



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE DESIGN - MODA**

BEATRIZ FELICIO MARQUES

**A SENSUALIDADE VESTIMENTAR COMO MECANISMO DE EMPODERAMENTO
DA MULHER GORDA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO DA BLOGUEIRA NADIA
ABOULHOSN**

FORTALEZA

2017

BEATRIZ FELICIO MARQUES

A SENSUALIDADE VESTIMENTAR COMO MECANISMO DE EMPODERAMENTO
DA MULHER GORDA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO DA BLOGUEIRA NADIA
ABOULHOSN

Monografia apresentada ao curso de Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Design-Moda.

Orientador: Prof.^a Dra. Maria Dolores de Brito Mota

FORTALEZA

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

M315s Marques, Beatriz Felício.

A sensualidade vestimentar como mecanismo de empoderamento da mulher gorda : um estudo exploratório da blogueira Nadia Aboulhosn / Beatriz Felício Marques. – 2017.
49 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2017.

Orientação: Profa. Dra. Maria Dolores de Brito Mota.

1. Empoderamento. 2. Gorda. 3. Sensualidade. 4. Roupas. I. Título.

CDD 391

AGRADECIMENTOS

A minha mãe, por sempre me motivar seguir o meu caminho me apoiando e aconselhando nos momentos de dúvidas e descrença.

Ao meu pai que apesar de todas as dificuldades me fortaleceu e que para mim foi muito importante.

À Amanda, minha irmã, por me ser um ombro amigo para me apoiar, um ouvido receptivo para me escutar em instantes de angústia e uma mão erguida para me dar forças.

Ao meu irmão, Caio, por me permitir cumprir o papel de irmã mais velha e protegê-lo sempre que posso.

À universidade e aos meus professores, por me inspirarem e me abrirem os olhos para o mundo da moda.

A minha orientadora, Prof.^a Dra. Maria Dolores de Brito Mota, por não me deixar perder as esperanças até o último momento.

Aos meus avós e tios, por sempre me apoiarem e dividirem comigo as dificuldades.

Aos meus amigos de faculdade, Yan, Shinohara, Calixto e Ana Luisa, por se tornarem mais do que simples colegas e sempre estarem presentes nos momentos mais importantes da minha experiência acadêmica.

Àqueles que mesmo longe nunca deixam de estar ao meu lado nem um instante sequer, por todas as lembranças compartilhadas e por me darem forças nos momentos que mais precisava.

E a todos que de alguma forma estiveram presente na minha vida acadêmica e influenciaram para deixá-la mais alegre, o meu muito obrigada.

RESUMO

Este trabalho busca entender o desenvolvimento da sexualidade feminina na sociedade ocidental, de modo que investiga como os papéis sociais construídos afetam o comportamento sexual da mulher e como esse comportamento é visto pelos outros. Depois disso, há o desenvolvimento do questionamento sobre como o corpo é visto dentro da sociedade em questão, principalmente o corpo feminino. Por último, se faz a relação entre os dois primeiros pontos e a roupa sensual, tentando entender como a mulher gorda se utiliza da roupa para quebrar preconceitos. Dentro desse universo, se utiliza a blogueira Nadia Aboulhosn para exemplificar essa relação e como objeto para melhor entender essa relação. Após a pesquisa, conclui-se que a mulher gorda ainda sofre pressão por conceitos impostos pela sociedade abordada, porém, estes são cabíveis à mudança através da representatividade na grande mídia, como exemplificado com a blogueira Nadia Aboulhosn.

Palavras chaves: Empoderamento; Gordas; Corpo; Sensualidade; Roupa.

ABSTRACT

This work seeks to understand the development of female sexuality in Western society, so that it investigates how social roles built affect the sexual behavior of women and how this behavior is seen by others. After that, there is the development of questioning about how the body is seen within the society in question, especially the female body. Finally, the relationship between the first two points and the sensual clothing is made, trying to understand how the fat woman uses clothes to break prejudices. Within this universe, blogger Nadia Aboulhosn is used to exemplify this relationship and as an object to better understand this relationship. After the research, it is concluded that the fat woman still suffers pressure for concepts imposed by the society addressed, however, these are able to change through representation in the mainstream media, as exemplified with blogger Nadia Aboulhosn.

Keywords: Empowerment; Fat; Body; Sensuality; Clothes.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 -	New Look	14
Figura 2 -	Twiggy	15
Figura 3 -	Kate Moss	15
Figura 4 -	Padrão século XXI	16
Figura 5 -	Campanha Gucci Primavera/Verão 2016	17
Figura 6 -	Campanha Riachuelo Dia das Mães	17
Figura 7 -	Banner utilizado dentro da loja da Zara	18
Figura 8 -	Rainha Elizabeth I, pintura de Gheeraerts, por volta de 1592.	25
Figura 9 -	Rufo	26
Figura 10 -	Espartilho no século XVIII	27
Figura 11 -	Espartilho no século XIX	27
Figura 12 -	Vestido tubinho	28
Figura 13 -	Pinturas indígenas	28
Figura 14 -	Campanha publicitária	30
Figura 15 -	Campanha Itaipava	30
Figura 16 -	Post do dia 05 de maio de 2011	35
Figura 17 -	Post do dia 20 de janeiro de 2016	35
Figura 18	Post do dia 22 de março de 2017	36
Figura 19 -	Editorial da marca <i>By Nadia Aboulhosn</i>	37
Figura 20 -	Editorial da marca <i>By Nadia Aboulhosn</i>	37
Figura 21 -	Post @nadiaaboulhosn	38

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	METODOLOGIA	10
2.1	Tipo de Pesquisa	10
2.2	Área de Abrangência	11
2.3	Plano de Coleta	11
2.4	Categorias Analíticas	12
3	A MULHER E O CORPO: OS PADRÕES DE BELEZA ENTRE A MAGREZA E A GORDURA	13
4	A MULHER: O SÍMBOLO DA BELEZA E DA SEDUÇÃO	22
4.1	Poder midiático: a propagação da sensualidade feminina	29
5	A GORDA, O SEXO E A ROUPA: OUTRA BELEZA E SENSUALIDADE É POSSÍVEL	32
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
	REFERÊNCIAS	44

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste em uma discussão sobre a questão da mulher gorda dentro da sociedade ocidental patriarcal e os efeitos dessa opressão na criação da sua identidade. O corpo humano é tido com extrema importância dentro do espectro social porque é a forma de entendimento do indivíduo que o resto da sociedade terá, dito isso, a aparência é compreendida como síntese pessoal (SVENDSEN, 1978). A pesquisa busca trabalhar mais especificamente dois desses efeitos, o primeiro sendo a influência que essa identidade tem sobre o corpo e vice-versa. E o segundo como essa mulher lida com a própria sexualidade, essa relação é abordada por diversos autores (BROWN, 2011; ORBACH, 1978; ROTHBLUM, 2011) que confirmam a tida “assexualidade” da mulher gorda pela sociedade.

O padrão de beleza sempre esteve presente no âmbito da sociedade humana. Com um conceito mutável, ele se adapta aos interesses masculinos, que buscam com ele manter a sua autoridade (WOLF, 1992). Atualmente, podemos afirmar que o padrão de beleza imposto é o corpo magro ou musculoso (DINIZ, 2014), com isso o corpo gordo é segregado e oprimido.

Uma forma de ruptura dessa opressão é a reconquista da sensualidade do corpo gordo, que é tido como um ser assexuado. Levando em conta essa informação, Orbach (1978) afirma que o ato de ser gorda é tido como um modo de enfrentamento à essas imposições, dentro delas as imposições de papéis sexuais e estipulação dos papéis sociais femininos culturalmente definidos.

Afirmado isso, pode se encontrar diversas formas para essa retomada da sexualidade, uma delas é através da roupa, que tem papel importante em como vemos o corpo alheio e principalmente entendemos o nosso próprio corpo como ferramenta de construção de identidade, posto que “as roupas são uma continuação imediata dele” (SVENDSEN, 2010, p.86).

Dito isso, pode-se afirmar que esse trabalho tem como objetivo geral, compreender como a mulher gorda se utiliza da roupa como ferramenta de empoderamento, utilizando a blogueira Nadia Abouhosn como amostra dessa mulher. E podemos citar os objetivos específicos como compreender como a mulher vê a própria sexualidade dentro da sociedade patriarcal, refletir como se forma e qual o padrão de beleza imposto à mulher e finalmente entender as relações entre o empoderamento da mulher gorda e o uso da roupa sensual.

Nadia Abouhosn, que serve como amostra na presente pesquisa, é uma blogueira americana do estado de Los Angeles. Abouhosn tem um blog de estilo desde 2010 e atualmente já apareceu em capas de revistas, criou coleções exclusivas para multi-marcas e vem promovendo a aceitação do corpo gordo pela grande mídia.

A principal razão para a escolha do tema é a afinidade da autora com as questões sociais que envolvem o corpo gordo. Por ter sofrido com esse tipo de

preconceito, sentiu necessidade de elucidar questões da atração sexual, do modo de vestir e da mulher gorda.

A gordofobia, que segundo Noronha e Deufel (2014) pode ser definida como "o sentimento de repulsa ou acentuado desconforto para com pessoas consideradas gordas, fora dos padrões estéticos", ganhou mais visibilidade nos últimos anos devido ao crescimento de discussão das questões sociais que foi gerado por um maior empoderamento da população gorda.

O trabalho também possui uma relevância por levantar as questões da sensualidade no corpo gordo e como essa é vista pela sociedade, que são pouco abordadas, tanto social quanto academicamente. Propõe-se também servir como bibliografia para futuros trabalhos acadêmicos.

A metodologia utilizada será baseada nas obras de diversos autores, principalmente Marconi e Lakatos (2004) e Gil (2010). A pesquisa que será aplicada será a qualitativa, mais especificamente bibliográfica e documental. Os documentos em questão sendo fotos da blogueira Nadia Aboulhosn disponíveis no seu blog e entrevistas realizadas pela mesma disponibilizadas em sites de revistas americanas.

O presente trabalho foi dividido em seis partes, o primeiro capítulo foi destinado à introdução, onde é explicado resumidamente a pesquisa, com apresentação do tema, problematização e objetivos geral e específicos, também com a explicação da justificativa e relevância.

No segundo capítulo se encontra a metodologia utilizada no desenvolvimento do trabalho e logo em seguida, já no terceiro capítulo pode-se encontrar o desenvolvimento da pesquisa.

Primeiramente com a explicação do desenvolvimento da sexualidade feminina dentro da sociedade, de modo que busca-se explicar como os papéis sociais construídos afetam o comportamento sexual da mulher e como esse comportamento é visto pelos outros. Depois disso, há o desenvolvimento do questionamento sobre como o corpo é visto dentro da sociedade, principalmente o corpo feminino.

Por último, se faz a relação entre os dois primeiros capítulos e a roupa sensual, tentando entender como a mulher gorda se utiliza da roupa para quebrar preconceitos. Dentro desse último capítulo, se utilizará a blogueira Nadia Aboulhosn para exemplificar essa relação e como objeto para melhor entender essa relação.

2 METODOLOGIA

2.1 Tipo de Pesquisa

Neste trabalho a metodologia utilizada foi de natureza qualitativa que se resume à compreensão de fenômenos sociais através de análise de material teórico e documental, não utilizando dados estatísticos ou numéricos, como acontece na quantitativa, o uso dessa pesquisa se dá pelo caráter social do trabalho, no qual visa entender como um conceito geral influencia cada indivíduo. Para evidenciar a legitimidade da pesquisa qualitativa, Bauer e Gaskell (2002, p.24) afirmam que “o que a discussão sobre a pesquisa qualitativa tem conseguido foi desmistificar a sofisticação estatística como único caminho para se conseguir resultados significativos”. Diferindo do cunho quantitativo, Pádua explica que a pesquisa qualitativa se preocupa com os processos sociais, se importando com toda as motivações envolvidas.

As pesquisas qualitativas têm se preocupado com o significado dos fenômenos e processos sociais, levando em consideração as motivações, crenças, valores, representações sociais, que permeiam a rede de relações sociais. (PÁDUA, 1997, p.31)

Essa pesquisa também pode se caracterizar como pesquisa exploratória que segundo Gil (2002) tem como objetivo possibilitar um maior entendimento do problema abordado. Gil (2002) diz também que a pesquisa exploratória se utiliza de métodos para esse entendimento ocorrer, como a pesquisa bibliográfica, o uso de entrevistas com pessoas que se relacionam com o problema pesquisado e o estudo de exemplos que possibilitem o compreensão.

Também se utilizou a pesquisa bibliográfica como modo de delineamento da pesquisa, que se faz necessário devida a utilidade de se entender fatos do passado. Segundo Marconi e Lakatos (2004, p.166) “sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto[...]”, dando assim uma maior diversidade de pontos-vista. Outra vantagem da pesquisa bibliográfica, segundo Gil (2010):

[...]reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisa diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço. (GIL, 2010, p.30)

Usou-se também a pesquisa documental, a qual se assemelha muito à pesquisa bibliográfica por utilizarem-se de dados já existentes, neste trabalho se caracteriza como documentos, as fotos a serem analisadas e também entrevistas da blogueira em questão que serão selecionadas pela autora. Segundo Gil (2010,

p.30) “a principal diferença natureza está na natureza das fontes” já que, ainda de acordo com o autor, a pesquisa bibliográfica tem como base materiais para um público em particular. Já a pesquisa documental fundamenta-se em documentos com diferentes aplicabilidades. No presente trabalho, o que se caracteriza como documentos são as fotos selecionadas do blog da amostra e entrevistas concedidas pela mesma a revistas americanas disponíveis online.

2.2 Área de Abrangência

Pode ser entendido como população o “universo da pesquisa” (PRODANOV, FREITAS, 2013), que aqui pode ser delimitado como a mulheres gordas na cultura ocidental, porém quando a população estabelecida para a pesquisa é muito ampla, o pesquisador se utiliza do método de amostragem:

“Nem sempre há possibilidade de pesquisar todos os indivíduos do grupo ou da comunidade que se deseja estudar, devido à escassez de recursos ou à premência do tempo. Nesse caso, utiliza-se o método da amostragem, que consiste em obter um juízo sobre o total (universo), mediante a compilação e exame de apenas uma parte, a amostra, selecionada por procedimentos científicos.” (MARCONI, LAKATOS, 2005, p.161)

Nesta pesquisa teve-se como informante a blogueira e modelo americana Nadia Aboulhosn por ser um exemplo satisfatório da população escolhida. A escolha foi feita devida a importância da amostra na mudança de percepção do corpo gordo pelos seus seguidores.

2.3 Plano de coleta de dados

A pesquisa foi realizada nas seguintes etapas, bibliográfica, documental. A pesquisa bibliográfica cumpriu-se para se estudar acontecimentos e costumes históricos, sendo pertinente se utilizar desse tipo de pesquisa pois em muitas circunstâncias não há outra forma de compreender e analisar eventos passados (GIL, 2010). Segundo Marconi e Lakatos (2004), a pesquisa documental pode ser categorizada em três variáveis: a primeira sendo fontes escritas ou não, por exemplo um contrato ou fotos, a segunda em relação a sua temporalidade, dividindo-se em contemporânea (por exemplo, as estatísticas) ou retrospectiva (como os diários) e a última quanto ao tipo da fonte, que pode ser obtida com fontes primárias, produzidas pelo próprio autor, ou fontes secundárias, produzida por outros. Os materiais analisados neste trabalho caracterizam-se por fonte não escrita, retrospectiva e secundária, pelo fato de se tratar de fotos retiradas do site da blogueira Nadia Aboulhosn. E as entrevistas coletadas com a informante se caracterizam como fontes escritas, retrospectivas e secundárias.

2.4 Categorias Analíticas

De acordo com Prodanov e Freitas (2013), a categorização da pesquisa é sistematização da informação para que o pesquisador consiga entender melhor as decisões tomadas, e para isso é necessário a formulações de categorias.

Nesta pesquisa se tem como categorias mulher gorda, por se tratar da população estabelecida para a pesquisa, empoderamento, porque a pesquisa se dispõe a entender como esse fenômeno é alcançado e por último moda e sensualidade, visto que a pesquisa foca no empoderamento por meio das roupas consideradas sensuais.

3 A MULHER E O CORPO: PADRÕES DE BELEZA ENTRE A MAGREZA E A GORDURA

Sobre a ideia da submissão da mulher dentro da sociedade (BARASCH, 1997), pode-se afirmar que a imposição de um padrão de beleza é uma consequência desse controle dos papéis sociais. Não só é um produto dessa opressão, o padrão de beleza também funciona como ferramenta para a perpetuação da hierarquia masculina sobre a mulher.

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)

Como uma das formas de se manter no poder, essa parcela opressora da população acaba instituindo padrões de beleza que estão em constante mutação, para torná-lo ainda mais inalcançável. "O que é "bonito", o que representa um desvio de uma norma de beleza e que papel tal desvio desempenha, tudo isso é relativo ao tempo e ao lugar. Se procurarmos ideais universais de beleza, corremos o risco de sair de mãos vazias." (SVENDSEN, 2010, p.100). Por conta dessa imposição, a maioria da população não se encontra dentro do que é considerado "belo" e por isso a identidade das pessoas se constrói de maneira corrompida, tornando assim o paradigma tão mais difícil de ser quebrado. Ainda segundo Svendsen (2010):

O poder disciplinador pelo qual a maioria das pessoas é afetada não é aquele exercido atrás dos muros das prisões, mas o exercido por meio da televisão, dos jornais, das revistas e da mídia, que nos propõem um ideal para o eu físico que estará sempre fora do alcance de quase todos. O corpo se torna algo que estará sempre aquém do objetivo. O ideal muda constantemente, em geral tornando-se mais extremo, de modo que alguém que acaso consiga um corpo ideal logo ficará aquém do próximo. (SVENDSEN, 2010, p.94)

Durante o século XVI e XVII, devido principalmente ao uso de comidas ricas em gordura na culinária, o corpo gordo adquire rótulo de status, pois apenas as

peessoas ricas que tinham a possibilidade de se alimentar desses pratos. Com a chegada do século XVIII, a ideia de delicadeza e sensibilidade é repercutida na alta sociedade, sendo assim, o padrão físico sofre uma mudança, de corpos roliços e com formas arredondadas, o arquétipo torna-se magro e longilíneo. (AGENDES, 2012, p.03)

Esse fenômeno continuou acontecendo até chegar na sociedade contemporânea, onde podemos identificar o estabelecimento de um o padrão de beleza magro. Uma das razões para a instituição desse padrão de beleza foi o advento do *prêt-à-porter*, onde as roupas deixaram de ser confeccionadas por costureiras e passaram a serem produzidas em massa. Mudando a relação do usuário com a roupa, onde a roupa não mais se adaptava ao corpo e sim o corpo teria que se adaptar à roupa. (MORELLI; CARDOSO, 2010, p.10)

Figura 1 - New Look



Fonte: Google Images

Na década de 1950, Christian Dior revolucionou a moda com a criação do New Look, onde se utilizava saias com muito pano para criar uma silhueta ampulheta, onde a cintura deveria ser destacada, sempre buscando deixá-las o mais fina possível. Já na década de 1960, em contra partida com as curvas e contrastes da década anterior, se buscava o corpo reto, magro, sem seios; Twiggy se tornou

ícone dessa época por retratar muito bem o padrão.

Figura 2 - Twiggy



Fonte: Google Images

Nos anos 1990, buscou-se uma ruptura com a geração anterior, que prezavam o exercício e a boa saúde. Tentava-se obter então uma imagem quase doente, Kate Moss, sempre muito magra e com aspecto fraco, se tornou a antimodelo na época, queridinha de nomes muito grandes na indústria da moda.

Figura 3 - Kate Moss



Fonte: Google Images

Na virada do século, a referência agora eram mulheres voluptuosas, que

buscam o interesse masculino. Sempre magras, porém agora com curvas, busto e coxas sempre fartas.

Figura 4 - Padrão Século XXI



Fonte: Google Images

Dito isso, pode-se perceber que o corpo magro passou a ser regra dentro da sociedade, com algumas variações ao passar das décadas, porém, nunca mais foi deixado de se relacionar o belo com a magreza. Atualmente, o padrão magro continua prevalecendo, o que podemos observar ao analisar os meios de comunicação que alcançam a grande população.

A respeito da exploração midiática do corpo ideal, um exemplo de propaganda de moda é especialmente importante uma vez que é a matriz para as futuras reproduções do ideal estético atual. Visto que a percepção do corpo depende da representação visual do físico nas imagens nos cercando, é de extrema importância aumentar a conscientização que a influência das apresentações visuais têm na internalização da auto-disciplina na vida cotidiana. (MILIVOJEVIC-JESTRATIJEVIC, p.9, tradução livre)

A consequência disso é que não ocorre o reconhecimento por parte da mulher, ela não se sente contemplada por aquela imagem, visto que a campanha, principalmente de moda tem força para moldar a identidade da população. Validando esse ponto Agendes (2012) diz:

Entretanto, esse movimento de visibilidade da mulher gorda ocorre apenas em parte, pois contrasta com o posicionamento adotado por grande parte da

mídia: o da legitimação do corpo magro como ideal. Revistas como *Corpo a Corpo*, *Boa Forma* e *Women's Health* delineiam o corpo desejado, “perfeito”, isto é, magro. Nessa ideologia, o corpo gordo é indesejado e envolvido por preconceitos e estigmas; a mulher gorda fica à margem dos holofotes – longe das capas de revistas, das passarelas, dos anúncios publicitários. (AGENDES, 2012, p.2)

Exemplos de campanhas nacionais e internacionais que não tem nenhum tipo de representatividade gorda podem ser encontrados com muita facilidade. As figuras 5 e 6 ilustram a falta de representatividade no mundo da moda, no âmbito internacional, com a marca italiana Gucci e no âmbito mais popular com a marca loja de departamento Riachuelo.

Figura 5 - Campanha Gucci Primavera/Verão 2016



Fonte: Google Images

Percebe-se então que a não utilização de modelos gordas nas campanhas de moda *mainstream* contribuem para a idealização do corpo belo e magro.

Figura 6 - Campanha Riachuelo Dia das Mães



Fonte: Google Images

A figura 7 faz referência a um acontecimento em março de 2017 com a Magazine espanhola Zara, no qual em sua sede em Dublin, Irlanda foi encontrado o pôster referido para promover a auto-aceitação feminina.

Figura 7 - Banner utilizado dentro de loja da ZARA (lê-se: ame suas curvas)



Fonte: Google Images

Após ser compartilhado nas redes sociais, a campanha se tornou viral com os comentários contrários em relação à ela, por sentirem que a imagem e o slogan são paradoxais, já que é vendida a ideia de “amar suas curvas”, porém se faz ilustrada por modelos dentro do padrão magro.

Esse arquétipo do belo magro não traz malefícios somente à estrutura social ocidental, como também a individualidade de cada um, e as mulheres que não pertencem ao padrão de magreza e acabam sofrendo intimamente. De acordo com Rothblum (2011), mulheres estão mais preocupadas do que os homens com o seu peso e as que estão no peso médio da população são mais prováveis de declarar que o seu peso interferiu com obtenção de um trabalho e com a atração sexual. A autora afirma também que a confiança da mulher é mais vinculada com o seu próprio corpo do que a dos homens.

Essas dificuldades enfrentadas por pessoas gordas se encaixam no conceito de gordofobia, que pode ser explicado como preconceito ou intolerância contra as pessoas gordas. Dentro desse mesmo tópico podemos também analisar o conceito de pressão estética, que se faz presente de modo mais geral do que a

gordofobia, pois afeta todos aqueles que não se encaixam no padrão vigente, como por exemplo pessoas muito magras.

Por conta desses dois conceitos muito parecidos, muitas pessoas tentam diminuir o efeito da gordofobia, argumentando que as mulheres muito magras também não acham roupa com facilidade ou que também sofrem *bullying*¹ na escola quando pequenas por exemplo, porém Oliveira e Pereira (2016) apresentam muito bem a diferença entre os dois conceitos.

É importante diferenciarmos pressão estética e gordofobia: a mulher, no geral, é julgada unicamente por sua aparência e se cobra diariamente para se encaixar no almejado padrão de beleza, porém ser uma mulher gorda na sociedade é sofrer essa pressão em outros níveis. Significa a vaga de emprego perdida, a falta de acessibilidade, os olhares de repulsa de desconhecidos e uma sociedade com aval para criticar seu corpo com o preconceito disfarçado de preocupação com a saúde. (OLIVEIRA; PEREIRA, 2016, p.3)

De acordo com Svendsen (2010) e Orbach (1978), a obesidade ainda é vista como parâmetro de características morais, como preguiça e força de vontade. Dito isso, Rothblum (2011) confirma o medo dessas mulheres que atestam ter sido discriminadas por conta de seu peso ao tentarem conseguir um emprego.

Uma série de estudos têm mostrado a relação entre gordura e discriminação no emprego. Essa literatura, qual representa várias disciplinas, tem mostrado que as pessoas gordas são menos propensas a ser contratadas, são percebidas como tendo numerosos traços indesejáveis relacionados com a performance no trabalho, são mais severamente disciplinadas no trabalho, são atribuídas às posições profissionais inferiores, recebem menos do que os seus colegas magros, e são ainda demitidos por não conseguirem perder peso à pedido do empregador (ROTHBLUM, 2011, p.176, tradução livre).

Ainda sobre o mercado de trabalho, Macedo (1997, p.124) traz à tona o fato da desigualdade estética influenciar diretamente como somos tratados no dia a dia. “Ninguém discute o fato de a aparência influir nas questões humanas. Estudos mostraram que as pessoas consideradas atraentes se saem melhor no dia-a-dia e no trabalho”.

¹ *Bullying* se constitui num tipo específico de agressão onde se tem o intuito de humilhar ou machucar alguém e que existe uma diferença de poder entre os envolvidos (BANDEIRA, 2009 p.9)

Apesar dos avanços na discussão do corpo gordo² na sociedade ocidental no tempo presente, o não reconhecimento da existência da mulher gorda ainda é um grande problema. Aos olhos da sociedade essa mulher ainda é ilegítima. Conforme Orbach (1978, p.19) “A mulher gorda é segregada e anulada. Quase inevitavelmente, as explicações dadas para a gordura apontam para o fracasso da própria mulher em controlar seu peso, seu apetite e seus impulsos”.

Brown (2011) explica em seu artigo a relação da palavra “gorda” dentro do mundo literário:

O termo “plus size” em si é vaga e eufemístico, mas permite que os leitores evitem o uso da “palavra com g”, gorda, e o termo médico desagradável obesos. Termos como obesos e obesos mórbidos parecem não apenas serem baseados em fatos, mas também imutáveis, quando, na verdade, eles são contestáveis e mutáveis (BROWN, 2011, tradução livre).

Essa relutância do uso da palavra “gorda” só agrava a situação, pois o fato de não usá-la agrega um juízo de valor à própria palavra, fazendo assim com que pessoas que se identificam como “gorda” passem a associar o mesmo valor encarregados à palavra a eles próprios. Por receio de referir-se ao indivíduo como gordo, as pessoas utilizam de outros adjetivos como cheinha, gordinha, grande ou fofinha, reafirmando o tom pejorativo dado à palavra. O fato das pessoas não utilizarem desse adjetivo acarreta a negação da existência de pessoas que se encaixam dentro do paradigma, provocando assim a falta de representatividade gorda na grande mídia.

O modo de pensar o corpo é diretamente ligado à composição da identidade pessoal, Svendsen (2010, p.84) afirma que na época em que se vive hoje, essa configuração é crucial, pois o corpo tende a se tornar um campo fértil para o melhor entendimento da personalidade. E diz também que “o ego é constituído em grande parte por meio da apresentação do corpo”. Dito isso, pode perceber que:

Essa ênfase à aparência como aspecto principal da existência da mulher torna-a extremamente autocrítica. Exige que ela se ocupe com uma imagem de si mesma que os outros achem agradável e atraente — imagem que transmita imediatamente que tipo de mulher ela é. Ela tem de se observar e avaliar, examinando cada detalhe de si mesma como se estivesse sendo julgada de fora. Tenta encaixar-se na imagem de feminilidade exibida em

² Neste trabalho, entende-se como “corpo gordo” aquele corpo acima do peso do padrão vigente.

cartazes, jornais, revistas e na televisão. (ORBACH, 1978, p.22)

Dessa forma, percebe-se que a mulher é forçada à um papel de submissão dentro do espectro da sociedade, buscando sempre se encaixar no padrão que foi imposto à ela através da grande mídia. Assim, pode afirmar que a representatividade é crucial como ferramenta de quebra desse paradigma.

4 A MULHER: O SÍMBOLO DA BELEZA E DA SEDUÇÃO

É sabido que a sociedade sempre valorizou o belo, aquelas pessoas tidas como bonitas, perfeitas e atraentes se destacam na sociedade. Tal ideia foi conceituada como capital erótico pela autora Catherine Hakim (2012). Em seu livro *Capital Erótico* (2010) a autora desenvolve o conceito explicando que este é a “combinação de beleza, *sex appeal*, capacidade de apresentação pessoal e habilidades sociais” (HAKIM, 2012, p.7). Dito isso, entende-se que para “ter” o capital erótico não é simplesmente ser bonito, visto que beleza é só um dos atributos desse termo.

Segundo Hakim (2012), a beleza é uma noção variável de acordo com o tempo e a cultura, e que se percebe de modo estático. Já a atratividade sexual, outro atributo do capital erótico, é percebida como algo móvel e não exclusivo de alguém belo, ou seja, a atratividade sexual é definida por como a pessoa se veste, se porta e se relaciona dentro da sociedade.

Um segundo elemento é a atratividade sexual, que pode ser bastante diferente da beleza clássica. Até certo ponto, a beleza está ligada principalmente a um rosto atraente, enquanto a atratividade sexual tem a ver com um corpo sexy. Entretanto, o *sex appeal* pode depender de personalidade e estilo, feminilidade ou masculinidade, jeito de ser, maneira de interagir socialmente. (HAKIM, 2012, p.16)

Ligando a ideia de atratividade sexual à figura da mulher na sociedade ocidental, pode-se afirmar que ao longo dos anos a sociedade patriarcal impôs à mulher papéis de submissão dentro do sistema social. Segundo Barasch (*in* CALDAS,1997), foram determinado às mulheres parâmetros de conduta mais delicados e ternos, em contraposição aos atribuídos para os homens, prendendo-as a essas atribuições.

Esses preceitos atuam como inibitivos e não limitam-se ao comportamento da mulher fora de casa, mas também domiciliar, incluindo a sua conduta sexual. "Sexualmente, a ela é proibido o contato com seus órgãos sexuais ou mesmo a demonstração de um comportamento mais liberal." (BARASCH *in* CALDAS,1997, p.98).

Indo contra isso, a sensualização da mulher também é bastante presente. Afirmando isso Leite (2007) diz que:

A simbologia para ambos os sexos em relação à aparência são diferentes. Os homens, em geral, ligam a exibição de sua aparência à virilidade e a certos papéis sociais e de poder. Já com as mulheres está mais associado à sedução. Sempre ligado à sexualidade, o corpo feminino foi modificado fisicamente pelos espartilhos até início do século XX, e estava de acordo com o comportamento e a cultura vigente, era uma forma de aceitação da mulher na sociedade. (LEITE, 2007, p.2)

Apesar disso, as mulheres continuavam presas à repressão e não podiam tomar posse do seu próprio erotismo. Devido ao fato que essa sensualização do corpo feminino não era intencionada para as próprias mulheres, ela era estabelecida visando o interesse masculino. Wolf (1992), aprofunda o pensamento com a citação abaixo:

Se o mito da beleza não se baseia na evolução, no sexo, no gênero, na estética, nem em Deus, no que se baseia então? Ele alega dizer respeito à intimidade, ao sexo e à vida, um louvor às mulheres. Na realidade ele é composto de distanciamento emocional, política, finanças e repressão sexual. O mito da beleza não tem absolutamente nada a ver com as mulheres. Ele diz respeito às instituições masculinas e ao poder institucional dos homens. (WOLF, 1992, p.17)

Relacionando a ideia de Hakim (2012) e o pensamento de Wolf (1992), pode-se afirmar que ao ser colocada num papel de submissão e de impedimento de seu erotismo, ela desenvolve um caráter erótico maior do que o do homem, pois tenta equiparar-se ao poder que o homem apresenta no ambiente social, mesmo que de forma inconsciente. Pode-se citar o fato que a mulher sempre é mais cobrada em estar "apresentável" e vê a necessidade de estar sempre arrumada. Reforçando a ideia, Hakim (2012) fala:

As mulheres geralmente possuem mais poder erótico que os homens, mesmo em culturas nas quais a fertilidade não é um elemento integrante, e elas exploram de maneira mais ativa. Por exemplo, tipicamente as mulheres têm cabelos mais elaborados que os homens, dedicam mais tempo ao cuidado e à manutenção da aparência. (HAKIM, 2012, p.19)

A ascensão da mulher como sujeito em que o atributo da beleza é

uma condição para sua valorização e reconhecimento tornou essa beleza um fator quase que obrigatório para elas, já que muito se exige que essas mulheres estejam sempre bem arrumadas, maquiadas e perfumadas, por exemplo. Caso contrário são rotuladas como descuidadas e não predisposta a atenção dos homens. Essa ideia foi se construindo ao longo da sociedade moderna e foi nesse período que, segundo Mota (2007)

A beleza física se transfigura e assume um sentido positivo na sociedade manifestando-se como qualidade das mulheres, pois aos homens cabia o trabalho e a razão, a inteligência e a força. Essa beleza feminina foi concebida para o deleite e prazer dos homens – a mulher bela e ricamente vestida denotava a riqueza e o poder do marido ou do pai.

Desse modo a roupa reflete os valores predominantes em determinada sociedade e dessa perspectiva a linguagem vestimental é compartilhada por uma cultura, expressando o modo de pensar dominante e os costumes de um tempo histórico. Assim, os modos de vestir de homens e de mulheres correspondem aos padrões e expectativas que prevalecem numa sociedade em relação aos sexos, e se constituem como elementos de construção de suas apresentações e de suas imagens.

Sabe-se que algumas sociedades humanas desconhecem a roupa propriamente dita, mas também é conhecido o fato que nenhuma delas ignora a arte de adornar-se, e utilizam-se de diferentes técnicas para a reelaboração e reconstrução do corpo. Esse fato nos leva a afirmar que o vestuário, *entendido aqui como o conjunto de trajes e acessórios*, é um elemento de composição de um texto universal. Ele pode, então, ser considerado como elemento fundante em cada cultura, por exibir-se como linguagem e por caracterizar-se pelas particularidades que assume em determinado contextos, no quais se presentificam técnicas, ritos, costumes e significados que se encontram “contratados” no interior de uma organização social e que se diferenciam de uma civilização à outra. (CASTILHO, 2004, p.85)

Na citação acima, Castilho (2004), discute sobre a roupa como texto, no qual apresenta o significado cultural e individualizador de quem o transmite. Pode-se então entender que a roupa vai além do ato de vestir, ela também carrega consigo todo o contexto do sistema social no qual ela está inserida. Logo, conclui-se que os conceitos que a sociedade propaga são influenciadores no modo de vestir, e vice-versa, sendo muitas vezes transmitidos espontaneamente. Pode-se citar o uso

da saia por homens que quanto mais for normalizado o ato, é possível ocorrer a mudança da perspectiva atual.

Uma das formas que deixa claro esse jogo com a sensualidade feminina é a roupa, visto que a mulher se utiliza da vestimenta como parte do seu capital erótico, através de componentes físicos que alteram o corpo feminino (CASTILHO, 2004,p.144).

Os efeitos de sentido de sensualidade e os de erotismo que o traje e o adorno, por suas composições plásticas, conferem ao corpo realçam nessas manifestações um programa narrativo articulado por estratégias de manipulação diversas, das quais se sobressaem a sedução e a tentação. Na composição formal do traje, encontramos a região genital e outras partes consideradas eróticas do corpo, como os seios, quase sempre destacadas por meio de *isolamento cromático, relevos, linhas direcionais*, que independentemente do volume ou da proporção que o traje assume, indicam região lúdica. Então os sentidos são atraídos sinestesticamente para apreender não só o corpo, mas a sua sexualidade, por mecanismos de sensualidade e erotização. (CASTILHO, 2004, p.98)

Para isso, podem ser exemplificados os elementos físicos durante a história da indumentária. Durante o século XVI, o vestido vertugado, se fez presente, onde as linhas diagonais presentes na vestimenta serviam para evidenciar uma trajetória até as genitais femininas, linhas essas que podem ser notadas no formato do espartilho ou até mesmo em bordados e brocados existentes no vestido. (CASTILHO,2004,p.102)

Figura 8 - Rainha Elizabeth I, pintura de Gheeraerts, por volta de 1592.



Fonte: Google images

Uma segunda relação que pode se fazer entre a sensualidade e a roupa é o poder. O rufo, durante o século XVI, foi utilizado para demonstrar poder, visto que o mesmo impossibilitava o movimento de quem o utilizava e o usuário teria outras pessoas para fazer as tarefas mundanas por ele. Entendido isso, Laver diz “As mulheres desejavam usar um rufo para mostrar seu status na sociedade: queriam também ser atraentes como mulheres” (LAVÉR, 1989, p.93).

Figura 9 - Rufo



Fonte: Google Images

Sabendo que a roupa ocupa ofício fundamental na transmissão da ideia de submissão da mulher, pode-se apontar o espartilho como exemplo claro de até que ponto se chegou na alteração do corpo feminino para satisfazer o ideal masculino. O espartilho foi utilizado em diversos períodos da história, com o intuito de diminuir a cintura e destacar os seios femininos, ele era utilizado durante o século XVIII com decotes profundos e adornos de tules leves e transparentes. (BOUCHER, 2012, p. 264)

Figura 10 - Espartilho no século XVIII



Fonte: Google Images

Outro período no qual o espartilho teve grande influência no moldar do corpo feminino foi o século XIX, quando se buscava a silhueta em "S", devido ao espartilho que projetava os seios para o decote e por conta do uso de anquinhas que criavam volume nas nádegas. (XIMENES, 2004, p.64)

Figura 11 - Espartilho no século XIX



Fonte: Google Images

No século XX, na década de 1960, o jogo de sedução pode ser exemplificado com os vestido tubinho, onde se fazia uma suspensão do olhar com o contraste do coberto e não coberto. Onde se utilizava faixas de transparência para executar essa manipulação, essas faixas eram colocadas em pontos

estratégicos para que o olhar do observador acompanhe essa trajetória, como por exemplo uma linha vertical no centro do corpo que acabava um pouco abaixo do umbigo. Essa mesma ideia também era vista nas pinturas corporais dos indígenas do Alto Xingu, onde o que queria se destacar era a parte não pintada do corpo. (CASTILHO, 2004, p.98)

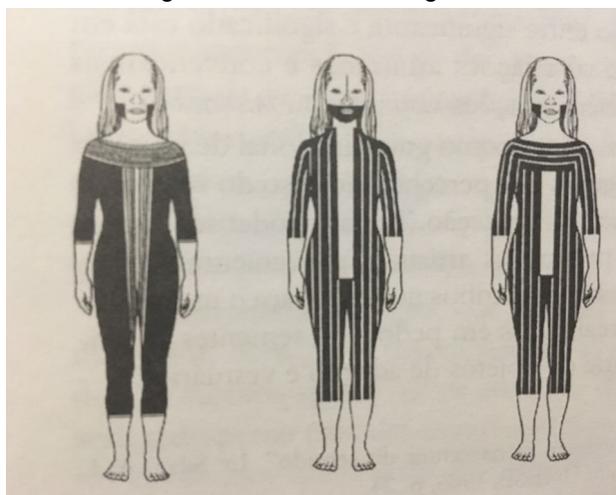
Figura 12 - Vestido tubinho



Fonte: CASTILHO, Kathia, 2004, p.99

Essa atribuição da sensualidade às roupas persiste por todo tempo contemporâneo, onde podemos analisar “o que é considerado uma roupa sensual?” baseado no nível de atração que o sexo oposto sente quando a pessoa usa determinada vestimenta.

Figura 13 - Pinturas indígenas



Fonte: CASTILHO, Kathia, 2004, p.98

Se utilizando da pesquisa de Gramar e Menninger (2004), podemos intitular “roupa sensual” como aquela que recebe maior atenção de olhares, sendo essas as que evidenciam mais o corpo.

Em ambientes de cortejo, o vestuário (ou partes do corpo enfatizado pela falta específica de vestuário) recebe atenção preferencial em avaliações de percepção das pessoas. Santin (1995) investigou a relação entre o alvo específico do vestuário e o olhar de um observador / padrões de movimento dos olhos. Análise dos movimentos dos olhos descobriu que áreas que exibiam mais pele nua atraíram preferencialmente a atenção do sexo masculino. (GRAMAR, MENNINGER, 2004, p.7, tradução livre)

4.1 Poder midiático: a propagação da sensualidade feminina

Entendido como a sensualidade e o erotismo se manifestam na vestimenta, pode-se abrir a discussão de como essa mesma sensualidade e erotismo são utilizados como produtos pela mídia e pelo mercado. Para compreender essa relação, primeiro precisa-se entender a força midiática na sociedade atual. Devido a esse peso midiático, as campanhas publicitárias têm uma grande influência na construção da imagem das coisas. Partindo dessa mesma ideia, Lima diz:

O poder da grande mídia no mundo contemporâneo tem se caracterizado exatamente por ela estar de tal maneira imbricada no ambiente social que consegue “passar despercebida”, naturalizada, como se não existisse. A essa característica se junta uma outra que é a imensa capacidade que ela tem de agendar as questões públicas e, por óbvio, de sonegar ao público a discussão sobre seus direitos e sobre ela própria. A grande mídia privada, impressa e/ou eletrônica, sobretudo o rádio e a televisão, se constitui na forma dominante através da qual a maioria da nossa população ainda hoje, recebe, sem possibilidade de interação, as informações que moldam a sua percepção do que é e de como funciona o mundo, próximo e distante. (LIMA apud BORGES, 2009, p.9)

Essas campanhas se utilizam dessa sensualidade para auxiliar nas vendas e também como forma de melhor delimitar o público alvo do produto. Pode-se dar o exemplo das campanhas de cerveja, que é tido como um produto onde os consumidores são de sua maioria homens. As mulheres nas propagandas da bebida sempre eram erotizadas pelo uso de roupas sensuais e/ou pelo próprio roteiro. Devido ao crescente da discussão dos direitos das mulheres, marcas de

cerveja mudaram o seu posicionamento publicitário, porém a regra ainda se aplica a grande parte das campanhas no geral.

Figura 14 - Campanha publicitária



Fonte: Google Images

Ao contrário do que acontece nas campanhas voltadas ao público masculino, onde a mulher é estereotipada a ser o objeto de desejo, nas publicidades voltadas ao público feminino busca-se criar um modelo de mulher a ser seguido, com o intuito de ser a mulher retratada e não ter. Cita-se então o caso das publicidades de lingerie, onde ela é apresentada em sua maioria de maneira erotizada (CASTILHO; MARTINS, 2008, p.101).

Figura 15 - Campanha Itaipava



Fonte: Google Images

Após analisar o uso da sensualidade, pode-se perceber que a fetichização da mulher é algo recorrente na grande mídia e por isso pode ser

considerado como conceito construído socialmente. Dito isso, dentro do consumo alternativo de imagens produzidas pode-se encontrar as imagens pornô-eróticas. Discutindo mais sobre essa questão Botti (2004, p.4) diz:

Desde então, cada vez mais imagens que exploram a imagem da mulher como objeto de desejo são publicadas em circuitos comerciais. Muito dos materiais considerados hoje pornográficos destinados ao público masculino heterossexual, são constituídos de imagens de mulheres, tendo como objetivo principal excitá-los sexualmente enquanto voyeurs. Nas imagens pornô-eróticas, as mulheres são objetos de representação especialmente construídos para o público masculino” (BOTTI, 2004, p.4)

Ao se analisar a citação percebe-se a retomada da ideia discutida no início do capítulo, que atesta sobre como o erotismo feminino é reproduzido, principalmente, para o consumo masculino.

5 A GORDA, O SEXO E A ROUPA: OUTRA BELEZA E SENSUALIDADE POSSÍVEIS

Visto que a forma em que se é compreendido o próprio corpo por meio de interpretação externa pode trazer diversos malefícios para a pessoa, muitos grupos coletivos vêm, nos últimos anos, tentando reafirmar a importância do empoderamento e da auto-aceitação do corpo gordo para as pessoas.

Em “*Deterritorializing the Fat Female Body*”³, Braziel (2001) define, de acordo com a sociedade, o corpo gordo como:

Uma assexualidade benigna, que é marcada por uma escassez de representação e existe como o irrepresentável, ou quase representável (que está localizado nas margens da representação), por causa de uma exclusão que eu chamo de marca corporal de ausência. . . [Esta] é difícil de entender, porque torna visível o que não parece estar presente em tudo. (BRAZIEL, p.232, tradução livre)

Brown (2011, p.17) cita Braziel e conclui que o corpo gordo feminino pode ser considerado “o corpo que eles não querem se tornar, o corpo que não merece a contemplação de ninguém”. Com essas duas autoras, pode-se perceber que a mulher gorda não é tida como potencial parceira sexual, tornando a sexualidade e a atração sexual um questionamento importante como tópico de desenvolvimento de identidade.

Essa mulher não é percebida de forma menos digna pelo parceiro sexual, ela não é percebida de modo algum, por isso, para Brown (2011), pode-se afirmar que quando ela reafirma sua sexualidade e se faz ser notada é uma forma de rompimento de preceitos antes estabelecidos.

A comparativa de "silêncio" que recebe a maior parte das postagens [referência ao fórum de conversa sobre literatura plus-size] de mulheres que usam o palavra gorda para descrever-se sem indicar arrependimento ou uma intenção de perder peso reforça a afirmação de Murray que acredita que um corpo feminino gordo sexy é transgredir as normas sociais (BROWN, 2011, p.17).

³ Desterritorializando o corpo gordo feminino. (tradução livre)

Por conta disso, uma das formas de empoderamento⁴ é quando uma mulher gorda se reapropria da sua sexualidade, negando os padrões determinados a ela pela sociedade.

Ser visto como um ser sexual é desconstruir o mito da beleza (WOLF, 1992) e entender que os padrões rígidos de magreza, veiculados pelas mídias comerciais, não correspondem à realidade, ao cotidiano. Como lembrado por Orbach (1979) estamos em uma epidemia, causada pela obsessão da magreza. Ao nos livrarmos dessa epidemia, então profanaremos a imagem sagrada do corpo midiático, desativando seus usos aprisionados e reinventando gramáticas, códigos e semioses do corpo, de seus usos e seus prazeres (RIBEIRO,2012, p.246).

Porém, por conta da falta de representatividade na grande mídia e pela falta de apoio dos formadores de opinião, grande parte das mulheres, acreditam que só podem conseguir essa reconquista após emagrecerem. Brown (2011) mostra essa relação dentro na literatura, primeiro apresentando uma citação direta de Samantha Murray [autora de *"The Fat Female Body"* (2008)], "Nós não falamos sobre gordura e sexo. Os dois parecem mutuamente exclusivos", após isso ela discorre sobre os diferentes caminhos que a protagonista pode seguir para conseguir o seu "*Happily ever after*⁵". Um desses caminhos é emagrecer e apenas após o emagrecimento ela consegue o homem dos sonhos.

Um exemplo claro disso, retratado na grande mídia, foi a personagem Perséfone, interpretada pela atriz Fabiana Karla na novela Amor à Vida veiculada pela emissora Rede Globo. O principal enredo envolvendo a personagem se tratava da sua relação com a própria virgindade, e o roteiro era feito de forma que os espectadores interpretasse, que a causa dessa virgindade era o corpo gordo da personagem, propagando ainda mais a ideia da mulher gorda como ser assexual (PEREIRA;OLIVEIRA, 2016).

Em razão dessa análise, pode-se afirmar que a representação da mulher gorda é muito importante, no entanto, mais do que uma "representação da mulher

⁴ O termo "empoderamento" foi utilizado a primeira vez no texto de Gita Sen e Caren Grown (1987) *Development, Crisis and Alternative Visions*, este trabalho se utiliza da tradução do Professor Paulo Freire "capacidade do indivíduo realizar, por si mesmo, as mudanças necessárias para evoluir e se fortalecer".

⁵ Felizes para sempre. Um final feliz, em romances e filmes geralmente é a protagonista terminar com o seu par ideal.

gorda”, é necessário que essa mulher seja retratada em todas suas características, inclusive a sexual. Um dos fatores que dificulta esse processo é a relação da indústria da moda com o corpo.

Essa indústria sempre vende a ideia de corpos magros, inclusive quando estão tentando vender roupas para corpos gordos. Pode-se analisar isso na moda *plus-size* convencional, onde sempre se busca artifícios e elementos para deixar o corpo gordo o mais magro possível, como roupas pretas, a demarcação da cintura ou uso de roupas que não marquem algo que claramente está lá, a barriga e a gordura.

Uma alternativa de rompimento da “dinâmica”, que estigmatiza a pessoa gorda pode surgir de determinados movimentos que contradizem a ideia de que as pessoas gordas têm de ser tratadas como feias e doentes. o facto de se estar acima do peso não implica que não se possa estar bem vestido e ter vaidade. Uma mulher de curvas generosas também se pode vestir bem e sentir-se confiante. Além disso, considera-se que o gordo pode ser saudável, mas que muitas vezes não se valoriza por ficar com o pensamento atrelado ao pensamento dominante, discriminatório, de que o gordo não pode ser bonito, é feio e deve usar roupas que procurem disfarçar a sua gordura, como por exemplo, roupa preta. (CARDOSO, COSTA, 2007, p.56)

Dito isso, pode-se citar poucos exemplos de retratos que contradizem a norma. Um deles é a blogueira norte-americana com descendência libanesa Nadia Aboulhosn⁶ nasceu em 13 de setembro de 1988 e ficou conhecida pelo seu blog homônimo criado em 2010, e atualmente atua como modelo e designer de roupas. Aboulhosn utilizava o blog inicialmente como ferramenta para divulgar fotos de *street style* enquanto morava na Flórida. Após ser notada pela revista *Seventeen*, foi contratada para ser a modelo da sessão voltada para o público *plus-size* da revista⁷, o que fez ela se mudar para Nova Iorque.

⁶ Disponível em <http://viewthevibe.com/interview-15-questions-plus-sized-blogger-nadia-aboulhosn/>
Acessado em 25/01/2017

⁷ Disponível em:

<http://www.papermag.com/nadia-aboulhosn-the-model-bridging-the-gap-between-straight-and-plus-s-1576441920.html> Acessado em 25/01/2017

Figura 16 - Post do dia 05 de maio de 2011



Fonte: <http://www.chictopia.com/photo/show/445408-478878+D-black-jeffrey-campbell-boots-black-shorts-deep-purple-bodysuit>

Em decorrência da sua mudança para uma cidade maior, seu blog ganhou mais repercussão e atingiu mais seguidores, que começaram a ver nela um modelo a ser seguido em relação à confiança. Em paralelo, Nadia ganhou um concurso para achar modelos para a marca *American Apparel* e com a vitória ganhou popularidade dentro da indústria de moda, onde fotografou para *Teen Vogue* e *Vogue Itália*.

Figura 17 - Post do dia 20 de janeiro de 2016



Fonte: imagem retirada do blog http://blog.nadiaaboulhosn.com/2016_01_01_archive.html

Sempre usando decotes, roupas justas ou transparências, a blogueira

construiu um estilo provocativo, o qual a fez ganhar muitos seguidores. Utilizando as roupas sensuais, Nadia transmite a ideia de uma mulher confiante e poderosa, o que a fez se tornar exemplo de representatividade para muitas mulheres gordas que não viam a possibilidade de ser sensual uma opção.

Figura 18 - Post do dia 22 de março de 2017



Fonte: <http://www.nadiaaboulhosn.com/2017/03/red-corset.html>

Ao se vestir com roupas comumente excluídas para o corpo gordo, e mais do que simplesmente vestir, se sentir confiante nelas, Nadia inspira seus seguidores ao fazer o mesmo. Em entrevista para a plataforma online do jornal britânico *The Telegraph*, Aboulhosn explica a relação da sua confiança com o seu corpo.⁸

[As pessoas dizem] Eu sou gorda, feia, convencida. Eu pareço convencida e arrogante porque sou grande e [eles] não pensam que eu deveria ser. Em cada entrevista que faço, sou perguntada: "como você está tão confiante?" Você não perguntaria isso à Rihanna. Você não perguntaria isso à Beyoncé. As pessoas pensam:" por que ela é confiante mesmo eu não estando feliz comigo mesmo?" Só porque sou maior e a sociedade não aceita pessoas como eu. Bem, eu ainda acho que sou atraente. Isso não é uma coisa pretensiosa - é só, você sabe, você deve pensar que você é bonita. Você deve ser a sua fã número um. (ABOULHOSN, 2014, tradução livre)

Em 2017, Aboulhosn lançou sua marca de roupas *plus-size By Nadia*

⁸ Disponível em

<http://www.telegraph.co.uk/women/womens-life/11208608/Plus-size-fashion-blogger-People-say-Im-fat-and-ugly.html> Acessado em 04/07/2017

Aboulhosn, onde disponibiliza roupas até o tamanho 24 dos Estados Unidos, referente ao tamanho 52 no Brasil.

Figura 19 – Editorial da marca *By Nadia Aboulhosn*



Fonte: <https://bynadiaaboulhosn.com/>

As roupas expressam o estilo sensual urbano da blogueira, com muitos vestidos *bodycons*, amarrações, transparências e cores neutras. As peças variam de 25 a 100 dólares americanos disponíveis para compra apenas pelo *e-commerce*, com entregas restritas ao território estaduniense.

Figura 20 – Editorial da marca *By Nadia Aboulhosn*



Fonte: <https://bynadiaaboulhosn.com/>

No Instagram, *Aboulhosn* coleciona 516 mil seguidores e 3.064 posts, cada publicação tem um média de 3 a 34 mil curtidas e cada vídeo tem até mais de

100 mil visualizações. Na rede social, a blogueira compartilha fotos do seu cotidiano, o que a torna ainda mais acessível, fazendo com que os seus seguidores consigam se imaginar no seu lugar. Na plataforma social, Aboulhosn recebe inúmeras mensagens sobre como ela os influenciou a se vestir de modo mais sensual e como isso afetou a confiança e a autoestima deles. No post em que Nadia compartilhou a novidade de ter sido assinada pela uma agência de modelos *Wilhelmina Models*, os comentários são inúmeros.

Figura 21 - Post @nadiaaboulhosn



Fonte: Instagram @nadiaaboulhosn

Esses comentários podem ser vistos em diversas postagens da blogueira, e eles apontam como Aboulhosn lhes apontou a possibilidade de ser sensual enquanto mulher gorda, como a confiança da blogueira transparece em seu modo de se comunicar com seus seguidores de forma que essas pessoas se inspiram a se importar menos com os rótulos e moldes impostos a eles.

Nunca em meus 20 anos de vida eu tive um modelo com o qual eu posso olhar e me relacionar. Alguém que é da minha altura e biotipo semelhante. Você é uma inspiração. Continue sendo você e dando grandes passos para mudar a forma como a sociedade olha as mulheres maiores. Obrigado (Comentário de @spencesbeauty no post do dia 09 de maio de 2017)⁹

⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BT4hJITDFYI/?taken-by=nadiaaboulhosn> Acessado em 04/07/2017 (tradução livre)

A influência da blogueira não se restringe ao corpo, pela sua descendência libanesa, muitas mulheres árabes encontram em Aboulhosn um modelo de confiança e de comportamento que as inspiram.

Você me inspirou repetidamente ao longo dos anos e me fez sentir confiante em ser uma mulher árabe curvilínea. Estou tão insanamente orgulhosa de você e não posso esperar para ver o quão longe você vai. (Comentário de @addenda no post do dia 09 de maio de 2017)¹⁰

No começo do ano de 2017, Nadia lançou marca inclusiva, onde seu estilo de roupa é ofertado para as mulheres gordas. Aboulhosn já tinha experiência com *design* de roupas inclusivas já que foi responsável por coleções especiais para as marcas *Boohoo* e *Addition Elle*.¹¹ Ao falar sobre as coleções em entrevista, a blogueira defende a ideia da não rotulação de roupas *plus-size* por acreditar que isso gera uma segregação maior e por consequência uma maior dificuldade da massificação da roupa para as mulheres gordas em grandes marcas de moda.¹²

Eu sinto que *plus-size* é uma maneira de dividir as pessoas. Eu não quero que ninguém se sinta um excluído. O ponto principal de vestir-se é sentir-se bem consigo mesmo e não gosto dessa separação porque todo mundo quer se sentir bem no que eles vestem e na pele deles (tradução livre)

Mesmo após ganhar fama e ganhar um espaço na grande mídia, Nadia continua a defender a mudança no padrão de beleza e aponta os problemas ainda existentes dentro da indústria. Em entrevista para o portal da revista *Paper Mag*¹³, Nadia discute sobre como mesmo dentro da esfera que não faz parte do padrão imposto pela sociedade, ainda há um padrão a ser seguido. Com isso na sua visão, ela ainda se encaixa no arquétipo privilegiado, o de gorda com o corpo ampulheta, com cintura fina e barriga reta, o que os coletivos chamam de “gorda magra”. Ela destaca ainda apenas a representação desse tipo corpo, ainda que já seja um

¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BT4hJITDFYI/?taken-by=nadiaaboulhosn> Acessado em 04/07/2017 (tradução livre)

¹¹ Disponível em:

<http://www.papermag.com/nadia-aboulhosn-the-model-bridging-the-gap-between-straight-and-plus-s-1576441920.html> Acessado em 04/07/2017

¹² Disponível em: http://www.huffingtonpost.ca/2015/11/12/nadia-aboulhosn-plus-size_n_8546178.html Acessado em 04/07/2017

¹³ Disponível em:

<http://www.papermag.com/nadia-aboulhosn-the-model-bridging-the-gap-between-straight-and-plus-s-1576441920.html> Acessado em 01/07/2017

avanço, não é suficiente, visto que não representa a diversidade do corpo gordo.

Eu acho que a atenção da mídia abriu a porta para muitas pessoas, mas ainda há espaço para mais. Uma razão pela qual eu sou considerada uma "modelo" é porque eu tenho uma forma de ampulheta - eu não tenho peito, mas eu tenho um corpo curvilíneo. Penso que é tão importante que mulheres como minha amiga Tess [Holliday]¹⁴ também sejam modelos porque não acho que as pessoas entendam o impacto que tem. Nossos corpos e tamanhos são diferentes; Se o meu tipo de corpo for considerado normal, acho que é legal que Tess esteja aqui também. (tradução livre)

Percebe-se então que os conceitos de beleza, sensualidade e de papéis sociais são frágeis e mutáveis, e a mídia atua na produção de padrões inclusivos e/ou excludentes, visto que essa tem um papel muito importante para formar o senso comum. E figuras como a blogueira Nadia Aboulhosn, uma mulher gorda, expressa que é possível romper o domínio da magreza e a exclusão de um corpo gordo, conquistando reconhecimento e representatividade.

¹⁴ Tess Holiday é uma modelo norte americana que foi a primeira do seu tamanho a ser assinada por uma grande agência de modelos. Vestindo tamanho 22, nos Estados Unidos, Tess se popularizou na internet por propagar a ideia de auto aceitação. Disponível em http://www.etonline.com/news/164889_everything_you_need_to_know_about_tess_holliday_the_size_22_supermodel_who_is_changing_the_world/ Acessado em: 01/07/2017

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se então que no decorrer do tempo a sociedade carregou e ainda carrega traços do patriarcado, podendo exemplificar inclusive o nome da espécie *homo sapiens*, do latim “homem inteligente”. A consequência disso é evidenciada na posição que a mulher ocupa na cadeia social.

Imposta à submissão, é reservado à mulher, na sociedade ocidental, a restrição da sua própria sensualidade e erotismo que estão ao controle do poder masculino. À elas é então ensinado desde cedo que sua principal função ser gerar filhos, como devem se portar em âmbito social, que devem colocar em primeiro lugar o marido e que não devem se ver como ser sexual, apenas como objeto de prazer masculino.

Uma das ferramenta que o patriarcado encontrou e se utiliza até hoje para alimentar esse ciclo de poder são as roupas, onde uma indústria ainda dominada por homens, ditam o que está na moda. Que ao longo da história mudou, porém nunca deixou de evidenciar pontos do corpo feminino que despertavam atração.

Ainda sobre a mulher submissa dentro da sociedade, percebeu-se o padrão de beleza como outra ferramenta de subordinação, onde este está em constante mutação para reafirmar a inalcançabilidade do mesmo fazendo que o poder desse molde seja tão maior.

Destacando que após o abandono do arquétipo gordo dentro do século XVII, o magro nunca deixou de ser o biotipo que era considerado belo. Ao longo das décadas da Idade Moderna e contemporânea, alterações desse biotipo foram ocorrendo, porém nunca o suficiente para ele deixar de ser o vigente. O que nos faz chegar aos dias atuais, onde se preza o magro acima de tudo e se vende a ideia do gordo significar o “não saudável”, logo, por conta disso, percebe-se que inúmeras consequências acabam surgindo. Dentre elas, notou-se a não representatividade das pessoas gordas na grande mídia, que por conseguinte agrava os casos de gordofobia.

Por conta disso, é negado ao corpo gordo a possibilidade de bem “estar com o próprio corpo”, onde quase tudo que o rodeia comunica uma mensagem contrária, o que ocasiona altos índices de problemas com a sua identidade.

No entanto, há casos divulgados pela grande mídia que estimulam a auto-aceitação. Um desses exemplos é a blogueira Nadia Aboulhosn que se utiliza de roupas sensuais para quebrar o paradigma da assexualidade da mulher gorda o que por si só é uma forma de ruptura de mitos difundidos pela parte opressora da sociedade.

Através da propagação do seu discurso em revistas de grande alcance, como *Vogue* Itália e portais como *Refinery29*, Aboulhosn alcança uma representatividade que a faz conquistar muitos seguidores que se identificam com a sua ideia de confiança enquanto mulher gorda.

Então como demonstrado com Aboulhosn pode-se perceber a necessidade da representatividade dentro do sistema social, pois quando a pessoa excluída se ver na grande mídia, ela consegue ver a possibilidade de outra realidade. Porém, é necessário continuar-se estudando sobre a representatividade e sobre seus efeitos na sociedade, de modo a entender como ela normaliza aquele pensamento representado, visto que não é suficiente a pessoa se enxergar na grande mídia, a sociedade deve acompanhar a mudança.

REFERÊNCIAS

AGENDES, D. S. . **Gordas, sim, por que não?** : o discurso de mulheres gordas no blog Mulherão. In: VII Seminário Nacional sobre Linguagens e Ensino, 2012, Pelotas/RS. VII Seminário Nacional sobre Linguagens e Ensino, 2012.

BARASCH, Mara. **Sexo e afeto no cotidiano do homem**. In D. Caldas (Org.), Homens: comportamento, sexualidade, mudança (pp. 93-119). São Paulo: Senac. 1997

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes; 2002.

BELTRÃO, Allana Patrícia de Figueiredo; SILVA, Hayane Machado da; SANTO, Tarlis Belém do Espírito Santo; LEITE, Iracema Tatiana R. **A mudança da silhueta feminina motivada pelo desejo de sedução**. 9 Colóquio de Moda, Ceará, 2013.

BOTTI, Mariana Meloni Vieira. **A fetichização da imagem da mulher**. 2004

BOUCHER, François. **História do vestuário no Ocidente**: das origens aos nossos dias. São Paulo, Cosac Naify, 2012.

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. 2 ed. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil, 2002.

BROWN, Sonya C. **Does This Book Make Me Look Fat?**, Publicado online por JPR Studies. 2011.

CARDOSO, António Joaquim Magalhães; COSTA, Tatiana Andreia Toscano Costa. **O “Peso da moda”**: A relação e o envolvimento das mulheres obesas com o vestuário e a moda. 2007

CARDOSO, Janaina Cristina; MORELLI, Graziela. **Na Contramão da passarela: O impacto da obesidade no padrão de beleza social e no mercado de moda contemporâneo.** 7 Colóquio de Moda, 2010.

CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem.** 2 ed rev. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

CUSTÓDIO, Gabriela P. **De Carne, Osso e Luz: A Celebração do Corpo Feminino no Projeto Fotográfico “Ensaio Mulher”,** de Claudia Regina. Fortaleza, 2015.

FOULCAULT, Michel. **História da Sexualidade.** Rio de Janeiro, Edições Graal, 1985. (3 edição)

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GRAMMER, Karl ; RENNINGER, LeeAnn. **Disco Clothing, Female Sexual Motivation and Relationship Status: Is She Dressed to Impress?** Journal of Sex Research 2004, 2004.

HAKIM, Catherine. **Capital erótico** [recurso eletrônico]: pessoas atraentes são mais bem sucedidas. A ciência garante. Rio de Janeiro, Best Business, 2012.

HEINZELMANN, Fernanda Lyrio. **Corpos que desfilam: imagens de moda e a construção de padrões de beleza.** Porto Alegre. Faculdade de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2011

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** [recurso eletrônico] 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

Disponível

em:

https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-in-dia Acessado em: 31/08/2016

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MACEDO, Otávio Roberti. **A vaidade de todos nós**. In D. Caldas (Org.), Homens: comportamento, sexualidade, mudança (pp. 93-119). São Paulo: Senac. 1997

MILIVOJEVIĆ - JESTRATIJEVIĆ, Iva. **Visual seduction: eroticism in fashion photography**. Sérvia, 201(?)

NORONHA, Andreza; DEUFEL, Camila. **Reflexões Teóricas sobre a Gordofobia na Mídia: O Corpo na Contemporaneidade**. Rio Grande do Sul, 2014.

OLDIER, Felipe Saldanha. **Corpo, Nudez, Sexualidade e Pudor: Paradoxos do Erotismo e do Pornográfico na Dimensão Estética**. 2014. Anais do I Congresso de Diversidade Sexual e de Gênero, v.1. 2014.

OLIVEIRA, Pedro Pinto; PEREIRA, Bruna Barbosa. **Gordofobia, mocinha só magrinha: valores do corpo feminino nas telenovelas**. 34 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo, SP. 2016.

ORBACH, Susie. **Gordura é uma questão feminista**. Rio de Janeiro. 1978.

PÁDUA, Elisabete Matado Marchesini de. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática**. Campinas, SP: Papyrus, 1997.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernâni César de. **Metodologia do Trabalho Científico** [recurso eletrônico] : Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2 ed. Novo Hamburgo : Feevale, 2013 Disponível em:

<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acessado em: 31/08/2016

RIBEIRO, Vinícios Kabral. **A Mulher Gorda Nua na Fotografia: retratos e autorretratos de Fernanda Magalhães**. Goiânia. 2012

ROTHBLUM, Esther.D. **Fat Studies** (p.173-183) in_____ The oxford handbook of the social science of obesity. NY: Oxford Univeritry Press, Nova Iorque, 2011.

SALES, Lea Silveira. **Fantasia e Teorias da Sedução em Freud e em Laplanche**. Psicologia: Teoria e Pesquisa, Set-Dez 2002, Vol. 18 n. 3, pp. 323-328

SEN, Gita; GROWN, Caren. **Development Crises and Alternative Visions: Third World Women's Perspectives**. Earthscan, Londres, 1987. Disponível em: https://www.dawnnet.org/feminist-resources/sites/default/files/articles/devt_crisesalt_visions_sen_and_grown.pdf. Acessado em: 05/07/2016

SILVA, Lucimar Aparecida. **Representações do Corpo Feminino na Moda Plus Size no Brasil: Um Olhas Multimodal em Capas de Revistas na Versão Online**. Viçosa, MG, 2015.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro, Zahar, 2010.

THERBORN, Goran. **Sexo e poder, A Família no Mundo 1900-2000**. 2.ed., São Paulo, Contexto, 2011.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**, como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro, Rocco. 1992.

XIMENES, Maria Alice. **Corpo e roupa**, território da existência e da cultura. Reflexões para o redesenho do corpo feminino no século XIX. Campinas, SP, 2004.

<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3495823/I-just-started-crying-Second-plus-size-model-feature-Women-s-Running-magazine-reveals-broke-saw-body-positive-cover.html> Acesso em: 04/07/2017

<http://viewthevibe.com/interview-15-questions-plus-sized-blogger-nadia-aboulhosn/> Acesso em: 04/07/2017

<http://www.telegraph.co.uk/women/womens-life/11208608/Plus-size-fashion-blogger-People-say-Im-fat-and-ugly.html> Acesso em: 04/07/2017

<http://www.papermag.com/nadia-aboulhosn-the-model-bridging-the-gap-between-straight-and-plus-s-1576441920.html> Acesso em: 04/07/2017

<http://blog.mymirafit.com/the-mira-interview-nadia-aboulhosn/> Acesso em: 04/07/2017

<http://www.refinery29.com/2014/04/65688/nadia-aboulhosn-calendar#page-1> Acesso em: 04/07/2017

http://www.huffingtonpost.ca/2015/11/12/nadia-aboulhosn-plus-size_n_8546178.html Acesso em: 04/07/2017

https://wn.com/nadia_aboulhosn_interview_fall_2016 Acesso em: 04/07/2017

<https://www.instagram.com/nadiaaboulhosn/> Acesso em: 04/07/2017

<https://www.psychologytoday.com/blog/real-healing/201308/i-see-fat-people> Acesso em: 16/06/2016.

<https://www.techopedia.com/definition/28497/digital-influence> Acesso em: 16/06/2016

<http://www.nadiaaboulhosn.com> Acesso em: 04/07/2017