MODA . VIAGEM . SAÚDE MENTAL .  
AUTO CONHECIMENTO  
bipolar |... mais  
🔗 www.youtube.com/RayNeon

Fonte: Instagram oficial das influenciadoras

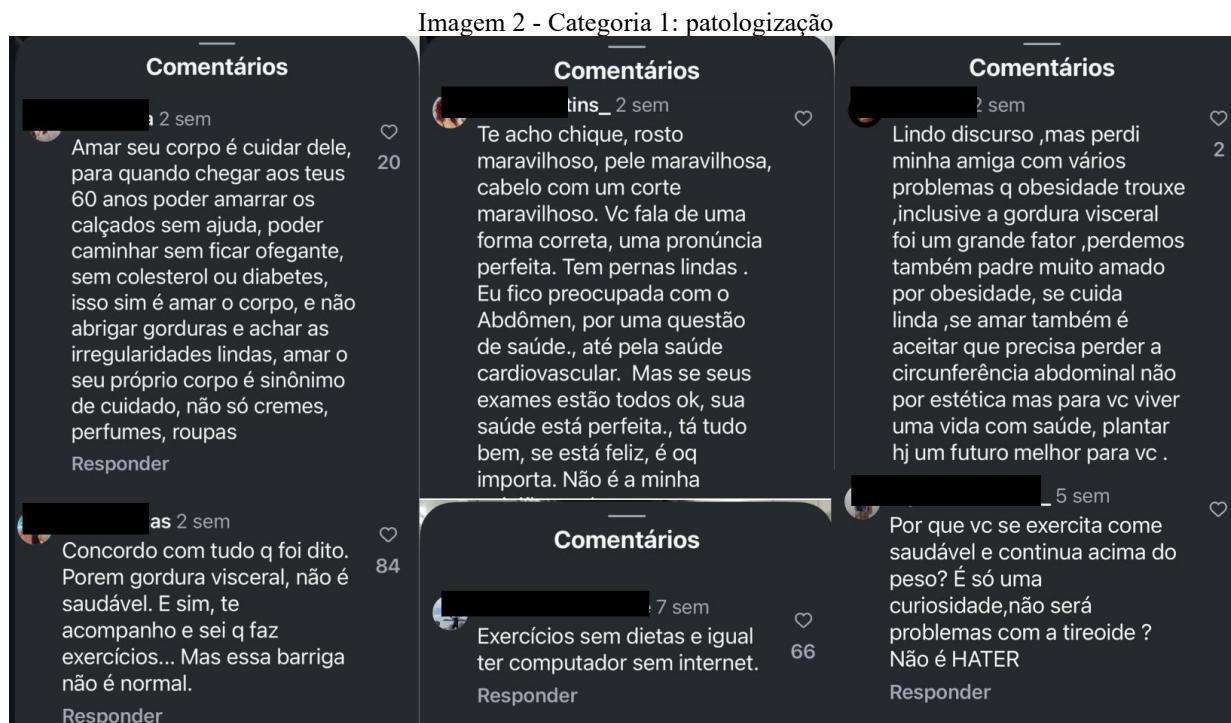
A análise partiu de quatro categorias de ataques gordofóbicos, de acordo com o proposto pela literatura de referência, a saber: 1) Patologização e falsa preocupação com a saúde; 2) Julgamento moral e desqualificação do caráter; 3) Ataques à aparência e objetificação; e 4) Invalidação do ativismo e da autoestima. Foram identificados e classificados os tipos de ataques. As categorias foram aplicadas aos conteúdos na tentativa de entender a dinâmica dos ataques e são auto excludentes, ou seja, a cada conteúdo foi atribuída uma categoria.

## 6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise dos padrões discursivos online revela um panorama complexo e agressivo de manifestações gordofóbicas, corroborando a problemática delineada na introdução e fundamentada

teoricamente. A observação do material e a literatura sobre o tema permitem identificar e discutir padrões recorrentes de discurso de ódio nesse contexto específico. Emergem, principalmente, as seguintes categorias de ataques gordofóbicos:

1. Patologização e falsa preocupação com a saúde: Uma estratégia discursiva recorrente é a tentativa de mascarar o preconceito sob o véu da preocupação com a saúde. Comentários que associam diretamente o corpo gordo à doença, que preveem problemas de saúde futuros ou que acusam de “romantizar a obesidade” são frequentes. Essa abordagem reflete a crítica de Paim e Kovaleski (2020) sobre como o discurso médico, mesmo que bem-intencionado em sua origem, pode ser cooptado e distorcido para legitimar a gordofobia, focando na patologização do corpo gordo e ignorando a subjetividade e o bem-estar psicossocial do indivíduo (Le Breton, 2012). A insistência na obesidade como uma epidemia a ser combatida (Poulain, 2013; Birman, 2012) fornece um álibi para a vigilância e o julgamento dos corpos alheios, transformando o preconceito em um suposto ato de cuidado ou alerta.

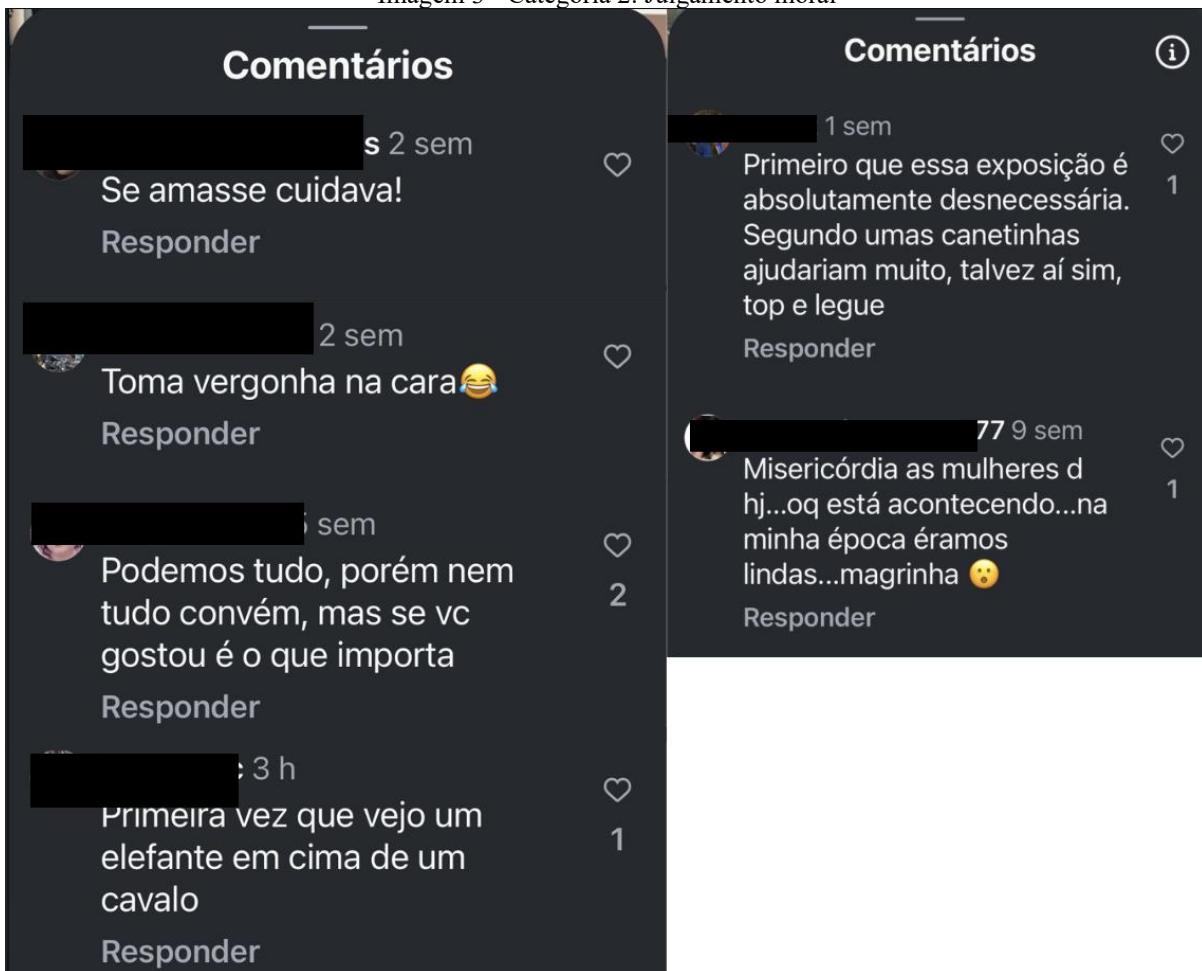


Fonte: Reprodução do Instagram

2. Julgamento moral e desqualificação do caráter: Em linha com a construção histórica que associa gordura à falta de controle e à falha moral (Vigarello, 2012), muitos comentários atacam o caráter e os hábitos de indivíduos gordos. O corpo gordo é apresentado não como uma característica física, mas como um reflexo de defeitos

moraes. Essa associação, profundamente arraigada no imaginário social, serve para desumanizar a pessoa gorda e justificar a hostilidade direcionada a ela. A exposição pública e a auto aceitação de corpos gordos parecem desafiar essa norma, intensificando os ataques que buscam reafirmar o estigma.

Imagen 3 - Categoria 2: Julgamento moral



Fonte: Reprodução do Instagram.

3. Ataques à aparência e objetificação: Comentários que focam exclusivamente na aparência física, utilizando termos depreciativos, insultos diretos e comparações animalescas, são abundantes. O corpo gordo é frequentemente ridicularizado, objetificado e descrito como repugnante ou grotesco. Essa forma de violência verbal visa ferir a autoestima e reforçar a ideia de que corpos gordos são inherentemente indesejáveis e não merecem visibilidade ou respeito. A objetificação reduz a pessoa à sua forma física, negando sua complexidade e humanidade.

Imagen 4 - Categoria 3: Ataques à aparência



Fonte: Reprodução do Instagram.

4. Invalidação do ativismo e da autoestima: Muitos ataques questionam a legitimidade do ativismo gordo e a postura de auto aceitação. Comentários sugerem que a autoestima é falsa, que busca apenas atenção ou que o trabalho desserve à sociedade ao incentivar a obesidade. Essa linha argumentativa revela a dificuldade em aceitar que pessoas gordas possam ter autoestima, ocupar espaços públicos com confiança e lutar por seus direitos. O ativismo gordo, como discutido por Rangel (2018), desafia diretamente as estruturas de poder que marginalizam corpos dissidentes, e a invalidação desse ativismo é uma forma de tentar silenciar essa resistência.

Imagen 5 - Categoria 4: Invalidação do ativismo



Fonte: Reprodução do Instagram.

A análise evidencia como a gordofobia online opera através de múltiplas estratégias, desde a violência explícita até formas mais insidiosas de desqualificação e patologização. A interação em perfis que desafiam normas estéticas e discursos sanitários hegemônicos catalisa reações agressivas que buscam reafirmar o controle social sobre os corpos e punir a dissidência. A dinâmica observada dialoga com a noção de Foucault (2008) sobre o discurso como prática que constitui sujeitos e relações de poder.

O discurso gordofóbico online não apenas reflete preconceitos existentes, mas ativamente os reforça e os dissemina, contribuindo para a manutenção de um ambiente hostil para pessoas gordas. A aparente falta de empatia e a agressividade desenfreada podem ser parcialmente explicadas pela desinibição online e pela formação de “câmaras de eco” onde discursos de ódio são validados e amplificados (Castells, 2009). É crucial notar a diferença na reação social à gordofobia em comparação com outras formas de preconceito. Enquanto ataques racistas ou homofóbicos frequentemente geram ampla condenação e mobilização de apoio (ainda que insuficientes), a gordofobia muitas vezes é minimizada, justificada ou até mesmo endossada, inclusive por outras pessoas gordas, refletindo a profunda internalização do estigma. A luta pela criminalização da gordofobia e por maior reconhecimento legal é um passo importante, mas a mudança cultural e a desconstrução do preconceito exigem um esforço contínuo de educação, conscientização e promoção de representatividade positiva. Souza e Gonçalves (2021) alertam, ainda, para a gravidade das agressões direcionadas a mulheres gordas e a importância de inserir as questões de gênero nas agendas de pesquisa.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo trouxe resultados de uma pesquisa que analisou o comportamento agressivo e o discurso de ódio direcionados a corpos gordos nas redes sociais digitais, tomando como ponto de partida as interações online em perfis de influenciadoras gordas. A análise permitiu identificar padrões recorrentes de ataques gordofóbicos, que vão desde a patologização disfarçada de preocupação com a saúde até insultos diretos, julgamentos morais e invalidação do ativismo. Os resultados discutidos apontam para a complexidade da gordofobia como um fenômeno social e comunicacional profundamente arraigado, que encontra no ambiente digital um espaço de amplificação e viralização. A hostilidade direcionada a corpos que desafiam a norma hegemônica evidencia como a exposição de corpos ainda é recebida com violência, buscando punir a dissidência e reafirmar estígmas históricos que associam a gordura à falha, à doença e à inadequação. O discurso de ódio online, nesse contexto, não é apenas um reflexo de preconceitos individuais, mas uma manifestação de estruturas de poder que operam para controlar e disciplinar os corpos. A articulação entre o discurso médico-sanitarista e o preconceito mostrou-se uma estratégia central na legitimação dos ataques, revelando a urgência de uma abordagem crítica sobre como a saúde é comunicada e como o foco na obesidade pode, paradoxalmente, gerar mais violência e sofrimento psíquico para as pessoas gordas, afastando-as, inclusive, de cuidados efetivos (Abeso, 2022; Paim & Kovaleski, 2020).

As implicações deste estudo são múltiplas. Primeiramente, reforça-se a necessidade de reconhecer a gordofobia como uma forma de discriminação grave, que causa danos psicológicos e sociais significativos (Alves et al., 2021) e que demanda respostas tanto no âmbito legal quanto cultural. Em segundo lugar, o estudo sublinha a responsabilidade das redes sociais digitais na moderação de conteúdos e no combate ao discurso de ódio. Embora a liberdade de expressão seja um direito fundamental (ONU, 1948), ela não pode servir de escudo para ataques que ferem a dignidade e incitam a violência contra grupos vulnerabilizados (Brugger, 2007). São necessárias políticas mais eficazes e transparentes por parte das empresas de tecnologia. Terceiro, destaca-se o papel crucial do ativismo digital na promoção da auto aceitação, na desconstrução de estereótipos e na criação de redes de apoio (Rangel, 2018; Bentes, 2015). A visibilidade e a resistência de corpos gordos no espaço público digital são atos políticos fundamentais na luta contra a gordofobia. Entre as limitações deste estudo, destaca-se o foco em cinco perfis do Instagram de pessoas gordas selecionadas, o que não permite generalizações amplas. Importante reconhecer, ainda, que outras dimensões precisam ser consideradas na extensão da pesquisa, sobretudo, em relação às questões sobre os feminismos, uma vez que se observa a intensificação do discurso de ódio quando o alvo são mulheres gordas.

A análise baseou-se na observação de comentários públicos, sem acesso às intenções ou perfis detalhados dos agressores. Sugere-se, para futuras pesquisas, a ampliação do corpus de análise, incluindo outras redes sociais digitais e perfis, a realização de estudos etnográficos digitais que acompanhem as interações por mais tempo, e investigações que explorem as motivações e percepções dos próprios autores dos discursos de ódio, bem como os impactos na saúde mental das vítimas. A análise comparativa entre diferentes tipos de discurso de ódio online também pode trazer contribuições relevantes. Em suma, combater a gordofobia nas redes sociais digitais e fora delas exige um esforço coletivo que envolve educação para a mídia, promoção da empatia, valorização da diversidade corporal, políticas públicas eficazes e a responsabilização de indivíduos e plataformas pela disseminação do ódio.

## REFERÊNCIAS

ABESO - Associação Brasileira para o estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica. Obesidade e a gordofobia: percepções 2022. São Paulo: ABESO, 2022. Disponível em: [https://abeso.org.br/wp-content/uploads/2022/06/ebook\\_gordofobia-1.pdf](https://abeso.org.br/wp-content/uploads/2022/06/ebook_gordofobia-1.pdf) Acesso: set. 2025.

ALVES, Camila; GUILHERME, Alexandre; SANTOS, Lara. Expressões da violência associada ao corpo gordo. *Revista Polis e Psique*, v. 11, n. 3, p. 160-183, 2021. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/PolisePsique/article/view/116316> Acesso: set. 2025.

ANJOS, Luiz Antonio. Obesidade e saúde pública. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2006.

BENTES, Ivana. Mídia multidão ou midialivismo. In: FONSECA, V.; PEREIRA, V. A. (org.). Redes digitais e sustentabilidade: as interações públicas e privadas mediadas pela arquitetura da rede. Salvador: EDUFBA, 2015.

BIRMAN, Joel. O sujeito na contemporaneidade: espaço, dor e desalento na atualidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

BORGES, Luzineide M.; FERNANDES, Milla Carolina R. Cyberativismo e Educação: o conceito de raça e racismo na cibercultura. *Revista Espaço Acadêmico*, v. 18, n. 207, p. 75-87, 2018. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/43390> Acesso: set. 2025.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm). Acesso: set. 2025.

BROWN, James A. C. Técnicas de persuasão da propaganda à lavagem cerebral. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.

BRUGGER, Winfried. Proibição ou proteção do discurso do ódio? Algumas observações sobre o direito alemão e o americano. *Direito Público*, v. 4, n. 15, p. 117-137, 2007. Disponível em: <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/direitopublico/article/view/1418> Acesso: set. 2025.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 12. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

CORTEZ, Elisa M. Interdependências sociais e disputas no ciberespaço: uma análise do ativismo gordo. Disponível em: <https://repositorio.unifesp.br/items/df241fba-3a07-4531-a468-fc2c2cfaba72> Acesso: set. 2025.

COUTO, Edvaldo S. Elementos para pensar a cibercultura como cultura do compartilhamento. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 820-839, set./dez. 2014.

CRUZ, Claudia A. G. da; BASTOS, Liliana C. Histórias de uma obesa: a teoria dos posicionamentos e a (re)construção discursiva das identidades. *Linguagem em (Dis)curso – LemD*, Tubarão, SC, v. 15, n. 3, p. 367-384, set./dez. 2015.

FARRELL, Amy E. *Fat shame: stigma and fat body in American culture*. New York: New York University Press, 2011.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 25. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2008.

LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

MAIA, Rousiley. *Métodos de pesquisa em comunicação política*. Salvador, Edufba, 2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Declaração Universal dos Direitos Humanos. Paris, 1948. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91601-declara%C3%A7%C3%A3o-universal-dos-direitos-humanos> Acesso: set. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). CID-10: Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde. 2024. Disponível em: <https://www.who.int/standards/classifications/classification-of-diseases> Acesso: set. 2025.

PAIM, Marina; KOVALESKI, Douglas. Análise das diretrizes brasileiras de obesidade: patologização do corpo gordo, abordagem focada na perda de peso e gordofobia. *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 29, n. 3, e190227, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sausoc/a/pBvf5Zc6vtkMSHytzLKxYJH/abstract/?lang=pt> Acesso: set. 2025.

POULAIN, Jean-Pierre. *Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar*. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2013. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/demetra/article/download/15858/13762/61754> Acesso: set. 2025.

RANGEL, Natália. O ativismo gordo em campo: política, identidade e construção de significados. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 26, n. 1, e41311, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/205904> Acesso: set. 2025.

RIGO, Luiz Carlos; SANTOLIN, Cezar. A guerra contra a obesidade: uma análise crítica do discurso médico. *Movimento* (Porto Alegre), v. 18, n. 1, p. 299-319, jan./mar. 2012.

RODRIGUES, Stella. Precisamos falar de gordofobia. *Revista Leve*, Hospital Alemão Oswaldo Cruz, São Paulo, set./nov. 2018. Notícias. Disponível em: <https://www.hospitaloswaldocruz.org.br/levecomvoce/precisamos-falar-de-gordofobia/> Acesso: ago. 2025.

STROPPIA, Tatiana; ROTHENBURG, Walter. Liberdade de expressão e discurso de ódio: o conflito discursivo nas redes sociais. In: *Encontro Nacional de Direito e Contemporaneidade*, 1., 2015, Santa Maria. Anais... Santa Maria: UFSM, 2015. p. 6-21. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/index.php/revistadireito/article/view/19463> Acesso: set. 2025.

SOUZA, Valdelice C.; GONÇALVES, Josiane P. Relações entre gordofobia e teoria histórico-cultural: interfaces com a educação. *Itinerarius Reflectionis*, Jataí-GO., v. 17, n. 2, p. 01–18, 2021. DOI: 10.5216/rir.v17i2.58997. Disponível em: <https://revistas.ufj.edu.br/rir/article/view/58997> Acesso: set. 2025.

STRINGS, Sabrina. *Fearing the Black Body: The Racial Origins of Fat Phobia*. New York: New York University Press, 2019.

VIGARELLO, Georges. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade*. Petrópolis: Vozes, 2012.