



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

YAN DINIZ TELES SOARES

**CORPOS TRANSGRESSORES:
O ATO POLÍTICO DE RESISTÊNCIA NO VESTIR DAS MULHERES GORDAS**

FORTALEZA

2017

YAN DINIZ TELES SOARES

CORPOS TRANSGRESSORES:
A RESISTÊNCIA NO VESTIR DE MULHERES GORDAS DO INSTAGRAM

Estudo monográfico apresentado ao Programa de Bacharelado em Design - Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design – Moda.

Orientadora: Prof^a Dr^a. Emanuelle Kelly Ribeiro da Silva.

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)

- S657c Soares, Yan Diniz Teles.
Corpos transgressores : a resistência no vestir de mulheres gordas do Instagram / Yan Diniz Teles Soares. – 2017.
70 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. Emanuelle Kelly Ribeiro da Silva.
1. Gordofobia. 2. Padrão de Beleza. 3. Corpo Gordo. 4. Empoderamento. I. Título.

CDD 391

YAN DINIZ TELES SOARES

CORPOS TRANSGRESSORES:
A RESISTÊNCIA NO VESTIR DE MULHERES GORDAS DO INSTAGRAM

Estudo monográfico apresentado ao Programa de Bacharelado em Design - Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design - Moda.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. Emanuelle Kelly Ribeiro da Silva (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª. Dr^ª. Francisca Raimunda Nogueira Mendes
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª. Dr^ª. Maria Dolores de Brito Mota
Universidade Estadual do Ceará (UFC)

A minha mãe, Imeri.
A todas as mulheres gordas.
A todos os corpos marginais.

AGRADECIMENTOS

À minha amada mãe, Imeri, que embora não entenda muito bem do que se trata “essa coisa de monografia”, me deu todo o suporte e carinho necessários para que eu seguisse forte até aqui.

Ao Mike, por seu amor, paciência e companheirismo durante essa longa caminhada que foi a graduação.

Ao meu amigo Lucas Vantier, por todo o seu companheirismo e sabedoria, por ter me ajudado todos os dias a me tornar uma pessoa melhor e, sobretudo, mais humana.

Às minhas amigas Beatriz Marques e Marianna Calixto, grandonas pra caralho, que trilharam comigo esse longo caminho de aprendizado sobre a gordofobia; que me enchem o peito de forças para lutar contra todas as opressões que sofremos enquanto pessoas gordas; que me inspiram todos os dias a amar a minha carne gorda.

À minha amiga Dilli Dias, que me deu carinho, que me ofereceu suporte e que muito me ensinou nos momentos em que precisei.

A todos os meus amigos que tornaram o drama acadêmico mais divertido, gratificante ou mais suportável durante esses longos anos.

À todas mulheres gordas que me inspiram diariamente a resistir aos padrões de beleza e à dominação dos corpos.

À minha orientadora, Manu, pelo tempo investido em mim, pelo seu suporte e disposição, e principalmente por ter acreditado em minha pesquisa.

Às professoras participantes da banca examinadora Francisca Mendes e Dolores Mota pelo tempo, pelas valiosas contribuições e sugestões.

“Grandona pra caralho, pra me engolir vai ser foda”. Mulher Pepita.

RESUMO

O presente estudo buscou compreender como, ao longo da história, o padrão de beleza excluiu as pessoas gordas através de um processo de desumanização, criando para elas uma série de normas vestimentares que sugerem que seus corpos são condenáveis e que devem ser escondidos ou mascarados por roupas que aproximem a sua forma a de um corpo magro. Além disso, o estudo investigou como nos últimos anos, as mulheres gordas têm utilizado a roupa para romper com as normativas supracitadas e também com o padrão de beleza, sobretudo promovendo o empoderamento do corpo gordo.

Palavras-chave: Gordofobia. Padrão de Beleza. Empoderamento.

ABSTRACT

This research aims to understand how, in history, the beauty standard excluded fat people in a process of dehumanization, creating to them several dressing rules and codes, suggesting their bodies are blameworthy and should be hidden or masked by clothes that make their bodies looks like a thin body. The study also investigated how fat women are using their clothes to disrupt the codes and rules above mentioned and disrupt the beauty standard, promoting the fat empowerment and the body positiveness.

Keywords: Fat shaming. Ideal of Beauty. Empowerment.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Exemplificação de Pigmentocracia.....	20
Figura 2 – O ideal de beleza nos anos 1900	21
Figura 3 – O ideal de beleza nos anos 1910	22
Figura 4 – O ideal de beleza nos anos 1920	23
Figura 5 – O ideal de beleza nos anos 1930	24
Figura 6 – O ideal de beleza nos anos 1940	25
Figura 7 – O ideal de beleza nos anos 1950	26
Figura 8 – O ideal de beleza nos anos 1960	27
Figura 9 – O ideal de beleza nos anos 1970	29
Figura 10 – O ideal de beleza nos anos 1980	30
Figura 11 – O ideal de beleza nos anos 1990	31
Figura 12 – O ideal de beleza nos anos 2000	33
Figura 13 – O ideal de beleza de 2010 até 2017	35
Figura 14 – Capas da revista Marie Claire	47
Figura 15 – Vestuário de Kaly	53
Figura 16 – Vestuário de La'Shaunae	54
Figura 17 – Vestuário de Denaisha	55
Figura 18 – Vestuário de Clara	56
Figura 19 – Vestuário de Jup	57
Figura 20 – Vestuário de Gabriela	59
Figura 21 – Vestuário de Luiza	60
Figura 22 – Vestuário de Stacey	61
Figura 23 – Vestuário de Raíssa	62
Figura 24 – Vestuário de Lizzo	63

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IMC	Índice de Massa Corporal
LGBTQ	Lésbicas, gays, bissexuais, transexuais e <i>queers</i> .
UFC	Universidade Federal do Ceará

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	METODOLOGIA	14
2.1	Tipo de Pesquisa	14
2.2	Área de Abrangência	14
2.3	Plano de Coleta de Dados	15
2.4	Categorias Analíticas	15
2.5	Tratamento de Dados	16
3	O PADRÃO DE BELEZA	17
3.1	Beleza e Sociedade	17
3.2	O Espectro da Beleza	18
3.3	A Beleza ao longo dos séculos XX e XXI	20
4	O CORPO GORDO	38
4.1	Corpos desumanizado	38
4.2	Corpos invisíveis	42
4.3	Corpos velados	45
5	CORPOS QUE TRANSGRIDEM	50
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
	REFERÊNCIAS	65

1 INTRODUÇÃO

Pensar em padrão de beleza é, sobretudo, pensar em relações de poder e de consumo. É entender que possuir um corpo que se adequa aos ideais propagados pela mídia e pelo senso comum não é uma vontade natural do ser humano, mas sobretudo o resultado da vontade de se aproximar de um semblante ideal de felicidade e beleza, que, para Svendsen (2007), é resultante das modas dominantes de um período.

Aproximar-se desse ideal coloca o indivíduo em uma posição de privilégio, considerando o cenário competitivo antinatural no qual beleza é poder (WOLF, 1992). Este privilégio não é absoluto, é claro, pois o indivíduo continuará a sofrer pressões estéticas e a buscar adequar-se cada vez mais ao padrão vigente que está em constante mudança.

Considerando a existência deste cenário competitivo e entendendo como funcionam as relações de poder no modelo de sociedade ocidental capitalista, enxergamos uma dicotomia na qual aproximar-se do padrão é, para além de alcançar o título de belo, um atestado de felicidade e realização; ao que ficar distante deste padrão é, para além do fardo do título de feiura, um atestado de fracasso e comodismo. Nessa estrutura, o corpo gordo pode se situar em um destes dois campos: no campo do fracasso, da feiura, do grotesco, do sujo, do horrendo, ou lado oposto, que é belo, gracioso, agradável e harmônico. Em nossa sociedade, o corpo gordo se situa no lado de lá: no lado do que é repulsivo e do que é grotesco.

O indivíduo gordo é, deste modo, inferiorizado e estigmatizado, passando por um processo de desumanização já observado em outros momentos ao longo da história da humanidade em grupos minoritários ou estigmatizados, como por exemplo o povo judeu pelo nazismo (MUSSI, 2016); o povo negro pelo racismo (NOGUEIRA; GUZZO, 2017); as mulheres pelos homens em determinadas culturas e períodos. Esse processo de desumanização culmina em uma socialização limitada do indivíduo gordo que, uma vez inferiorizado, entende seu corpo como inadequado.

Os canais de moda e beleza — aliados a outros tipos discursos — sugerem que essa imagem gorda que se faz inadequada deve ou ser combatida ou permanecer fora da visão da sociedade. A mulher gorda é, então, apagada da sociedade, invisível em quaisquer mídias e tipos de representação: novelas, filmes, seriados, campanhas publicitárias e até mesmo literatura. Caso esse corpo gordo ouse ser mostrado, a sociedade conta com o aparato dos canais de moda e beleza que o fazem ser velado ou disfarçado para criar uma ilusão de que é magro, sugerindo sua feiura.

Levando em consideração o que foi pontuado anteriormente, o presente estudo teve

como objetivo geral: investigar como mulheres gordas têm utilizado as roupas como um ato político de resistência e de questionamento ao padrão de beleza, usando-as para romper com os códigos sociais e regras vestimentares que limitam seus corpos e suas expressões — considerando aqui o aspecto filosófico e social da moda, inerente à individualidade, na construção do “eu”, observado por Svendsen (2007).

Para elucidar esse ponto, os objetivos específicos da pesquisa foram: entender o que é o padrão de beleza e mapear onde o corpo gordo se situa — ou não se situa — em uma linha do tempo dos séculos XX e XXI; investigar como o processo de desumanização do corpo gordo resulta em um corpo indesejável que deve ser escondido da sociedade; entender as formas que a sociedade encontra para manter este corpo invisível ou velado; e por fim entender como dez mulheres gordas que possuem um perfil na rede social Instagram têm subvertido os cânones da beleza, sendo elas: Clara Nieblas (usuário no *Instagram*: elotepreparado), Denaisha (usuário no *Instagram*: heavymetalgorilla), Gabriela Ruiz (usuário no *Instagram*: leather.papi), Jup Pires (usuário no *Instagram*: jupdobairro), Kaly Gerônimo (usuário no *Instagram*: kaaaaaaly), La’Shaunae (usuário no *Instagram*: luhshawnay), Lizzo (usuário no *Instagram*: lizzobeating), Luiza Junqueira (usuário no *Instagram*: luizajunquerida), Raíssa Galvão (usuário no *Instagram*: rayneon) e Stacey (usuário no *Instagram*: hantisedeloubli).

A pesquisa foi de cunho bibliográfico, visto que foram utilizados autores de obras que contemplam áreas como moda, corpo e sociedade, e também de cunho documental, na qual fotografias foram pesquisadas e analisadas para ilustrar e substanciar a pesquisa. Ainda sobre o cunho documental, foram utilizadas reflexões de mulheres gordas disponíveis em vídeos na plataforma digital YouTube, considerando aqui a relevância de pautar as vivências de um grupo estigmatizado em uma formulação emancipatória, como sugere Katz (2008), para que enfim exista uma crítica social do corpo.

Propor essa discussão, ainda que ela se atenha aos muros de uma Universidade, é um passo inicial para a propagação de uma pauta ainda tão invisibilizada em nossa sociedade, na qual não se enxerga que o processo estrutural de desumanização do gordo é real, que permanece em constante manutenção e que a cada instante a gordofobia se perpetua, ferindo diretamente a dignidade da pessoa gorda.

O presente estudo está organizado em seis capítulos. Dentre os iniciais, encontramos o primeiro, que é referente à introdução do estudo e o segundo que é referente à metodologia utilizada para a realização da pesquisa; no terceiro capítulo, discutimos questões concernentes ao padrão de beleza e analisamos os ideais de beleza ao longo dos séculos XX e XXI; o

quarto capítulo compreende reflexões relativas a três diferentes formas de opressão ao corpo gordo; no quinto capítulo, analisamos propriamente como as mulheres gordas da rede social Instagram têm utilizado a roupa em um ato político e identificamos os traços subversivos nessa conduta; por fim, o sexto capítulo compreende as considerações finais que dizem respeito ao estudo.

2 METODOLOGIA

2.1 Tipo de Pesquisa

Para elucidar os pontos problematizados, foi preciso realizar pesquisas bibliográfica e documental. O primeiro método, segundo Lima e Míoto (2007, p. 43), é “um procedimento metodológico importante na produção do conhecimento científico capaz de gerar, especialmente em temas pouco explorados, a postulação de hipótese ou interpretações que servirão como ponto de partida para outra pesquisa”. Esse foi essencial para o entendimento dos contextos históricos e também para fundamentar as teorizações acerca do padrão de beleza e do corpo.

Já o segundo método, o documental, baseou-se análise de fotografias — ausentes de um tratamento analítico prévio (GIL, 2002) — que demonstram o padrão de beleza nas décadas dos séculos XX e XXI, e também de fotografias de mulheres gordas retiradas da rede social *Instagram* que desafiam o ideal de beleza através de suas escolhas vestimentares, e foram necessárias tanto para reafirmar constatações feitas através da pesquisa bibliográfica, como para tentar refutá-las. Além disso, através desse mesmo método, foram colhidos depoimentos e reflexões de mulheres gordas na plataforma digital YouTube a fim de acrescentar à pesquisa as vivências das pessoas gordas — acreditando aqui em uma formulação emancipatória sugerida por Katz (2009).

2.2 Área de Abrangência

Para o andamento da pesquisa, consideremos necessário fazer recortes sobre as questões a serem estudadas, pois, conforme Gil (2002, p. 121): “os levantamentos abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade. Por essa razão, o mais frequente é trabalhar com uma amostra [...]”.

Considerando a fala supracitada, o estudo abarca então dois momentos na história, sendo o primeiro compreendido pelos séculos XX e XXI, nos quais percebemos a ausência, o apagamento e o combate ao corpo gordo sustentado pela mídia e pelo discurso médico. O segundo compreende um contexto atual no qual há a explosão das redes sociais e onde as

mulheres gordas passam a assumir seu “local de fala”¹, transformando-se em modelos de resistência e subversão e, conseqüentemente, inspirando outras mulheres gordas a combater a dominação do próprio corpo.

2.3 Plano de Coleta de Dados

O estudo teve duas etapas principais. Na primeira, no que diz respeito à pesquisa bibliográfica e documental, foram selecionadas referências bibliográficas pertinentes à temática e fotografias que ilustrassem as questões pontuadas e fotografias que pudessem ilustrar parte do conteúdo estudado.

Já na segunda etapa, houve uma análise de fotografias das seguintes mulheres gordas encontradas na rede social *Instagram*: Clara Nieblas (usuário no *Instagram*: elotepreparado), Denaisha (usuário no *Instagram*: heavymetalgorilla), Gabriela Ruiz (usuário no *Instagram*: leather.papi), Jup Pires (usuário no *Instagram*: jupdobairro), Kaly Gerônimo (usuário no *Instagram*: kaaaaaaly), La’Shaunae (usuário no *Instagram*: luhshawney), Lizzo (usuário no *Instagram*: lizzobeating), Luiza Junqueira (usuário no *Instagram*: luizajunquerida), Raíssa Galvão (usuário no *Instagram*: rayneon) e Stacey (usuário no *Instagram*: hantisedeloubli).

A escolha das mulheres gordas com perfil no *Instagram* se deu com base nos resultados de uma pesquisa feita pela empresa Dove, que afirma que 82% das mulheres acredita que as redes sociais influenciam o padrão de beleza e que 63% das mulheres acredita que a beleza é ditada através das redes sociais (MASHABLE, 2014). Tendo essas informações em mente, e sabendo que o padrão de beleza toma forma através de corpos magros e brancos, conseguimos compreender que quando mulheres gordas e/ou negras ocupam esse espaço virtual, identificamos o caráter de subversão investigado em nossa pesquisa.

2.4 Categorias Analíticas

Para assimilar como as mulheres gordas têm utilizado as roupas em um ato político de desafiar o padrão de beleza, estabelecemos as seguintes categorias para análise: o padrão de

¹ No debate “O que é lugar de fala?”, Djamilia Ribeiro propõe que os indivíduos percebam que exercem suas falas a partir de um lugar, podendo notar assim em quais grupos se inserem e, conseqüentemente, se possuem embasamento baseado em vivências para debater sobre diferentes questões. Exemplo: uma mulher negra assume seu local de fala ao falar sobre racismo e feminismo baseando-se em suas vivências. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IcyFgc_DmxY>. Acesso em: 01 dez. 2017.

beleza, *gordofobia* e empoderamento.

Padrão de beleza pode ser definido como o ideal corporal institucionalizado dentro de uma sociedade, que é fruto de um processo que ocorre a partir da disseminação de um modelo de corpo — ou corpos que caminham rumo a esse modelo — em diferentes mídias.

Gordofobia se configura através de um conjunto de opressões sofridas pelas pessoas gordas e tem suas raízes fincadas na desumanização do indivíduo gordo. Para Correa e Arcoverde (2014, p. 12), a gordofobia também representa “um processo de estigmatização que conta com aparatos sociais, culturais e midiáticos para perpetuar modelos de corpos aceitáveis (magros ou hipertróficos)”.

Empoderamento, conforme Cortez e Souza (2008, p. 172), diz respeito a um “reconhecimento das restrições sociais a que a categoria está submetida e da necessidade de reversão dessa situação, por meio de mudanças em um contexto amplo/público [...] e também em contextos mais específicos ou individuais”. Nesse estudo, dialogamos especificamente sobre o empoderamento das mulheres gordas.

2.5 Tratamento de Dados

Tão somente após compreender o que representa o ideal de beleza, entender em que estrutura se baseia esse ideal e investigar a beleza nos séculos XX e XXI foi possível analisar o corpo gordo — no qual nos debruçamos sobre o conjunto de opressões sofridas pelas mulheres gordas — associando-as aos tópicos referentes ao padrão de beleza.

Por fim, compreendendo então o padrão de beleza e o corpo gordo, foi possível analisar fotografias de mulheres gordas postadas em seus perfis pessoais na rede social *Instagram*, buscando por símbolos que representassem alguma subversão para com as normas sociais que lhes oprimem e por símbolos que dizem respeito também às regras vestimentares impostas às mulheres gordas

3 O PADRÃO DE BELEZA

3.1 Beleza e Sociedade

O padrão de beleza é um conceito que sempre esteve presente na sociedade, visto que sempre houve ideais do que é belo e do que é feio. Quando pensamos sobre esse padrão, pensamos sobre as formas que o corpo assume, mas não somente: o termo abrange a expressão facial como um todo e também seus elementos de forma isolada; cabelos; cor da pele; dentre outras características corporais.

Svendsen (2004, p. 87) pontua que “nossa percepção do corpo humano é sempre dependente das modas dominantes da época, e nossa percepção das modas é por sua vez dependente de como são representadas visualmente em pinturas, fotografias e outros meios”. Isso é, as diversas representações visuais do corpo na arte e meios de comunicação são ferramentas de propagação dos ideais de beleza.

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 tornar-se mais extremo, de modo que alguém que acaso consiga um corpo ideal logo ficará aquém do próximo. (SVENDSEN, 2010, p. 94).

O ideal é construído socialmente, o que implica que ele pode variar a partir da percepção de diferentes culturas. Apesar disso, não podemos deixar de considerar o fato de vivermos na era da *internet* na qual a propagação de padrões já possui uma dinâmica ainda mais acelerada do que a observada por Bonetti, onde pauta da globalização ainda era recente:

No âmbito das comunicações, a televisão se destaca como um elemento difusor de transformações que se sucedem no âmbito mundial, influenciando e desencadeando mudanças nos hábitos e costumes, modos de vida e de consumo. Assim, em um mundo onde já não são mais estabelecidas fronteiras de mercado, os meios de comunicação de massa passam a estimular e a reforçar os novos padrões de comportamento, ditando moda, formas de lazer e cultura afetando, sobremaneira, as decisões relativas ao consumo básico dos indivíduos. (BONETTI, 1998, p.108)

Usamos aqui o conceito de corpo mercadoria apontado por Bonetti (1998, p. 111) “aquele que se apresenta ao mercado como um produto a ser consumido”. Esse conceito abrange modelos de sociedade capitalistas, considerando que:

A cultura é, então, uma criação coletiva de ideias, símbolos e valores pelos quais

uma sociedade define para si mesma o bom e mau, o justo e injusto, o verdadeiro e o falso, o possível e o impossível, o sagrado e o profano, o espaço e o tempo. (CHAUÍ, 1995, p. 50, apud BONETTI, 1998, p. 109)

Podemos acrescentar à observação de Chauí que nesse conjunto de definições também haverá uma definição do que é belo e do que é feio. Sendo assim, podemos dizer que cada sociedade terá, à princípio, seus próprios ideais, mas que esses não estarão livres da influência da globalização. Muito pelo contrário, esses ideais serão constantemente moldados por ela.

3.2 O Espectro da Beleza

Para que prossigamos com o estudo e discutamos sobre os corpos ideais nos séculos XX e XXI mais a seguir, é necessário que antes falemos sobre a estrutura na qual se situam os diversos tipos de corpos. Esse é um exercício de reflexão que se faz necessário para que fujamos de uma ótica simplista que considera a existência apenas do corpo gordo e do corpo magro.

Podemos imaginar essa estrutura como um espectro. Um dos lados desse espectro representa a magreza, o outro representa a gordura. Em um dos extremos se situa o corpo magro idealizado em um dado período, no outro extremo se situa o corpo “excessivamente” gordo. Há, entretanto, um longínquo percurso entre os dois extremos, onde habita uma variedade de corpos.

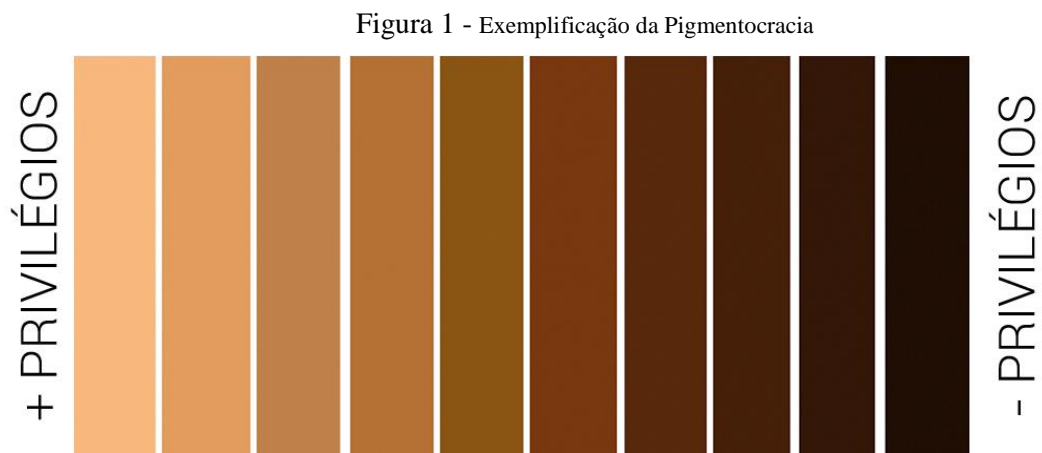
Faz-se necessário que consideremos o caráter de fluidez desse espectro visto que, como discutiremos a seguir, o padrão de beleza apresenta suas variações ao longo dos tempos. Logo, o corpo idealizado que se situa em um dos extremos do espectro — na área que corresponde aos corpos magros — ora será um corpo magro e sem curvas, ora será um corpo magro e curvilíneo, ora será um corpo magro voluptuoso, dentre outras possibilidades.

Todos os corpos que se assemelham em alguma instância a esse corpo idealizado estarão situados mais próximos desse extremo do espectro; enquanto todos os corpos que distanciam dessa idealização estarão mais distantes do extremo que representa a beleza e mais próximos do extremo que representa a feiúra, onde está situada a variedade de corpos gordos.

Pensar nessa questão e propor uma estrutura para representá-la não é algo inédito quando falamos sobre questões sociais. Há no Brasil, por exemplo, o colorismo ou

pigmentocracia: um sistema no qual as pessoas negras de pele mais escura e com traços fenotípicos associados a uma afrodescendência sofrem mais preconceito e retaliações da sociedade, enquanto negros de pele mais clara ou com traços não associáveis a uma afrodescendência, por aproximarem-se da branquitude, ainda sofrem preconceito, mas de forma mais amena (SILVA E SILVA, 2017).

Há, no colorismo, uma estrutura onde em um extremo se situa o negro de pele escura com traços associados a descendência africana, e no outro extremo se situa o indivíduo branco. Há também, nessa estrutura, um percurso onde estão presentes os outros tipos de pele e traços. Quanto mais próximos do extremo da branquitude, mais privilégios o indivíduo terá; quanto mais distante dela, menos privilégios ele terá e mais opressões ele vivenciará.



Fonte: adaptado de <<https://www.revistaforum.com.br/osentendidos/2015/04/13/que-cor-sou-eu/>>.

É baseando-se em uma estrutura como essa que propomos esse olhar sobre a questão do padrão de beleza. A diferença aqui é que o extremo que representa o padrão de beleza, situado no lado da magreza do espectro, mudará ao longo da história — o que temos considerado como fluidez. Tudo o que estiver próximo a esse ideal gozará de mais privilégios, enquanto tudo o que distanciar indo em direção ao outro extremo, vivenciará mais opressões.

Portanto, quando nos referirmos a um corpo magro e voluptuoso — ou outra variedade de corpo magro — como um corpo magro, não estaremos negando sua subjetividade ou enxergando através de um olhar reducionista, mas situando esse corpo dentro do espectro da beleza.

3.3 A beleza ao longo dos séculos XX e XXI

Para compreender o padrão de beleza ao longo do último século e observar onde o corpo gordo se situa nessa trajetória, recorreremos a uma linha do tempo. Iniciamos essa retrospectiva através da observação de Marques (2017), que situa os séculos anteriores ao século XX:

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 pessoas 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. (MARQUES, 2017, p. 14)

Faux (2000, p. 11) afirma que “a primeira metade do século produzia geralmente apenas um modelo de beleza por época”. Enquanto Eco (2004, p. 413) pontua que “olhando-se ‘de longe’, cada século apresenta características unitárias, ou, no máximo, com uma única contradição fundamental”.

Figura 2 - O ideal de beleza dos anos 1900



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Observa-se, da esquerda para direita: Liane de Pougy, Cléo de Merode e Lina Cavallieri. Todas colocadas por Chahine (2000) como as mulheres mais belas de seu tempo.

Adentrando no século XX, nos anos 1900, conforme observa Chahine (2000, p. 80), “Liane de Pougy impôs uma silhueta longilínea e um rosto frágil emoldurado por uma espantosa cabeleira clara erguida como um capacete espumoso” e que “as mulheres que se

afligiam com a papada poderiam recorrer à fita de chapéu passada sob o queixo”. Além disso, a autora também faz o seguinte apontamento:

Do ponto de vista da silhueta, a Belle Époque assistiu ao triunfo da mulher-flor, mulher liana, esbelta e elegante, mas mulher-mulher, cingida num espartilho que apertava a cintura ressaltando os seios e nádegas, que não hesita em reforçar com ornamentos postiços, se necessário. Ponto forte dessa silhueta-ampulheta: a estreiteza da cintura — 42cm no caso da cantora Polaire, amiga de Colette! Algumas chegariam a recorrer ao bisturi para deslocar ou mesmo tirar algumas costelas, a fim de apertar o espartilho a ponto de desmaiarem. (CHAHINE, 2000, p. 84)

Observando os apontamentos feitos pela autora supracitada, podemos afirmar que a silhueta magra e exageradamente acinturada era a almejada pelas mulheres de 1900 e que a este tipo de corpo era associado à elegância. Percebemos também que características que pudessem ser associadas ao corpo gordo, como a papada, a cintura larga ou a gordura propriamente dita eram motivo de incômodo para as mulheres.

Figura 3 - O ideal de beleza dos anos 1910



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Chahine (2000) elenca algumas das mulheres que explicitam o ideal de beleza dos anos 1910, e algumas delas podem ser representadas por Theda Bara, Mary Pickford e Paola Negri, apresentadas acima, na figura 3, da esquerda para a direita. Considerando essas idealizações, prosseguimos com a análise do período com a consideração de Faux (2000):

Assim, nos anos 10, durante os últimos brilhos da Belle Époque, as moças se inspiravam em fotografias das damas da aristocracia penteadas e vestidas segundo a última moda: o *must* era uma cintura fina e uma silhueta em S obtida às custas do uso sufocante de um espartilho rígido de barbatanas de baleia, uma maquiagem natural, um pescoço comprido [...] (FAUX, 2000, p. 11)

Ainda a respeito da mesma década, Chahine (2000) observa o que acontece com a

moda dos anos dez conforme se aproxima a década seguinte:

Foi nesses anos que as mulheres libertaram seu corpo dos ditames do passado. Poiret, e depois Vionnet e Chanel, abriu-lhes um caminho que aos poucos iriam seguir. Saia-calça, tubinhos e blusas decotadas se generalizaram. Expulso pela moda higienista, o espartilho foi aos poucos substituído pela cinta elástica. Provida de barbatanas, abotoada na frente cobrindo bem os quadris para “dar ou conservar as linhas normais da mulher”, a cinta elástica tornava-se maleável à medida que as mulheres tomam gosto pelo movimento. (CHAHINE, 2000, p. 97)

A substituição do espartilho pela cinta, entretanto, continua sendo uma tentativa de acinturar e modelar o corpo feminino, escondendo a gordura ou qualquer volume. Segundo Steele (1999, p.473), conforme citado por Svendsen (2004, p. 93), “o espartilho nunca desapareceu realmente; foi antes convertido em outros tipos de roupa de baixo e finalmente no corpo moderno bem-exercitado”.

Devemos, então, levantar um questionamento sobre até que ponto essa libertação de fato ocorreu, dado que as mulheres permaneciam presas às novas peças de roupas e hábitos que surgiam para moldar os seus corpos.

Figura 4 - O ideal de beleza dos anos 1920



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Na figura 4, acima, observamos da esquerda para a direita: Louise Brooks, Josephine Baker e Collen Moore. As duas primeiras colocadas como Chahine (2000) e a última colocada pela revista Marie Claire (2017) como ícones de beleza e moda desse período. Chahine observa, ainda, que nos anos 1920, conhecidos como a era *Gatsby*, além da grande difusão dos concursos de misses, um radicalismo assolou o padrão de beleza:

As saias encurtaram tanto que chegavam então a roçar os joelhos. O vestido,

confortável e marcado por uma cintura baixa, desenhava uma silhueta andrógina. A essa liberdade, associava-se uma nova imposição: a da magreza a todo custo! Cintas e maiôs elásticos comprimiam os quadris e “achatadores de seios”² [...] tentavam fazer os seios desaparecerem. Por toda parte, mulheres elegantes martirizavam suas curvas com bandagens. Dez anos mais tarde, com os seios definitivamente reduzidos a um saco vazio, muitas modelos e coquetes lamentariam amargamente sua sujeição à moda do momento. (CHAHINE, 2000, p. 112)

Showgirls magras e quase sem curvas como Clara Bow e Josephine Baker ilustram bem o corpo idealizado nessa década. Aqui, o corpo não devia apenas ser magro, percebemos também que possuir formas curvilíneas ou apresentar volumes não era algo bem visto ou admissível, logo, os volumes ou curvas deviam ser escondidos, por mais que para isso fossem usados métodos desconfortáveis ou dolorosos, como os achatadores de seios.

Figura 5 - Ideal de beleza dos anos 1930



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Na figura 5, acima, da esquerda para a direita, temos Greta Garbo, Jean Harlow e Marlene Dietrich, apontadas por Chahine (2000) como ícones de beleza dos anos 1930. Para a autora, essas atrizes — todas magras —, ofereciam um sonho lúcido ao público com sua beleza, oferecendo um escape após os tempos difíceis da crise de 1929:

Marlene Dietrich iria se tornar [...] o arquétipo de mulher fatal: testa desbastada com pinça, cabelos claros, sobrancelhas reduzidas e arqueadas sob os olhos imensos, cílios cuidadosamente recurvados, dentes do siso retirados para melhor aprofundar as bochechas, regime do emagrecimento. **IBDEM**

² Em 1925, Marguerite Cadolle — neta de Herminie Cadolle, a inventora dos sutiãs — lançou os primeiros achatadores de seios que iriam permitir que as mulheres alcançassem um visual andrógino. Disponível em <http://www.cadolle.com/?__store=en&__from_store=fr> Acesso em 01 de agosto de 2017.

As bochechas aprofundadas, que conferiam ao rosto um aspecto magro, podiam ser vistas recorrentemente nas fotografias das musas da década. Através de um jogo de luz e sombra, as musas ganhavam bochechas ainda mais profundas, garantindo o rosto perfeito.

Figura 6 - O ideal de beleza dos anos 1940



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Avançando para os anos 1940, Chahine (2000, p.138) observa que as mulheres eram cada vez mais magras, mas que agora a sua magreza era uma equivalência de saúde e cita ainda que as musas do cinema Rita Hayworth, Veronica Lake e Lana Turner (figura 6, da esquerda para a direita), representavam essa idealização. Se a mulher tinha um corpo forte e robusto, isso significava fecundidade. As revistas de beleza como a francesa *Votre Beauté* tinham um papel fundamental em disseminar as atividades físicas, pois “vosso dever é manter-vos em forma, sadias, vigorosas e limpas”³.

Aqui tinha início, também, o fenômeno das *pin-ups*: mulheres com curvas, que esbanjavam sensualidade em fotografias e pinturas e que iriam preencher as paredes dos soldados em guerra. Chahine (2000, p. 146) coloca Jane Russell usando um sutiã que realçava os seios como um protótipo de *pin-up* e afirma que Betty Grable era admirada por suas “pernas de um milhão de dólares”.

Considerando a ausência de meio-termos nos ideais de beleza e compreendendo que a prática de atividades físicas conferia à mulher um posto de saudável e limpa, restava à mulher gorda senão o posto de doente e suja.

³ Estas foram as palavras do redator-chefe da *Votre Beauté* de setembro de 1942, conforme citam Chahine, Lannelongue e Mohrt (2000, p. 138) no livro *A Beleza do Século XX* (2000).

Figura 7 - O ideal de beleza da década de 1950



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Na figura 7, acima, vemos da esquerda para direita, de cima para baixo: Bettina Graziani; Grace Kelly; Audrey Hepburn; as irmãs Dorian Leigh e Suzy Parker; Marilyn Monroe; a *pin-up* Betie Page. Para Chahine (2000), essas mulheres representam as facetas do padrão de beleza dos anos 1950.

No início dessa década, algumas mulheres tentavam alcançar a beleza das *pin-ups* que surgiram na década anterior. Segundo Chahine (2000, p. 152) “Para obter a cintura fina e os seios altos e redondos das *pin-ups* americanas, foi adotada a cinta elástica criada por Marcel Rochas — versão moderna do espartilho vitoriano”. Retomamos, mais uma vez, à utilização de peças de roupa que modelam o corpo da mulher, escondendo a indesejável gordura da barriga, enquanto se almeja um aspecto magro.

Marques (2017, p. 14) observa que outra silhueta almejada pelas mulheres da época

era a silhueta ampulheta trazida pelo *New Look* do estilista francês Christian Dior, no qual as formas das roupas sempre criavam uma cintura miúda. Faux (2000, p. 14) atribui às fotografias do *New Look* feitas por Irving Penn e Richard Avedon o início da versão de beleza com os pilares que enxergamos nos dias de hoje: magreza de inacessibilidade para grande parte das mulheres.

Posto isso, entendemos que o aspecto de magreza conferido por uma cintura tênue era o idealizado na década de 50, fosse ele inspirado na elegância do *New Look* de Dior, fosse ele inspirado na sexualização da cintura fina e seios fartos e arredondados das *pin-ups*. Para qualquer uma das opções de beleza da década, a solução era uma cintura fina.

Figura 8 - O ideal de beleza da década de 1960



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Na figura 8, na página anterior, encontramos da esquerda para a direita e de cima para baixo: Twiggy, Brigitte Bardot, Jane Birkingm, Jean Shrimpton, Peggy Moffitt e Françoise

Hardy. Essas mulheres foram apontadas por Chahine (2000) e Caroline Leaper (2017) como algumas das mulheres que representam a beleza e a moda da década de 1960 e, como podemos observar, elas apresentam uma magreza quase sem curvas de forma unânime.

O visual das *Chelsea Girls*⁴ personificado pela modelo Jean Shrimpton muito bem definia esse corpo ideal de parte das mulheres da década de 60. Pernas longas, cabelos longos com franjas e minissaias compunham a silhueta de uma adolescente. O ideal deste corpo púbere também podia ser observado na modelo Twiggy, que assim como as *Chelsea Girls*, até mesmo os cabelos e feições criavam um semblante adolescente de inocência (MOHRT, 2000).

O corpo extremamente magro e sem curvas de Twiggy criava uma “ilusão sobre o gênero da modelo”⁵ que alavancava sua carreira, tornando-se “a face de 66”⁶. Brigitte Bardot representava a outra idealização feminina dos anos 1960 e o apelo de sua beleza já era munido de sensualidade, mas sua silhueta não se distanciava do biótipo das *Chelsea Girls*.

Segundo Marques (2017, p. 14) os anos 1960 rompiam, desse modo, com a beleza que estava presente nos contrastes de volume da silhueta ampulheta, visto que agora o ideal era um corpo reto, sem curvas e volumes. Apesar da transformação, tanto nessa década como na anterior, fosse com curvas ou com formas retas, o ideal ainda era o do corpo magro.

⁴ Julie Christie, Patti Hansen, Penelope Tree, Cynthia Hampton, Jane Birkin, Françoise Hardy, Françoise Dorléac e Catherine Deneuve apresentavam o estilo e biótipo de mulher que definiam as *Chelsea Girls*. (MOHRT; 2000, p. 164)

⁵ A revista francesa *Paris-Match* trouxe na capa uma foto de Twiggy questionando se a modelo era um menino ou uma menina. (MOHRT; 2000, p. 165)

⁶ “*This is the face of 66*” (esta é a face de 66), disse Deirdre McSharry, redatora de moda do Daily Express, referindo-se à modelo Twiggy. (IDEM)

Figura 9 - O ideal de beleza dos anos 1970



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Observamos na figura 9, logo acima, da esquerda para a direita, Farrah Fawcett, Bo Derek e Margaux Hemingway, representando algumas das mulheres de corpos ideais dos anos 1970 segundo Mohrt (2000) e para a revista Marie Claire (2008). Analisando a beleza da década de 1970, Mohrt (2000) observa uma possível liberdade no que diz respeito ao corpo:

Essa liberdade do corpo, mais do que uma moda, era uma atitude que simbolizava o poder de uma nova feminilidade. “Cultive o seu corpo”: este era o novo slogan que permitia mostrar sem complexo os seios nus sob as blusas de musseline de Yves Saint Laurent. As revistas estavam cheias de artigos dedicados aos regimes de emagrecimento ou aos exercícios de musculação, Doravante, era preciso dar ao corpo os mesmos cuidados reservados ao rosto, ao pescoço, ao decote. (MOHRT, 2000, p.180)

Devemos nos questionar, entretanto, sobre até que ponto essa liberdade era limitada ou real, considerando que o corpo devia ser “cultivado” seguindo as dietas de emagrecimento e os exercícios de musculação. A liberdade estava condicionada ao corpo que passasse por esses processos e chegasse a um resultado esperado, afinal, o ideal para essa década, segundo Faux (2000, p. 18) “era-se alta e magra, com unhas compridas, geralmente falsas”.

A silhueta andrógina da década passada passa por um processo de estilização e torna-se um corpo musculoso e bronzeado, muito bem representado pela atriz e modelo americana Farrah Fawcett, detentora de uma “beleza explosiva”, como ícone da década. (MOHRT, 2000)

Em uma década de transformações sociais, surge o slogan “*Fat it beautiful*” [Gordo é belo], mas que só repercutiu de forma simbólica, não afetando de fato o ideal de beleza do período. (LIPOVETSKY; SERROY; 2015)

Figura 10 - O ideal de beleza dos anos 1980



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Sobre os anos 1980, Lannelongue (2000) declara iniciada a era dos exageros, na qual houve a criação da imagem de uma supermulher e onde a beleza se tornou competição:

A beleza virou competição. A época amava o visual e cuidava de sua aparência. O corpo devia ser perfeito. I want muscles [Quero músculos], canta Diana Ross, e Jane Fonda virou sacerdotisa da aeróbica. Seus vídeos de ginástica eram disputados. “E um, e dois, e três...” Vestindo um colante roxo, a estrela mostrava às mulheres como construir um corpo de sonho. Ou seja, de aço. [...] É proibido fraquejar, a mulher tem de sofrer para ser bela. E sobretudo ser bela em toda a parte. (LANNELONGUE, 2000, p.194)

Nessa década se potencializa o ideal de beleza bronzeado, estilizado e musculoso observado na década anterior, conforme podemos observar na figura 10, mais acima, onde vemos da esquerda para a direita e de cima para baixo: Elle Macpherson, Jane Fonda, Christie Brinkley, Madonna, Brooke Shields e Debbie Harry – mulheres citadas por Tunell (2015), escritora da revista Harper’s Bazaar, como representantes da beleza dos anos 1980. Lannelongue (2000, p. 196) também elenca a modelo australiana Elle Macpherson como um dos ícones da década, demonstrando perfeitamente a potencialização desse modelo de corpo.

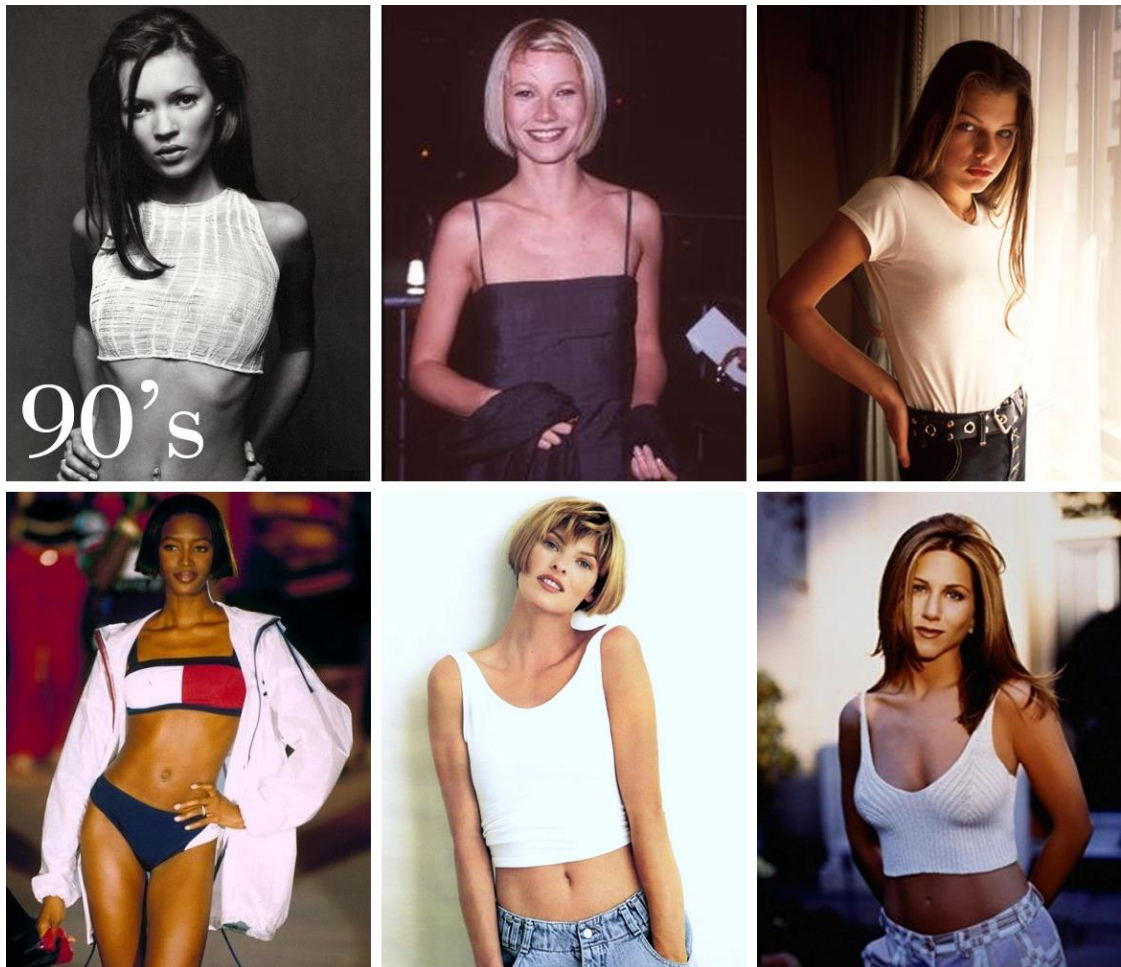
A bela garota australiana exibia seus seios altos, suas pernas compridas, seu abdômen firme e sua pele bronzeada em todas as revistas. Ela era “The Body”. Vale dizer, “a” perfeição, jovem e musculosa. Todas as mulheres sonhavam com isso. Tanto mais que, impiedosas com as gordurinhas, a moda as reprime dentro de

colantes e malhas de lycra de Azzedine Alaïa. (IDEM, 2000, p.194)

Lannelongue (2000) pontua, ainda, que é nessa década que se descobre o regime e a culinária emagrecedora, o *boom* dos produtos dietéticos nos Estados Unidos e a ascensão das cirurgias plásticas.

Posto isso, podemos apontar que neste período se fortalece o que foi observado por 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”. Para a mulher dos anos 80 — como também para a atual — as formas de alcançar a estimada magreza eram diversas, como os exercícios físicos, regimes alimentares ou procedimentos estéticos. Com tantas opções à disposição, não se submeter a nenhuma delas era senão um atestado de comodismo e falta de disciplina.

Figura 11 - O ideal de beleza dos anos 90



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Na figura 11, acima, observamos da esquerda para a direita e de cima para baixo: Kate Moss, Gwyneth Paltrow, Milla Jovovich, Naomi Campbell, Linda Evangelista e Jennifer Aniston. Essas são algumas das mulheres apontadas por Lannelongue (2000), por Tunnel (2015b) e por Leaper (2017e) como representantes das diferentes (mas não tão distintas) facetas da beleza dos anos 1990.

A década de 1990 foi marcada pelo culto das *top models*. Lannelongue (2000) observa que a beleza de um aspecto “sadio” atribuído às formas musculosas da década passada cede lugar a uma época da extrema magreza “decadente”, que tinha como um dos maiores ícones a modelo Kate Moss, dona de um corpo muito magro, comumente associado a estética *junkie*. Faux (2000) também define essa estética como “o *look* perdido”, representada por um corpo frágil e desprovido de carne, associado a um incentivo a anorexia e a um objeto de desejo pedófilo.

A presença freqüente de heroína nesse meio contribuiu para influenciar os fotógrafos de moda, que criaram o look perdido, referência às bebedouras de absinto e viciadas em ópio dos anos 20, às Chelsea Girls ou a certa juventude de hoje. Com seus cabelos frisados, seus olhos delineados de preto, seus corpos esqueléticos e seus vestidos de lantejoulas, as top-models posavam em atitudes sombrias, trágicas, e, no entanto, sedutoras. (FAUX, 2000, p. 20)

Lannelongue (2000, p. 204) observa que seguindo Kate Moss, surge uma geração de modelos extremamente magras, dentre elas estão Stella Tennant, Jodie Kidd, Trish Goff. A idealização desse corpo fragilizado foi tão marcante que preocupou outras modelos, que assumiram uma postura de combate à anorexia.

Vemos, aqui, a retomada do corpo púbere, de aspecto muito magro e de poucas curvas, já observado nos anos 1920. Esse aspecto, contudo, também foi contraposto, por um “minimalismo” na beleza, que sugeria um outro tipo de ideal para o período, que não pendia nem para a magreza excessiva do visual perdido, nem para o corpo excessivamente malhado da década anterior (LANNELONGUE, 2000).

Entretanto, quando paramos para analisar as atrizes citadas por Lannelongue — dentre elas estão Milla Jovovich, Jennifer Aniston e Jennifer Lopez — para compor a beleza dessa década, percebemos que embora não possuam o visual magro-fragilizado de Kate Moss, todas ainda se situam no campo da magreza. Com mais seios ou quadril, mas ainda assim magras.

Figura 12 - O ideal de beleza dos anos 2000



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Na figura 12, acima, observamos da esquerda para a direita e de cima para baixo: Britney Spears, Angelina Jolie, Salma Hayek, Jennifer Lopez, Paris Hilton e Gisele Bündchen. Algumas dessas mulheres foram apontadas por Korsnes (2013) e outras por nossa pesquisa — após compreender os biótipos tidos como belos desse período — como mulheres que representam o ideal de beleza dos anos 2000.

Segundo Lannelongue (2010, p. 221), conforme se aproximava o fim da década de noventa, as supermodelos cederam parte de seu espaço às atrizes, havendo nesse período uma certa busca por mulheres que melhor representassem a realidade, e para os ideais da época, as atrizes o faziam melhor que as modelos. Embora tenham perdido um pouco de sua evidência, não podemos afirmar que as supermodelos tiveram sua beleza refutada, elas ainda representavam o belo, pois como o site *Idealist Style* pontua, “todas queriam ser uma modelo

da Victoria's Secret, ou pelo menos parecer com uma"⁷.

Migrando para o contexto dos anos 2000 em si e abandonando os últimos anos da década de 1990, o site *Idealist Style* também pontua que “com a virada do século, a típica modelo foi substituída por atrizes e por estrelas do pop”⁸. Aqui, a busca por um ideal de beleza mais realista parece ter sido abandonada, e podemos fazer tal afirmação considerando que nessa década houve uma idealização das celebridades, de sua beleza e do estilo de vida que transmitiam através de sua imagem. As celebridades transmitiam uma vida idealizada e glamourizada, e era esse o modelo de vida almejado pelas pessoas comuns, um modelo para o qual a sociedade caminhava desde a década passada, que, conforme Belk, baseava-se em:

[...] uma versão purificada da realidade, ausente de conflitos, problemas mundanos, sujeira, preconceito, exploração ou qualquer outro problema do cotidiano. [...] Não é apenas o fato de o mundo estar ficando pequeno com auxílio do marketing para o consumidor global, o mundo está se tornando também mais desinfetado, estilizado e dominado pela fantasia. (BELK, 1996, p. 29-31)

Um experimento online da Universidade de Regensburg, que teve sua última atualização em 2007, buscou entender quais os corpos ideais da mulher moderna, e considerou cinco variáveis: corpulência, largura pélvica, largura da cintura, largura do busto e comprimento das pernas. Através da pesquisa, o experimento chegou a quatro biótipos: (a) ideal médio das mulheres, com medidas padrão, corpo magro, pernas não muito longas, seios médios, quadril e busto maiores que a cintura; (b) silhueta ampulheta magra, cintura fina, pernas longas, com quadril e bustos maiores que a cintura, seios maiores que a média; (c) corpo esportivo, com a largura da cintura próxima da largura do quadril, seios grandes e pernas longas; (d) o corpo “barbie”, mais magro que a média, seios grandes, largura da cintura e quadril um pouco semelhantes (BEAUTIFUL..., 2007).

⁷ Disponível em: <<http://www.idealiststyle.com/blog/beauty-ideal-over-the-decades-part-3-the-2000s>>. Tradução livre. Acesso em 25 de novembro de 2017.

⁸ Idem.

Figura 13 - O ideal de beleza de 2010 até 2017.



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Na figura 13, acima, da esquerda para a direita e de cima para baixo, encontramos Kim Kardashian, Khloe Kardashian, Kylie Jenner, Gigi Hadid, Beyoncé e Gabriela Pugliesi, elencadas por nossa pesquisa, com base nas informações que vem a seguir, como ícones da beleza dos tempos atuais, 2010 até o presente momento.

Foi nessa década, iniciada em 2010 e que só terá o seu fim em 2019, que os avanços tecnológicos permaneceram crescentes. Os aparelhos celulares foram dotados de tecnologias complexas e tornaram-se *smarphones*: telemóveis com funcionalidades de computadores pessoais e ilimitadas ao conectar-se com a rede. Devido a isso, os *smartphones* conseguiram ressignificar diversas dinâmicas sociais, alterando o *modus operandi* de tarefas cotidianas de muitas pessoas, como por exemplo: fazer transações bancárias, registrar momentos através de fotos e vídeos, fazer compras, ler livros, escutar músicas, mobilidade urbana — seja ao

solicitar um táxi, seja ao conferir em quantos minutos seu ônibus passará por tal ponto — dentre tantas outras atividades.

Alguns dos maiores apelos trazidos por todas essas mudanças tecnológicas foram o da praticidade e comodidade, visto que o *smartphone* simplificou a execução de certas tarefas rotineiras. Esses apelos decerto também influenciaram a dinâmica da internet, e os sites pessoais, muito utilizados na primeira década do novo milênio, começaram a entrar em desuso⁹, dando espaço a redes sociais que apresentam uma dinâmica mais acelerada, voltadas para uma troca de informações mais prática e recorrente.

Em um estudo realizado pela Dove, descobriu-se que 82% das mulheres acreditam que as redes sociais influenciam, de alguma forma, como a beleza é definida hoje. E, ainda, que 63% das mulheres acredita que as redes sociais são o maior impacto na definição de beleza nos dias de hoje, ultrapassando mídias impressas, a indústria televisiva e a fonográfica (MASHABLE, 2014). Sendo assim, seria ingênuo desconsiderar o impacto de mulheres com grande alcance e presença online em redes sociais como o *Instagram*, principalmente, por se tratar de uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos.

Se há uma década as mulheres ainda precisavam aguardar por edições impressas de revistas de moda para acompanhar o estilo de vida, dieta e truques de beleza de suas musas inspiradoras, hoje isso não é mais uma real necessidade, pois algumas celebridades compartilham fotos e vídeos de suas rotinas através do *Instagram*, utilizando o recurso *Instagram Stories*, através da publicação de vídeos de curta duração e fotos que só ficarão disponíveis na rede por um prazo de 24 horas.

É interessante perceber como a expectativa de uma beleza democrática reverberou para o novo milênio, mudando apenas o seu foco. Se nos últimos anos da década de noventa acreditou-se que as atrizes desafiariam a beleza inalcançável das supermodelos por se assemelharem um pouco mais com as mulheres reais, hoje as mulheres buscam no *Instagram* de suas personalidades favoritas uma certa realidade, já que essa ferramenta, segundo Da Silveira (2017, p. 22), “além de reforçar o conceito de proximidade, parece possuir atualmente credibilidade igual ou maior que a mídia impressa”. No entanto, essas personalidades continuam a apresentar um modelo de vida idealizado, distante da realidade das mulheres reais, e um ideal de corpo inalcançável, mas que deve parecer alcançável, pois é sustentado por um viés da não aceitação da realidade, que insinua que através de esforços contínuos as

⁹ Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/blog/34286-ha-15-anos-estavam-batizados-os-blogs.htm>>. Acesso em 26 nov. 2017.

mulheres serão capazes de possui-lo, adequando-se aos moldes sociais.

O compartilhamento de dietas e de uma rotina *fitness* é amparado por um discurso de quem busca uma vida saudável. O século XXI é o século da saúde, no qual há uma negação de que as práticas regulares de atividades físicas, dietas restritivas e outros mecanismos tem fins de emagrecimento ou fins estéticos, afirma-se aqui que tais mecanismos visam apenas o melhoramento da saúde; é sob essa égide da saúde que a gordura se torna o mal do século, um mal que deve ser combatido (SUDO; LUZ; 2007).

A editora sênior de beleza da Harper's BAZAAR digital, Alexandra Tunnel (2015a), afirma no artigo "The 2015 Body Is More Unattainable Than Ever", ou "O corpo ideal de 2015 é mais inalcançável que nunca", que o ideal de beleza da época em que vivemos consegue ser o mais inacessível dentre os ideais das últimas décadas. Que para atingi-lo é necessário capital para ter uma série de profissionais que auxiliem nessa busca, dentre eles: *personal trainer* (responsável por um acompanhamento individual e personalizado na prática de atividades físicas), treinadores de dietas e cirurgiões plásticos. Tunnel (2015) descreve esse corpo moderno como "seios com copa D, cinturas minúsculas, abdome esculpido, bunda grande e polegadas de distância entre as coxas".

É interessante observar que com a chegada do novo milênio, criou-se uma expectativa de maior pluralismo e democracia nos conceitos de beleza. Essa expectativa baseava-se principalmente na possibilidade de a *internet* romper com as barreiras geográficas e aumentar o fluxo de ideias. Percebemos uma romantização sobre a questão da democratização da beleza na seguinte fala de Faux:

Foi preciso um século para ampliar o leque da beleza até o que ele é hoje: no momento em que a beleza chega pela internet, o fluxo global de ideias, da informação e da discussão deveria reduzir o tempo necessário a um progresso exponencial. Já se pode constatar os resultados disso no domínio da aparência: menos critérios únicos e discriminatórios no tamanho, na forma e na cultura, como demonstraram na virada do século XXI modelos tão variados quanto Madonna, Lauryn Hill, Gwyneth Paltrow, Jennifer Lopez, Lauren Hutton ou Lucy Liu, para citar apenas algumas. (FAUX, 2000, p. 22)

Como podemos constatar menos critérios discriminatórios no tamanho e na forma se todas as mulheres citadas por Faux (2000) são magras? Suas alturas também são consideravelmente semelhantes¹⁰. Nenhuma delas seria considerada excessivamente alta ou excessivamente baixa, nada que cause desconforto social ou estranhamento. Talvez suas

¹⁰ Lucy Liu 1,6m; Lauryn Hill 1,61m; Madonna 1,64m; Jennifer Lopez 1,64m; Lauren Hutton 1,69m; Gwyneth Paltrow 1,75m; Fonte: <<http://www.imdb.com/>>.

curvas apresentem pequenas variações: algumas com mais seios, outras com menos; algumas com mais quadril, outras com menos. Mas nada que lhes retire do espectro da magreza.

Umberto Eco, em *História da Beleza*, também romantiza as minuciosas variações que o padrão de beleza apresenta em cada década. Eco (2004, p. 425) revisita algumas décadas do século XX, apontando a presença de diferentes tipos de beleza em um mesmo período a fim de justificar que “os *mass media* são totalmente democráticos, oferecem um modelo de Beleza para quem já é dotado de graça aristocrática e outro para a proletária de formas opulentas”.

Mas assim como Faux, Eco (2004) falha ao tentar exemplificar uma beleza democrática e plural. Eco (2004, p.425), com o intuito de ilustrar que a beleza do século XX não é hegemônica em cada decênio, afirma que “o cinema propõe nos mesmos anos o modelo da mulher fatal personalizado por Greta Garbo e Rita Hayworth e aquela da ‘mocinha da casa ao lado’, personalizado por Claudette Colbert ou por Doris Day”.

De fato, as atrizes citadas ilustram diferentes tipos de idealização da mulher para a década em questão, mas no que diz respeito ao corpo e ao ideal de beleza, não se diferem muito entre si: todas se situam no espectro da magreza e são acinturadas. Não vemos uma mulher gorda, negra ou com deficiência, por exemplo. Sobre esses pontos, é pertinente considerar o pensamento de Lipovetsky e Serroy:

Não se conhece sociedade sem modelo ideal de beleza, sem valorização e deseabilidade do belo. Pode ser que se veja, no futuro, a multiplicação de mídias que exibam mulheres mais reais, de uma beleza menos padronizada: mesmo assim, isso não fará desaparecer a busca perfeccionista da beleza, o desejo de melhorar a aparência, e isso, necessariamente, em relação com os modelos ideais socialmente reconhecidos [...] Não duvidemos: a “ditadura da beleza” e a obsessão pela aparência estão longe de constituir um capítulo encerrado da nossa aventura estética. (LIPOVETSKY; SERROY; 2015, n.p)

Ainda que o ideal de beleza seja mutável, percebemos que nos séculos XX e XXI todos os tipos de corpos idealizados situavam-se dentro do espectro da magreza. As mudanças ocorridas no ideal dentro desse período nos mostram, através da recorrência de certas silhuetas e características corporais, que a beleza ideal assume suas formas sem ultrapassar determinados limites, dentre eles o do corpo magro. As transformações década a década podem ter parecido grandes mudanças para as pessoas que as vivenciaram, mas somente hoje percebemos que o padrão de beleza jamais foi mudado drasticamente dentro desse período, mas apenas apresentando novas configurações que jamais romperam com os cânones máximos da beleza: a branquitude e a magreza.

4 O CORPO GORDO

A seguir, discutimos sobre algumas questões que envolvem o corpo gordo e que representam facetas da gordofobia, conjunto de opressões sofridas pelas pessoas gordas e que segundo Rodrigues e Arcoverde (2014), consiste em “um processo de estigmatização que conta com aparatos sociais, midiáticos, culturais e médicos para perpetuar modelos de corpos aceitáveis (magros ou hipertróficos)”.

Dentre essas questões estão o processo de desumanização do indivíduo gordo, o seu processo de invisibilização e também o processo de torná-lo um corpo velado. Para que reflitamos sobre essas questões, é importante que consideremos o pensamento de Katz (2009) a respeito da teoria crítica do corpo:

Uma teoria crítica do corpo deve necessariamente propô-lo em uma formulação emancipatória - que pressupõe lutar contra o consenso. Não se trata de tarefa fácil, especialmente no campo da moda, que é regulado por um entendimento de corpo consensual no seu racismo eurocêntrico. Nele, as exceções tão enfaticamente proclamadas somente legitimam a operação que Agamben (2004) identifica como “exclusão por inclusão”. (KATZ, 2009, p. 73)

É esse caráter crítico, emancipatório e de luta contra o consenso que buscamos nessa etapa da pesquisa. Aqui, consideraremos que “é preciso descobrir como fazer falar o que foi silenciado, mas fora da mímica do colonizado...” (SANTOS, 2005, apud KATZ, 2009, p. 73). Para que isso seja possível, não podemos nos ater a conteúdos estritamente acadêmicos, mas considerar a fala e as vivências de quem é silenciado. Nesse caso, as mulheres gordas.

4.1 Corpos desumanizados

Em nenhum momento, ao longo do último século, o corpo que se situa no espectro da gordura foi tido como belo ou encarado com normalidade pelo sistema da Moda. Muito pelo contrário, o corpo gordo tornou-se repulsivo para as mulheres. Havia e ainda há, nos dias de hoje, um combate ao corpo gordo. Esse combate é vendido pelo sistema Moda através da propagação de diversas modas: a moda dos alimentos dietéticos; a moda dos regimes alimentares; a moda da prática de exercícios físicos; a moda dos procedimentos cirúrgicos; dentre outras. Esse combate à gordura culmina na desumanização do indivíduo gordo, visto que a gordura é colocada como algo negativo, que deve ser combatido.

A desumanização é um fenômeno de retirar o caráter humano de algum grupo ou indivíduo, e isso pode ocorrer de diversas formas, seja comparando esse grupo ou indivíduos

a animais, colocando-os como algo grotesco ou, simplesmente, seres humanos de menor valor social. Quando refletimos sobre isso, é interessante que percebamos que esse fenômeno ocorreu por diversas vezes ao longo da história com grupos sociais estigmatizados ou minoritários.

O povo judeu, por exemplo, tinha a sua humanidade ceifada pela propaganda nazista, que os colocava como ratos, insetos ou seres inferiores (MUSSI, 2016). Essa mesma ferramenta de desumanização foi utilizada com os negros, colocados em determinados períodos históricos como seres desprovidos de alma, bestas, primitivos ou de menor valor social (NOGUEIRA; GUZZO, 2017).

As pessoas gordas passam por um processo semelhante de desumanização e seguem o padrão observado nesse fenômeno, onde perdem o seu caráter humano através de diferentes meios: quando são comparadas a animais como baleia, porco, elefante, dentre outros; quando seus corpos gordos são colocados como anormais, grotescos ou asquerosos — por exemplo, quando um olhar de asco é direcionado a uma pessoa gorda ou até mesmo sinais de gordura em um corpo magro, como um “dobrinha” na barriga; quando têm seu valor social diminuído, ao serem consideradas pessoas fracassadas ou comodistas. Segundo Rodrigues e Arcoverde:

Podemos notar a desumanização do gordo apenas por sua gordura, assim como a chance dele recuperar seu caráter humano ao emagrecer. A condição mutável do gordo o torna vulnerável tanto ao calvário quanto à salvação, e é essa mutabilidade o mais cruel: surge a ideia de que, se ele realmente quiser, ele pode emagrecer, basta que tenha força de vontade. (RODRIGUES; ARCOVERDE, 2014, p. 66)

Muitas vezes, quando pessoas gordas tentam levantar reflexões sobre a gordofobia nas redes sociais, seus discursos são silenciados através de comentários gordofóbicos que desconsideram as questões levantadas e se resumem a sugerir o gordo emagreça. Foi o que aconteceu com do vídeo Gordofobia (Mídia Ninja, 2017), no qual Bernardo Boëchat, homem gordo, foi atacado através de comentários¹¹ que carregavam discurso de ódio ao tentar dialogar sobre esse preconceito. Dentre os comentários, alguns foram escritos por pessoas que já foram gordas e que, embora tenham passado por opressões semelhantes, desvalidam a gordofobia enquanto uma questão social e sugerem que para combatê-la basta emagrecer, propondo que o emagrecimento é uma questão de conquista. Sobre esse tipo de pensamento do indivíduo hipermoderno, Lipovetsky e Serroy (2015) fazem a seguinte consideração:

¹¹ Comentários disponíveis em: <<https://www.youtube.com/watch?v=U6vqy2sEznk>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

O culto contemporâneo da beleza se realiza sob o signo da não aceitação da fatalidade, da recusa do que é dado que os valores de apropriação técnica do mundo e do corpo trazem consigo. Um dos principais efeitos da cultura moderna é, assim, a desqualificação do espírito de resignação, do deixar fazer e do deixar acontecer, enquanto se encontram legitimados a vontade de controle de si e os desafios lançados ao tempo e ao corpo. É por isso que o corpo estético tende a ser pensado como um objeto que se faz por merecer por um trabalho permanente de si sobre si e que podemos embelezar por diferentes tipos de intervenções. (LIPOVETSKY; SERROY; 2015, n. p.)

É considerando isso que podemos dizer que o indivíduo hipermoderno, além de ter para si a perspectiva da não aceitação da fatalidade, coloca essa perspectiva como uma realidade para o outro, pressupondo que se a pessoa gorda não luta para ter o corpo perfeito e não faz parte desse ciclo sem fim, para além de inadequado visualmente, ela também é acomodada. Cria-se o estigma de que todas as pessoas gordas almejam o emagrecimento. O amor pelo próprio corpo como ele o é não é uma possibilidade, é necessário que haja uma luta e uma conquista pautada em rotinas, atividades físicas ou dietas restritivas.

Há, também, o ponto da acessibilidade limitada. No vídeo Gordos, não façam o ENEM! (2017), Alexandra Gurgel, mulher gorda, compartilha relatos de pessoas gordas que tiveram dificuldades de realizar o ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio) de 2017 por não caberem nas cadeiras disponibilizadas pelas instituições e, conseqüentemente, sentirem dor e desconforto. O vídeo, publicado por Alexandra na plataforma *YouTube*, foi divulgado pela Mídia Ninja¹² através da rede social *Facebook*, e também foi alvo de comentários¹³ gordofóbicos que desconsideraram os relatos.

As pessoas gordas são marginalizadas ao terem seus espaços físicos e sociais delimitados quando não são comportadas devidamente nos assentos de transporte público, aviões, praças de alimentação de *shoppings* e cinemas, quando ficam presas em catracas de ônibus e são alvo de riso, dentre outras situações. Como podemos crer em uma democratização da beleza quando pautas tão primárias como a acessibilidade dos espaços sociais, ainda tão limitada para a pessoa gorda, cerceiam sua liberdade? Não há dúvidas que os espaços sociais são projetados para um modelo de corpo, o magro, e o resultado disso é que as pessoas com corpos que se distanciam desse modelo são repelidas dos espaços, contribuindo para o seu sentimento de não pertencimento ou adequação à sociedade.

Além do efeito de marginalização social, são criadas emoções conflituosas na mulher

¹² Rede de comunicação que atua através de *website* e *Facebook*.

¹³ Comentários disponíveis em: <<https://www.facebook.com/MidiaNINJA/videos/1969365866644231/>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

gorda, como observa Marques (2017, p. 18): “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”.

Quando o assunto é gordofobia, a desumanização pode ser percebida como um distanciamento emocional das pessoas magras para com as pessoas gordas. Nesse caso, as pessoas magras perdem o sentimento de empatia e passam a normatizar o preconceito e opressões sofridas pelas pessoas gordas, permanecendo em um imobilismo social e permitindo ou promovendo a propagação da gordofobia.

Outro ponto relevante é o impacto do parecer médico sobre o corpo gordo. No vídeo GORDOFOBIA ou GORDELINDE EU SOU (2016), Ana Roxo e Tatiana Fadel, mulheres gordas, refletem sobre como esse discurso médico, através da patologização da pessoa gorda, consegue silenciar possíveis debates sobre a gordofobia. Quando esse discurso decreta que o indivíduo gordo é doente, encerra-se a possibilidade de reflexões em níveis sociais, pois o único ponto relevante se torna a ausência de saúde da pessoa gorda.

Ao designar o IMC¹⁴ (Índice de Massa Corporal) como o maior indicador de saúde, o discurso médico passa a sustentar a máxima de que “todo gordo é doente” e essa máxima serve de alicerce para discursos gordofóbicos. Uma prática gordofóbica velada pelo discurso médico é, por exemplo, sugerir que uma pessoa emagreça por questões de saúde e não por questões estéticas quando, na realidade, se desconhece quaisquer informações sobre a saúde da pessoa gorda em questão — incluindo aqui indicadores de saúdes mais efetivos.

O preconceito relacionado ao peso prejudica as perspectivas de vida da pessoa gorda nos âmbitos educacional, de carreira e de relacionamentos amorosos, além de aumentar as chances de depressão e suicídio (THE SCARLET..., 2017). Embora afirmemos que o horror à gordura não é de cunho estético, mas unicamente uma representação de uma preocupação com a saúde do outro, parecemos ignorar a saúde mental da pessoa gorda.

Assim sendo, uma vez que se patologiza a pessoa gorda e se coíbe reflexões sobre esse corpo em níveis sociais, fazendo com que eles permaneçam à margem, podemos considerar que decerto o discurso médico é decisivo para a desumanização do gordo na sociedade.

¹⁴ Medida utilizada para calcular o “peso ideal” de uma pessoa.

4.2 Corpos invisíveis

Difícilmente encontramos mulheres gordas em filmes, novelas, séries, campanhas publicitárias, desfiles de moda, revistas de moda, jogos eletrônicos, quadrinhos ou até mesmo em livros. Ainda que quase 30%¹⁵ da população mundial e 40%¹⁶ da população nacional seja gorda e esse seja um número considerável, seus corpos não são encarados com normalidade e não são representados pela grande mídia.

Quando encontramos um personagem gordo em um filme, novela ou série, normalmente ele terá uma representação gordofóbica e desumanizada. Difícilmente os encontraremos em condição de protagonistas, em alguma posição de poder ou em uma narrativa bem-sucedida. Rodrigues e Arcoverde consideram o seguinte:

A representação do corpo gordo é feita frequentemente nos moldes da comicidade, tornando o personagem motivo de riso, porém, essa abordagem reduz a complexidade inerente à construção de representações humanas, distanciando o gordo de uma caracterização plena. (RODRIGUES; ARCOVERDE, 2014, p. 66)

É necessário que entendamos o papel da mídia no que concerne a representação de grupos minoritários. Sobre essa questão, as autoras ainda pontuam que:

A mídia é parte fundamental no aparato de construção da representação social de personagens pertencentes a diferentes segmentos sociais, tais como mulheres, negros e homossexuais, já que a mídia é um dos mais acessíveis *locus* de circulação das representações sociais. Isso permite a reprodução de uma concepção de mundo alheio aos telespectadores à medida que eles buscam nas telenovelas referências de comportamento ou de vivências que não pertencem à sua realidade, mas dão noções de como essas experiências acontecem. (RODRIGUES; ARCOVERDE, 2014, p. 14)

Para além desse caráter didático para com os telespectadores alheios às questões abordadas, precisamos refletir sobre os efeitos dessa representação social para os grupos minoritários propriamente ditos. E considerando que a mídia tem o papel de criar e vender modelos de vida e que esses grupos minoritários não são representados por ela como uma possível realidade, os indivíduos de grupos estigmatizados podem criar um sentimento disfórico em relação à sua própria existência, visto que ela não é legitimada pela mídia.

No vídeo *Representatividade Gorda* (2016), Alexandra Gurgel, reflete sobre essa problemática, indagando sobre como uma criança gorda pode ter uma relação disfórica

¹⁵ Fonte: <<http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2014/05/mundo-tem-21-bilhoes-de-pessoas-obesas-ou-com-sobrepeso-diz-estudo.html>>. Acesso em: 04 de Novembro de 2017

¹⁶ RODRIGUES, Ramilla; ARCOVERDE, VANESSA. **Cinderela não é gorda: Análise da personagem Perséfone na novela *Amor à Vida***. Monografia. Brasília. 2014.

consigo mesma quando, por exemplo, nenhuma princesa da *Disney* é gorda. Em *Papo de Gordas* (2016), Luiza Junqueira e Alexandra Gurgel, ambas gordas, também refletem sobre a questão da representatividade, dessa vez exemplificando a ausência de representatividade do corpo gordo em bonecas, onde o corpo magro costuma ser a norma. Compreendemos, através das indagações dessas duas mulheres gordas, que pelo fato não ser representada pela mídia, a pessoa gorda enxerga a sua existência como inadequada, e esse fenômeno é algo que acompanha a mulher gorda desde muito cedo, na infância.

Quando apenas os corpos que estão no espectro da magreza são retratados em filmes, novelas, séries e demais mídias e plataformas, perpetua-se a ideia de que tão somente o corpo magro é belo e normal, negando e negligenciando a existência de pessoas gordas nos diversos espaços sociais. Sendo assim, a mulher gorda que não se encontra representada ou é representada de forma gordofóbica e desumanizada, é marginalizada e passa a ver o próprio corpo de forma turva e pessimista. Ainda sobre a questão da representação, Rodrigues e Arcoverde fazem as seguintes considerações:

A representação social é importante na construção da autoimagem visto que o indivíduo sempre busca um lugar de fala na sociedade. Logo, ver mulheres gordas representadas na esfera midiática mostra que elas também possuem um local de fala. Uma pessoa gorda que assiste à novela e recebe a mensagem gordofóbica pode criar uma autoimagem deturpada: ela pode associar padrões de comportamento a certas formas corporais e, assim, almejar a ter um corpo diferente do seu próprio. (RODRIGUES; ARCOVERDE, 2014, p.14)

Enquanto as indústrias televisiva e cinematográfica trazem uma abordagem explicitamente gordofóbica de seus personagens, a Moda tem uma relação diferente com o corpo gordo. Em passos lentos, com a crescente discussão sobre inclusão e diversidade na sociedade, algumas marcas de moda passam absorver essas pautas e incluir pessoas gordas em suas campanhas ou desfiles. Há relevância, visto que parte da população gorda poderá passar por processos de identificação, mas é preciso considerar que a abordagem inclusiva que a Moda tem com o corpo gordo nem sempre é tão generosa assim, visto que muitos desses corpos escolhidos para serem fotografados ou desfilados se encaixam em determinados padrões e são uma versão higienizada do corpo gordo: um corpo que embora gordo, não é tão gordo assim e que ainda pode ser tolerado; um corpo gordo com atributos associados à magreza, como um rosto fino, uma cintura fina e curvas “harmônicas”.

Sobre o corpo gordo tolerável e higienizado, Marques (2017) apresenta uma entrevista com Nadia Aboulhosn, onde a modelo gorda comenta essa questão:

Em entrevista para o portal da revista *Paper Mag*, 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 ampolheta, 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 avanço, não é suficiente, visto que não representa a diversidade do corpo gordo. (MARQUES, 2017, p. 40)

Embora uma modelo gorda com um corpo de silhueta ampolheta consiga representar algumas mulheres gordas e transmitir um sentimento de visibilidade e empoderamento para elas, ainda há mulheres com corpos gordos de outras silhuetas que continuam marginalizadas e buscando representatividade. Legitimar um único modelo de corpo gordo não garante que todas possam se sentir representadas e parte da sociedade.

Além do conceito de corpo gordo tolerável, mas ainda discutindo acerca da inclusão de pessoas gordas na Moda, é interessante considerar a reflexão de Katz:

Agamben (2014) nos ajuda a desmascarar alguns mecanismos perversos que tem como função nos manter no imobilismo. Ao descrever a dupla articulação inclusão pela exclusão/exclusão pela inclusão, nos torna capazes de identificar quando, ao nosso redor, acontecem situações em que a exceção serve para garantir a continuidade da regra universalizante. Exemplo: uma modelo negra legitimando a hegemonia incontestável das modelos brancas. (KATZ, 2008, p. 73)

A indústria da moda reconhece que as questões sociais como racismo, LGBTQfobia¹⁷ e gordofobia estão em crescente discussão na sociedade e, por essa razão, adota a atitude de inclusão de minorias ou de grupos estigmatizados em suas campanhas e desfiles. Mas esse é um mecanismo de manutenção da própria indústria, para reduzir riscos e prevenir possíveis retaliações ou rechaçamentos por parte do público, que pode indagar “por que vocês só retratam mulheres brancas e magras?” ou acusar uma marca de racismo e/ou gordofobia, por exemplo.

Uma marca de moda pode de fato acreditar na importância da representatividade gorda e tentar renovar-se ao incluir pessoas gordas em suas campanhas e desfiles, mas nem sempre é algo genuíno. Não necessariamente uma marca que prega que “todos os corpos são belos” acredita de fato nesse *slogan*. Seguindo a ótica da inclusão pela exclusão/exclusão pela inclusão, existe a possibilidade de essa ser apenas uma tática de garantir a ordem em uma tentativa de acompanhar o espírito do tempo para prevenir futuras retaliações. Em uma ótica popular, seria como oferecer um brinquedo para a criança para que ela pare de chorar.

¹⁷ LGBTQfobia refere-se ao conjunto de opressões sofridas pela comunidade LGBTQ (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais e *queers*).

4.3 Corpos velados

Uma vez desumanizado e invisível, o corpo gordo, lido socialmente como algo asqueroso, e associado ao fracasso e comodismo, passa por processos de apagamento que visam ocultá-lo dos olhos da sociedade. Enquanto os ideais de beleza são retratados amplamente pela mídia e pelas artes e devem ser apreciados, os ideais de feiura devem permanecer velados.

Esses processos de apagamento — não inéditos ou exclusivos dos dias de hoje, como vimos ao estudar o século XX — consistem em maneiras de esconder ou mascarar o corpo gordo, seja escondendo-o como um todo sob as roupas, seja disfarçando características associadas a pessoas gordas (como papadas, dobras de pele, bochechas grandes, dentre outros traços) através de diferentes artifícios.

No curta-metragem documentário *Gorda* (Luiza Junqueira: 2016), três mulheres são convidadas a conversar sobre suas vivências enquanto mulheres gordas. Dandara, uma delas, reflete sobre a questão entre a mulher gorda e a roupa, quando afirma que não usaria uma roupa que mostre as dobras dos seus braços ou das suas costas, pois foi criada, assim como todos os gordos, para usar roupa larga e esconder o próprio corpo.

Os ensinamentos de que a mulher gorda deve usar roupas que escondam seu corpo ou que façam a sua silhueta parecer magra não partem apenas do âmbito familiar, mas também são difundidos em revistas e sites de moda, que costumam tratar a gordura ou dobra de pele como “imperfeições”. Quando essas revistas ou sites não propõe que a solução é emagrecer, o proposto é parecer mais magra através das escolhas das roupas, escondendo a gordura que a mulher supostamente não conseguiu perder.

Figura 14 - Capas da revista Marie Claire



Fonte: imagens adaptadas pelo autor.

Na figura 14, acima, encontramos, da esquerda para a direita, recortes das capas de dezembro de 2014, de novembro de 2016 e de julho de 2012 da revista Marie Claire, nas quais encontramos as seguintes chamadas: “Ainda dá tempo! Um guia para perder 3 quilos antes das férias”; “Ainda dá tempo! Dietas, treinos e aparelhos para perder 3kg, 6kg e 7kg até o Natal”; “Mais magra em um dia: truques para enxugar antes da festa”. As matérias colocam o emagrecimento como uma necessidade e sugerem, sem necessitar de entrelinhas, que a mulher precisa estar magra para desfrutar apropriadamente de eventos sociais.

Quando essas plataformas afirmam que “valorizar a sua silhueta” é esconder a gordura e parecer magra, elas perpetuam a ideia de que o corpo magro é o ideal e que o corpo gordo é inadequado, visto que para parecer belo, o corpo gordo deve assemelhar-se ao magro. E quando propagadas, muitas vezes essas “sugestões” de parecer mais magra são propostas como uma solução para que a mulher possa aproveitar suas férias, festas e outras situações de interação social, como se não fosse possível desfrutar desses momentos enquanto mulher gorda. Possivelmente, isso diz muito a respeito da delimitação dos espaços sociais da mulher gorda, como vimos anteriormente.

Enquanto mulheres magras sempre podem desfrutar de quaisquer tendências da Moda, as mulheres gordas têm suas opções bastante limitadas, visto que só devem utilizar roupas que afinem ou alonguem suas silhuetas. Se uma mulher magra pode desfrutar de uma modelagem ampla, de casacos ou *t-shirts oversized*¹⁸, esses são itens proibidos no guarda-roupas de uma mulher gorda, que não pode optar por modelagens amplas, como vemos na revista Glamour, que afirma que “se o objetivo for emagrecer, roupa soltinha não vai ajudar. O

¹⁸ *Oversized* refere-se a roupas amplas.

excesso de tecido te deixa apenas sem corpo.”¹⁹

Enquanto a expressão “sem corpo” refere-se ao corpo que não está de acordo com o padrão de beleza vigente, a expressão “corpo bem-feito” refere-se ou ao corpo padrão, ou também ao corpo que se assemelha, em alguma instância, e ele. Por exemplo, embora atualmente o padrão de beleza seja o magro com curvas, as mulheres gordas que apresentam uma silhueta semelhante a ele (cintura mais fina que região do busto e quadris) até podem, mas não por via de regra, serem consideradas “bem-feitas” — isso, entretanto, não as isenta da gordofobia —; enquanto isso as mulheres gordas e magras que apresentam corpos sem seios e quadril harmônicos para a sociedade são consideradas “sem corpo” ou “malfeitas”. Percebemos, então, que essa ideia de “sem corpo” está diretamente associada à ideia do “corpo bem-feito”, e ambas as abordagens são problemáticas, visto que tendem a supervalorizar um modelo de corpo enquanto excluem e subjagam toda a diversidade corporal, criando para as mulheres fora do padrão um sentimento de inadequação.

As revistas e sites que cultuam a magreza apresentam diversos tipos de roupa que podem modelar visualmente o corpo da mulher gorda para que ela pareça mais magra. Investigando esses materiais²⁰, descobrimos que se fala que o “preto deixa a cintura mais fina e esconde a gordura localizada muito bem” e que o branco “alarga e deixa os pneuzinhos à mostra”; que listras verticais “afinam que é uma beleza” e que as listras horizontais “não valorizam busto, cintura e muito menos barriga”; quanto às estampas, “fuja de estampas com desenhos largos demais, eles não valorizam muito as medidas e alargam o quadril”; sobre a modelagem tomara-que-caia, que as pessoas gordas que “tem braços largos e flácidos deve fugir de blusas e vestidos com este modelo”; quanto às lingerie, que o sutiã “deve deixar os seios mais perto das axilas do que dos cotovelos”; existem regras até mesmo para os calçados, que saltos de meia pata fina “alongam as pernas” e que sandálias amarradas no tornozelo “engrossam e encurtam as pernas”, e que por essa razão devem ser evitadas.

As técnicas utilizadas para apagar os traços gordos do corpo não se limitam a roupas e acessórios, entretanto, e adentram no mundo da beleza e cosméticos. Um dos estilos de maquiagem que mais tem sido falado e utilizado nos últimos anos é o “contorno”, que consiste em uma técnica de criar uma ilusão de magreza no rosto através de um jogo de luz e

¹⁹ Disponível em: < <http://revistaglamour.globo.com/Moda/Fashion-news/noticia/2015/06/10-dicas-de-styling-para-emagrecer- apenas-com-roupa-tipo-magia.html>>. Acesso em: 11 de novembro de 2017.

²⁰ Disponíveis em: <<https://mdemulher.abril.com.br/moda/truques-de-moda-para-afinar-a-silhueta/>>; <<https://modaplussize.org/roupas-femininas-que-emagrecem/>>; <<http://revistaglamour.globo.com/Moda/Fashion-news/noticia/2015/06/10-dicas-de-styling-para-emagrecer- apenas-com-roupa-tipo-magia.html>>. Acesso em 11 de novembro de 2017.

sombra. Segundo a revista Elle, é uma técnica de maquiagem que “tem como tem como intenção padronizar as mulheres”²¹, e essa padronização, como podemos observar, é baseada em torná-las visualmente magras.

Posto isso, percebemos que as normas vestimentares criadas para as mulheres gordas são diversas e que visam sempre disfarçar a sua gordura através de escolhas que visualmente dão uma silhueta mais magra para ela. Vemos que materiais como revistas e sites trazem uma abordagem que sempre irá subjugar alguns traços naturais do ser humano, colocando-os como inadequados diante de um padrão hegemônico que deve ser almejado. É irônico perceber que na fala “valorizar a silhueta”, tão amplamente utilizada pelos canais de moda, o que se sugere é que o corpo gordo seja escondido ou disfarçado, que pareça magro. Ora, o que há de errado quando as pernas parecem curtas se, de fato, elas são? Por que esconder a gordura localizada da barriga se ela é natural e está ali? Por que, nesse contexto, “valorizar” é esconder-se?

Um dos sites investigados para melhor entender quais os códigos vestimentares da mulher gorda, o Moda Plus Size, é dedicado a esse público e, ainda assim, propõe a gordura como uma característica negativa que deve ser disfarçada. Mas esse não é um fato isolado dos canais de comunicação de moda, visto que até mesmo algumas marcas que tem como alvo as mulheres gordas se baseiam nesse conjunto de códigos. Conforme Marques (2017):

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 mecanismos 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. (MARQUES, 2017, p. 34)

Algumas marcas *plus size*²² que poderiam apresentar um viés suportivo e empoderador para as mulheres gordas produzem roupas que se adequam aos códigos vestimentares e, por consequência, estigmatizam ainda mais os corpos dessas mulheres, também limitando as suas possibilidades de consumir a moda. Quando se produz uma moda baseada nesses códigos, ela só reforça os sentimentos criados pela desumanização do indivíduo gordo, ajudando a manter esse tipo de corpo no campo da feiura e ratificando que os atributos físicos associados à gordura são grotescos e que por isso devem ser velados. Indagamos, portanto, o porquê de não se produzir uma moda para mulheres gordas que promova a abolição das regras vestimentares e de estigmas de inadequação social, colaborando de fato com a humanização desse corpo.

²¹ Disponível em: <<https://elle.abril.com.br/beleza/maquiagem-nao-deveria-ser-sobre-mudar-o-rostode-uma-pessoa-diz-a-make-up-artist-vanessa-loricchio/>>. Acesso em 12 de novembro de 2017.

²² *Plus size* é uma expressão do inglês que refere-se a pessoas gordas ou marcas para pessoas gordas.

Independente das discussões levantadas nas últimas décadas, as mulheres permanecem sob um regime de códigos vestimentares que limitam a sua liberdade de expressão, considerando aqui o papel da moda de expressar quem nós somos, conforme Castilho e Martins (2005). Esses códigos mudaram, adaptando-se às modas de cada época e apresentando-se em diferentes tipos de artifícios para mascarar atributos associados a gordura — espartilhos, cintas modeladoras, silhuetas específicas, intervenções cirúrgicas, dentre outros mecanismos — mas o fato é que em todas elas a liberdade da mulher foi cerceada de algum modo, resultando na dominação de seus corpos.

5 CORPOS QUE TRANSGRIDEM

Podemos entender como as mulheres gordas têm ressignificado seus corpos através da moda ao assumir que conseguimos dotar o corpo de significados que comunicam aquilo que somos, nossos ideais e também que “o corpo é um dos canais de materialização do pensamento, do perceber e do sentir o espaço circundante” (CASTILHO; MARTINS, 2005, p. 87). Ainda segundo os autores:

Uma das principais características da comunicação humana é a de dotar o corpo de significação e, conseqüentemente, de linguagens que são potencializadas por meio de interferências, assim como pela sobreposição de materiais, que permitem a construção de novas formas e volumes que alteram seu significado, ressemantizando-o ou, em outras palavras, dando novos valores a ele. (CASTILHO; MARTINS, 2005, p.35)

Aqui, a ressemantização ocorre quando uma mulher gorda se veste indo contra as normas vestimentares com o objetivo de atribuir um novo significado, para si mesma e para os outros, à imagem do corpo gordo dentro da sociedade. Essa ferramenta configura um processo identitário, onde a mulher gorda abraça o atributo “gorda” e move-o do campo do feio para o campo do belo, apropriando-se de uma palavra que é, para a sociedade, repleta de significações negativas e que é usada de forma pejorativa para ofender a pessoa gorda. Nesse contexto, abraçar uma característica que é lida socialmente como algo ruim e dotar esse termo de poder e significações positivas é, sobretudo, um ato de transgressão.

Essa transgressão ocorre não somente para questionar e romper com o padrão de beleza e os códigos vestimentares que as cercam, mas para criar uma rede de empoderamento que abraça outras as mulheres gordas. Quando as mulheres gordas enxergam que estão em um grupo social estigmatizado, identificando-se com ele e sentindo que são parte dele, passando a questionar, juntas, e refletir sobre as questões que tocam esse grupo, elas também estão passando por um processo identitário que é construído através de uma troca de vivências, reflexões e debates. Conforme Castilho e Martins:

Assim, uma vez que o indivíduo se considera incorporado a determinado grupo, ele assume traços de identificação que permitem a assimilação de sua cultura, já que age sempre observando e comparando a si mesmo com os outros: quer por traços de similaridades, que por traços de diferenças, esse sujeito semiótico conseguir construir sua auto-identidade. (CASTILHO; MARTINS, 2005, p.37)

Através da construção da identidade da mulher gorda, que passa a perceber que integra um grupo social que sofre cotidianamente um conjunto de opressões que diminui a sua

existência enquanto ser social e que renega a beleza de seu corpo, e que passa também a questionar a existência de um padrão de beleza excludente e desumanizador, cria-se um possível mecanismo para combater a hegemonização da beleza.

Embora entendamos a ressignificação da mulher gorda como um processo identitário, é necessário que não o designemos tão somente como tal. Em uma das pautas do debate “O que é lugar de fala?”, Djamila Ribeiro (2017, YouTube), estudiosa do feminismo negro, reflete sobre como lutas identitárias não são compreendidas como um ato pela democracia, sendo diminuídas como “processos meramente identitários”. Sua fala compreende não só o movimento feminista negro, mas a lógica de seu pensamento abraça outros grupos minoritários, como acompanhamos a seguir:

É um debate, inclusive, sobre democracia. Não é um debate meramente de luta identitária. Se esses grupos seguem sendo violados historicamente, apartados e invisibilizados, a gente pode falar que de fato a gente vive em uma democracia? (...) Como diz a Linda Alkoff, a gente não tá aqui querendo fazer um debate meramente sobre as identidades, a gente quer entender como o poder faz uso dessas identidades, hora para privilegiar umas, hora para oprimir outras. (RIBEIRO, 2017)

Katz (2008, p. 71), considera que “sendo o corpo um estado transitório dos acordos feitos com os ambientes onde circula, é sempre singular e único. E, se assim é, a institucionalização de um modelo de corpo, seja ele qual for, será sempre um exercício na fabricação de corpos dóceis”. Corroboramos com a institucionalização do padrão de beleza quando permitimos que a gordofobia continue se estruturando em nossa sociedade, considerando que ela é um dos alicerces que sustenta esse padrão hegemônico de beleza.

Eco (2004, p. 418) afirma que uma típica contradição do século XX é que até mesmo os apreciadores da arte de vanguarda, repleta de experimentalismos e transgressões que violaram os ideais de beleza de suas épocas, que consomem esculturas e pinturas incompreensíveis, rendem-se aos padrões propostos pelo consumo comercial da beleza, aquele difundido pelo *mass media*. E é partindo dessa afirmação que podemos refletir sobre outras formas de direcionar o olhar para o corpo gordo.

Outro modo de compreender a beleza do corpo gordo é compreendê-lo da mesma forma que compreendemos a arte de vanguarda em sua “beleza de provocação”, desviando-nos de um olhar guiado pelos cânones da beleza de consumo, pois só assim poderemos enxergar a beleza em sua subjetividade e pluralidade. Para compreender esses corpos como belos, é necessário subverter os valores da beleza comercial do mesmo modo como os artistas de vanguarda fizeram ao violar os cânones estéticos de suas épocas.

É considerando esses pensamentos que entendemos o caráter de subversão e transgressão no ato da mulher gorda usar roupas que a sociedade delibera que ela não deveria usar — visto que seu corpo deve permanecer escondido ou disfarçado. Quando a mulher gorda foge das normas vestimentares, ela desafia os cânones da beleza de consumo e propõe para a sociedade um novo olhar sobre si mesma e sobre o corpo gordo.

Para compreendermos como isso funciona na prática, analisamos o vestuário de algumas mulheres gordas encontradas na rede social *Instagram*, buscando indicativos dos questionamentos a respeito do padrão de beleza e códigos vestimentares levantados através das escolhas de suas roupas, tenha sido essa a intenção delas ao decidirem seu traje ou não.

Figura 15 — Vestuário de Kaly



Fonte: imagens adaptadas pelo autor, disponíveis em <<https://www.instagram.com/kaaaaaaly/>>. Acesso em 02 de dezembro de 2017.

Kaly Gerônimo (usuário do *Instagram*: kaaaaaaly), apresentada na figura 15, na imagem da esquerda, rompe duas vezes com a regra de que as mulheres gordas não devem vestir roupas com listras horizontais — visto que elas tendem a aumentar, visualmente falando, o seu manequim — ao utilizar tanto uma blusa como também uma saia com essa padronagem. Mostrar um pedaço da barriga, para a mulher gorda, também é um ato subversivo, considerando que a sua gordura e dobras são encaradas como feias ou impróprias pela sociedade.

Em sua segunda foto, à direita, Kaly veste uma camisa branca, justa ao corpo, de mangas longas. Aqui, ao usar uma camisa justa ao corpo na cor branca, ela foge dos códigos

emagrecedores que afirmam que essa escolha amplia a silhueta; e também foge da dica de *styling* que “emagrece com o toque final de dobrar a manga longa até o cotovelo”²³.

Em ambas as fotos, podemos perceber também que Kaly não tenta adequar-se às normas dos seios “perfeitos” (que considera que “ter seios bonitos e firmes é de grande importância para uma mulher”²⁴), fugindo de artifícios que tornem os próprios seios mais firmes e juntos um do outro. Esse é um ponto importante a ser observado visto que além do pudor do corpo gordo, existe também pudor sobre a flacidez que pode acompanhar a gordura.

Figura 16 – Vestuário de La’Shaunae



Fonte: imagens adaptadas pelo autor, disponíveis em <<https://www.instagram.com/luhshawnay/>>. Acesso em 02 de dezembro de 2017.

La’Shaunae (usuário no *Instagram*: luhshawnay), apresentada acima na figura 16, desafia as diretrizes do vestir da mulher gorda ao utilizar, na foto da esquerda, um *top cropped* com estrutura bufante, que causa um efeito visual de ampliação, e também uma saia com babados laterais, que ampliam a percepção da silhueta. Os detalhes de laços frontais na saia também atraem atenção para o local de maior volume de seu corpo, evidenciando o que deveria ser disfarçado.

O caráter subversivo também pode ser observado na segunda foto, à direita, na qual a

²³ Disponível em: <<https://mdemulher.abril.com.br/moda/truques-de-moda-para-afinar-a-silhueta/>>. Acesso em 15 de novembro de 2017.

²⁴ Disponível em: <<https://www.vix.com/pt/bdm/medicina-alternativa/1099/receitas-e-dicas-para-deixar-os-seios-mais-firmes>>. Acesso em 15 de novembro de 2017.

parte superior de suas vestes é um modelo tomara-que-caia, que expõe seus braços gordos e flácidos, e que possui babados que dão mais volume para o seu corpo. As diretrizes também são de que a calça justa, que marca as dobras e evidencia a barriga, também deve ser evitada, mas esse fator não impediu La’Shaunae de vestir a peça e exibir as formas naturais de seu corpo, que podem ser vistas pela sociedade como “excessivamente gordas”.

Figura 17 – Vestuário de Denaisha



Fonte: imagens adaptadas pelo autor disponíveis em: <<https://www.instagram.com/heavymetalgorilla/>>. Acesso em 02 de dezembro de 2017.

Nas duas composições feitas por Denaisha (usuário no *Instagram*: heavymetalgorilla), mostradas na figura 17, há um ponto em comum que é o uso da *lingerie outwear*, usada para ficar à mostra e participar da composição do traje. Esse tipo de composição não é inédito para a moda, mas o seu significado é alterado quando uma mulher gorda absorve e utiliza essa tendência, pois adquire um cunho desafiador de empoderamento, afinal de contas, o corpo gordo que deve permanecer escondido passa a ficar à mostra na utilização dessa tendência. Em ambos os *looks* as estrias na região da barriga e seios, que deviam permanecer escondidas sob às vestes, também são mostradas. Até mesmo as gargantilhas, encontradas nos dois looks, são colocadas como itens que “devem ser evitados”²⁵ pelas mulheres gordas.

Na segunda imagem, além de usar um casaco com as listras horizontais tão veementemente desaconselhadas para gordas pelas revistas e sites de moda por ampliarem visualmente a silhueta, Denaisha também utiliza uma bota de cano médio, que assim como o

²⁵ Disponível em: <<https://mdemulher.abril.com.br/moda/truques-de-moda-para-afinar-a-silhueta/>>. Acesso em 15 de novembro de 2017.

cano alto, também pode engrossar a panturrilha e encurtar a silhueta. Os códigos vestimentares que cercam as mulheres gordas sugerem²⁶ apenas o cano baixo.

Também podemos observar que nas duas composições não há uma preocupação de atenuar a cintura do próprio corpo (seja pela utilização de cintos ou outros artifícios), e esse é um dos aconselhamentos mais dados pelos canais de moda para as mulheres gordas. Há, na realidade, o uso de jaqueta e casaco que proporcionam certa amplitude e escondem as formas naturais do corpo, inclusive a cintura.

Figura 18 – Vestuário de Clara



Fonte: imagens adaptadas pelo autor disponíveis em: <<https://www.instagram.com/elotepreparado/>>. Acesso em 02 de dezembro de 2017.

Na figura 18, na imagem da esquerda, Clara Nieblas (usuário no *Instagram*: elotepreparado) é mais uma das mulheres gordas que questiona, através do vestuário, o porquê de não poder exibir os braços e barriga ao vestir um *top cropped* no modelo tomara-que-caia. Podemos nos questionar sobre o que torna socialmente aceitável uma mulher magra exibir braços e barriga e o que torna inaceitável uma mulher gorda exibir exatamente as mesmas partes de seu corpo. O que torna condenável, se são as mesmas partes do corpo? Os impedimentos podem ser a gordura propriamente dita, mas também características que costumam acompanhá-la, como flacidez ou estrias, por exemplo.

No segundo traje, na imagem da direita, Clara veste um vestido vermelho justo ao corpo sem utilizar nenhum outro artifício que o modele ou oprima suas características

²⁶ Disponível em: <<http://moda.culturamix.com/roupas/roupas-que-as-gordinhas-devem-evitar>>. Acesso em 15 de novembro de 2017.

naturais. Seu corpo está livre do uso de sutiã ou de uma cinta modeladora, e decerto isso afeta o modo como ele pode ser lido através da roupa, haja visto que todas as suas curvas e dobras de gordura estão marcadas no vestido, assim como seus seios, que não são firmes, estão distantes um do outro, sem nenhum tipo de sustentação. Sua sandália é amarrada no tornozelo, o que para alguns *sites* pode fazer que a percebamos com pernas mais curtas ou mais grossas.

E todas essas escolhas, até mesmo as do primeiro traje, questionam as regras vestimentares e o padrão de beleza, pois lidam com o corpo gordo com naturalidade, sem pudores sobre as curvas ou volumes. Exibi-lo de forma crua para a sociedade é, além de uma tentativa de naturalizá-lo, uma postura de enfrentamento, visto que questiona a fabricação de corpos dóceis, como vimos em Katz (2008, p. 71).

Figura 19 – Vestuário de Jup



Fonte: imagens adaptadas pelo autor disponíveis em: <<https://www.instagram.com/jupdobairro/>>. Acesso em 02 de dezembro de 2017.

Jup Pires (usuário *no Instagram*: jupdobairro), apresentada na figura 19, veste na imagem da esquerda, uma peça de roupa de tule ou *voile*, que simula uma segunda pele por ser um tecido consideravelmente transparente, sobreposta por um biquíni de lantejoulas amarelo. Para a pessoa gorda que tem o seu corpo estigmatizado pela sociedade, exibi-lo em partes ou por inteiro — seja através do uso da transparência ou pela real nudez — é um ato revolucionário, pois para além de exibição de um corpo inapropriado, há sobretudo um posicionamento político que vai contra a beleza do modo como conhecemos hoje: hegemônica, com forma e cor definida, sendo essa forma magra e essa cor branca.

E é exatamente sobre essa questão que a tatuagem de Jup também parece tratar. Na primeira imagem, vemos em sua barriga a sentença “corpo sem juízo”, música²⁷ homônima lançada por Jup. Embora a canção refira-se principalmente sobre os corpos de pessoas transexuais, corpos estigmatizados e subjugados pela sociedade, ela também pode ser lida através do viés da gordofobia, visto que o corpo gordo passa por processos semelhantes de estigmatização social. Não obstante, a inscrição foi feita na barriga de Jup, e a barriga voluptuosa de uma pessoa gorda é uma das partes do corpo que mais facilmente demonstra a gordura, demonstrando essa relação.

Embora Lipovetsky e Serroy (2012) apontem que a tatuagem hoje não detém significados de exclusão social e marginalização como há algumas décadas detinha, e que hoje ela é meramente um método de embelezamento pessoal, no caso da tatuagem de Jup há um resgate do caráter de exclusão social através da marcação da pele, pois marcá-la com a sentença “corpo sem juízo” reafirma a marginalização sofrida por seu corpo transgênero, negro e gordo, mas em uma postura de empoderamento e embate.

Na imagem da direita, Jup também subverte as normas vestimentares ao vestir um traje branco justo ao corpo, pois como já observamos anteriormente, peças brancas e justas ampliam a silhueta que, segundo os canais de comunicação de moda, deveria ser atenuada, não evidenciada. A gordura da parte inferior de seu braço fica à mostra, assim como a gordura da região do busto que escapa pela cava da roupa. Ao evidenciar seu corpo gordo através de seu traje, que deveria escondê-lo, Jup questiona essas normas.

²⁷ Disponível em: <https://soundcloud.com/jup_art/jup-corpo-sem-juizo-demo>. Acesso em: 17 de novembro de 2017.

Figura 20 – Vestuário de Gabriela



Fonte: imagens adaptadas pelo autor disponíveis em: <<https://www.instagram.com/leather.papi>>. Acesso em 02 de dezembro de 2017.

Na figura 20, na imagem da esquerda, Gabriela Ruiz (usuário no *Instagram*: leather.papi) rompe com lógica de atenuar ou esconder a gordura do corpo gordo quando veste um *duvet coat*, casaco volumoso que amplia a percepção visual de suas medidas, e também a escolher uma bota de cano alto para a composição, visto que botas desse tipo engrossam e encurtam as pernas, como vimos anteriormente.

Na imagem da direita, vemos novamente a questão do aumento do próprio manequim nas mangas da blusa de Gabriela, pois as mangas apresentam uma estrutura bufante e de babados, que adicionam volume aos seus braços que já são, no viés gordofóbicos da sociedade, suficientemente gordos. Como já vimos na análise de outros exemplos, também há uma ruptura com os ditames que a cercam quando ela exhibe a sua barriga gorda e quando Gabriela utiliza um acessório justo no pescoço, que pode impedir uma possível sensação de alongamento de sua silhueta.

Figura 21 – Vestuário de Luiza



Fonte: imagens adaptadas pelo autor disponíveis em: <https://www.instagram.com/luizajunquerida>. Acesso em 02 de dezembro de 2017.

Luiza Junqueira (usuário no *Instagram*: luizajunquerida), apresentada na figura 21, veste na imagem da esquerda, um *top cropped* de listras que tende a ampliar a sua silhueta e, também, que acomoda seus seios de forma natural, sem tentativas de levantá-los ou fazê-los com que pareçam justos e próximos um do outro. Sua saia, que apresenta babados curtos na parte superior e que é franzida, também tendem a ampliar a silhueta de Luiza. Considerando esses fatos, podemos considerar que a composição desse seu traje rompe com a expectativa do traje esperado para a mulher gorda, o traje que esconde as imperfeições: a gordura.

No segundo traje de Luiza, à direita, vemos novamente uma peça de roupa com listras horizontais que causará o efeito de ampliação da silhueta. A divisão em blocos que se dá pela combinação da camisa listrada em branco com vermelho e saia preta “divide o corpo em blocos, o que causa uma sensação visual de silhueta achatada e alargada”²⁸. Mas aqui também há uso de uma jaqueta jeans *oversized* que por possuir uma modelagem ampla, inibe qualquer chance de acinturar o seu corpo gordo para que ele entre no padrão aceitável para os corpos gordos: o corpo gordo de cintura ampolheta.

Em seu vídeo **Roupas Marcando as Gordurinhas** (2016), Luiza reflete sobre os códigos vestimentares que cerceiam a liberdade da mulher gorda, questionando-se o porquê de não poder utilizar roupas que denunciem a sua gordura, onde cita o exemplo das roupas

²⁸ Disponível em: <<http://vilamulher.uol.com.br/moda/estilo-e-tendencias/gordinha-pode-tudo-sim-mas-com-bom-senso-14-1-32-2388.html>>. Acesso em 19 de novembro de 2017.

justas que marcam a gordura localizada e “dobrinhas”. E embora esse exemplo não abrace as imagens que analisamos de Luiza, visto que esse não é o caso de roupas que marcam a gordura localizada, os trajes acima podem nos fazer refletir sobre outro tipo de imposição social para a mulher gorda, a regra de sempre tentar diminuir sua silhueta. Quando Luiza evidencia e exalta, seja conscientemente ou inconscientemente, ela subverte e questiona os valores que lhe são impostos pela sociedade.

Figura 22 – Vestuário de Stacey



Fonte: imagens adaptadas pelo autor disponíveis em: <<https://www.instagram.com/hantisedeloubli/>>. Acesso em 02 de dezembro de 2017.

Stacey (usuário no *Instagram*: hantisedeloubli), apresentada na figura 22, na imagem à esquerda, veste um *top cropped* de modelagem balonê, que amplia a percepção de seu busto e que expõe seus braços gordos. A parte de baixo, um biquíni de cintura alta, conta com duas formas vazadas em suas laterais, e pelo fato de o biquíni ser justo ao corpo, a gordura acaba por sobressaltar por esses recortes laterais vazados, indo contra um dos códigos mais primários disseminados pelos canais de informação de moda: o de não fazer a gordura sobressaltar. Quando analisamos a composição como um todo, vemos que além dos pontos citados anteriormente, há também a exposição da barriga gorda que é, no geral, um tabu desagradável para a sociedade.

Na imagem à direita, Stacey também vai contra à regra de ouro das revistas e sites de moda que podam a liberdade no vestir da mulher gorda: ela utiliza um vestido reto que não torna o seu corpo acinturado e que o torna “um bloco sem forma definida”²⁹ — considerando

²⁹ Idem.

aqui que a única silhueta aceitável para a mulher gorda é a silhueta ampulheta, que assegura “formas harmônicas” por apresentar a cintura mais fina que quadril e busto. Stacey não alonga a sua silhueta pelo fato de um de seus colares serem justos ao corpo, fazendo com ela não exiba o pescoço e isso comprima a sua silhueta. Em ambos os casos, observamos que Stacey não se veste conforme às regras vestimentares que lhe são impostas, o que pode ser percebido como uma postura de resistência.

Figura 23 – Vestuário de Raíssa



Fonte: imagens adaptadas pelo autor disponíveis em: <<https://www.instagram.com/rayneon/>>. Acesso em 02 de dezembro de 2017.

Quando falamos sobre as estampas que não são indicadas para as mulheres gordas pelos *sites* e revistas de moda, além das já citadas listras horizontais também se indica que gordas não utilizem estampas grandes, visto que isso irá “desvalorizar” sua silhueta, tornando-a visualmente maior. Quando Raíssa (usuário no *Instagram*: rayneon), apresentada na figura 22, veste um vestido com estampa grande na imagem da esquerda, ela desconsidera essa imposição e nos faz questionar: por que é normal e plausível que mulheres gordas precisem vestir roupas que as façam parecer mais magras? Por que uma mulher gorda não pode evidenciar suas formas naturais ou simplesmente tratá-las com naturalidade? O estigma com relação à gordura é tão marcante que o combate ao corpo gordo vai além de dietas restritivas, rotinas *fitness* e intervenções médicas, esse combate também se dá através dos códigos vestimentares que cercam a realidade da mulher gorda, que insinuam que seu corpo é inadequado e que oferecem artifícios para que essa mulher trave uma batalha com o seu próprio corpo através das roupas para que possa parecer mais magra.

Na imagem da direita, nos deparamos mais uma vez com o exemplo da roupa *oversized*, que não atende à expectativa de acinturar a mulher gorda para dar a ela um aspecto mais magro ou, ainda, a ainda tolerável silhueta ampulheta gorda. Dessa vez, além da evidente não-tentativa de emagrecimento através do vestir, percebemos que a roupa de Raíssa carrega a palavra “gorda” estampada. Com isso, Raíssa afirma-se mulher gorda, resignificando a conotação negativa naturalmente atribuída a essa palavra.

Figura 24 – Vestuário de Lizzo



Fonte: imagens adaptadas pelo autor disponíveis em <<https://www.instagram.com/lizzobeeating/>>. Acesso em 02 de dezembro de 2017.

Lizzo (usuário no *Instagram*: @lizzobeeating), apresentada na figura 24, não está utilizando sua *lingerie* na tendência do *outwear* na imagem da esquerda, mas ainda assim podemos nos debruçar sobre esse outro contexto para entender o que a imagem pode representar. Na imagem, Lizzo exhibe as suas gorduras localizadas, seu braço gordo e seu quadril largo e voluptuoso. Aqui, embora a *lingerie* seja encarada no sentido do uso pessoal, podemos entender que a atitude de Lizzo de exibir uma fotografia sua vestindo peças íntimas, enquanto mulher gorda, é subversiva, pois desafia os códigos sociais referentes à exposição do corpo gordo.

Na imagem da direita, Lizzo exhibe sua carne gorda de modo mais sutil: através de fendas nas roupas que apresentam amarração, desafiando os mesmos códigos supracitados. Além disso, a amarração frontal com um laço cria volume e atrai atenção para o seu busto —

os códigos vestimentares sugerem³⁰ que as mulheres utilizem amarrações nas costas para evitar esse tipo de efeito. Com a estrutura de saia em cada ante perna, Lizzo foge do ditame do alongamento da silhueta, pois ao invés disso, cria um efeito de achatamento.

As amarrações da roupa da imagem da direita podem ser percebidas através de uma conotação sexual, pois esse tipo de amarração nos remete aos espartilhos, que carregavam essa mesma conotação. Podemos, portanto, perceber que em ambas as imagens Lizzo apropria-se de sua própria sexualidade ao utilizar roupas sensuais e com isso questiona não só os códigos vestimentares que cerceiam sua liberdade, mas também rompe com o estigma da assexualidade da mulher gorda estudado por Marques (2017, p. 41), que aponta que quando mulheres gordas utilizam roupas sensuais isso é “por si só uma forma de ruptura de mitos difundidos pela parte opressora da sociedade”.

Por meio da análise do vestuário dessas dez mulheres gordas encontradas no *Instagram*, compreendemos que é possível questionar e romper com os ideais hegemônicos de beleza — que perpetuam a beleza do corpo magro em detrimento à subalternização do corpo gordo — através do vestir.

Compreendemos que esse ato de resistência das mulheres gordas pode se apresentar através da utilização de diferentes símbolos encontrados nas roupas: utilização do branco que amplia a silhueta em detrimento do preto que a reduz; utilização de estampas e padronagens que causam efeito de ampliação do manequim (como listras horizontais e estampas grandes, por exemplo); a retomada da sensualidade no vestir; utilização de roupas que mostram o corpo gordo, a gordura e demais características associadas a ele (como estrias, celulites ou flacidez), seja através de fendas, recortes vazados, transparências ou quaisquer outras forma de exibir partes do corpo gordo; uso de modelagens que causam efeito de ampliação visual (como franzidos ou modelagem bufante); utilização de modelagens amplas que não visam acinturar o corpo gordo; utilização de roupas e acessórios que não garantem o anseio de tornar o corpo gordo aparentemente mais linear, esguio e acinturado.

³⁰ Disponível em: <<https://mdemulher.abril.com.br/moda/truques-de-moda-para-afinar-a-silhueta/>>. Acesso em 21 de novembro de 2017.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos séculos XX e XXI, percebemos que claras mudanças ocorreram nos ideais de beleza de década para década. Essas mudanças, no entanto, nunca foram disruptivas ao ponto de desestruturar a normatividade dos padrões de beleza, pois apesar das variações nas silhuetas, os corpos que foram designados como belos nesses períodos não ultrapassaram um determinado limite: o da magreza. Os quadris ou seios podiam aumentar, a cintura podia diminuir, mas no final das contas, o tipo idealizado era o da mulher magra.

Até aqui e, talvez, ainda por muito tempo, o corpo gordo não foi apenas não contemplado pelo ideal de beleza, mas marginalizado através dele. Gradativamente, ao que a sociedade encontrava formas de esconder ou mascarar o corpo gordo, ele foi sendo colocado como anormal, feio, doente ou sujo. A moda e a beleza aliaram-se a outros aparatos gordofóbicos, como o discurso médico, e juntas substanciaram a gordofobia.

Uma das formas — senão a principal e mais efetiva — de promover e legitimar um ideal de beleza e um tipo de corpo é senão negar todos os outros tipos de corpos. Nesse contexto, a moda e a beleza reforçaram a desumanização da mulher gorda ao legitimarem exclusivamente a beleza das variáveis do corpo magro ao longo dos últimos tempos, sugerindo a feiura da gorda, atribuindo conotações negativas ao corpo gordo e a todos os tipos de traços que sugiram ou tenham alguma relação com a gordura, como a flacidez, estrias, celulites ou dobras de pele.

A moda, além de sugerir a inadequação e feiura do corpo gordo, apresenta prontamente variadas soluções para lidar com ele, medidas vindas de diferentes ramos da indústria para combatê-lo. Ao longo da história, os mecanismos utilizados para enaltecer a magreza dos corpos e mascarar a gordura adaptaram-se: espartilhos, cintas modeladoras, cintas elásticas, vestes de lycra, dietas restritivas, alimentos dietéticos, rotinas de atividades físicas, procedimentos estéticos, técnicas de maquiagem, truques de *styling* que fazem o corpo parecer mais magro ou menos gordo, dentre tantas outras opções.

As mais diversas plataformas de moda e beleza, como revistas digitais e impressas e sites e blogs, que há muito subjagam o corpo gordo, ganham força em sua empreitada quando personalidades da mídia, que emergiram através de redes sociais como o *Instagram*, auxiliam na propagação de um ideal de beleza hegemônico, excludente e gordofóbico. Essas mulheres, que conseguiram emergir nas redes sociais através da premissa de serem mais reais que as

celebridades, tornaram-se também celebridades e, tal como estas, passaram a demonstrar um ideal de beleza inalcançável. E mais que isso, passaram a difundir com normalidade a incessante luta por um corpo magro e perfeito.

Esses canais impõem enfaticamente, embora tentem fazer com que soem como “sutis recomendações”, uma lista extensa de ditames vestimentares que visam sempre tornar a silhueta da mulher gorda mais esbelta e longilínea — tentar disfarçar o próprio corpo ou tentar parecer menos gorda é o que eles chamam de “valorizar a própria silhueta”. Vestir preto para parecer mais magra; evitar o branco para não parecer mais gorda; aproveitar-se de listras verticais para tentar alongar a silhueta; evitar as listras horizontais para não ampliar a própria silhueta; evitar estampas muito grandes para não parecer maior; sempre tentar acinturar o próprio corpo para aproximar-se do único tipo de corpo gordo aceitável, de silhueta ampulheta; não utilizar modelagens que criem volumes adicionais; dentre tantas outras regras que já existem e que vão surgindo ou se adaptando conforme mudam as tendências, mas sempre com um claro e único objetivo: o de disfarçar a gordura.

Dentro desse contexto social em que o indivíduo gordo é desumanizado, invisibilizado e velado, onde ser gordo é um desvio, onde a carne gorda é grotesca e a pessoa gorda é estigmatizada, surgem mulheres que tentam questionar e fazer ruir os pilares da estrutura hegemônica da beleza. Mulheres gordas que passam a ocupar os espaços virtuais — que costumam corroborar com a fabricação de corpos dóceis — publicando imagens de si próprias que vão contra as diversas normas sociais que cercam a gordura. Em suas publicações, as mulheres gordas nadam em sentido contrário aos códigos vestimentares que lhe são impostos e utilizam vestes que não deveriam utilizar, que não tentam reduzir sua silhueta, mas enfatizá-la do modo como ela é.

Emblematicamente, as mulheres gordas apresentadas ao longo deste trabalho ignoram a série de regras que cerceiam a liberdade de seus corpos e passam a propor o corpo gordo livre de quaisquer amarras. Essas mulheres vestem seus próprios corpos em um ato político, seja através da desobediência para com as regras vestimentares que as circundam, seja ao apropriar-se novamente de sua sensualidade que fora ceifada, seja ao propor o corpo gordo como belo em espaços virtuais dominados pelo ideal hegemônico de beleza. As mulheres gordas resistem em sua própria existência, propondo um novo olhar para o corpo gordo, subvertendo e transgredindo as normas sociais e desafiando os cânones da beleza de consumo.

REFERÊNCIAS

- BEAUTIFUL FIGURE. **Resisenberg University**. Disponível em: <http://www.uni-regensburg.de/Fakultaeten/phil_Fak_II/Psychologie/Psy_II/beautycheck/english/figur/figur.htm>. Acesso em: 26 nov. 2017.
- BELK, Russell W. **Hyperreality and Globalization: Culture in the Age of the Ronald McDonalds**. Journal of International Consumer Marketing, v. 8, n. 3/4, p. 23-37, 1996.
- BOËCHAT, Bernardo. Gordofobia. **YouTube**, 17 abril de 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nLSpG38VWPk>>. Acesso em 10 nov. 2017.
- CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.
- CORTEZ, Mirian; SOUZA, Lídio. **Mulheres (in)subordinadas: o empoderamento feminino e suas repercussões nas ocorrências de violência conjugal**. Psicologia: Teoria e Pesquisa. [online] 2008, v. 24, n. 2.
- CRESSWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativos, Quantitativos e Misto**. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- DA SILVEIRA, Vanessa. **Corpos e beleza no Instagram: estetização em busca de likes**. Dissertação – Mestrado em Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.
- DEMARTINI, Felipe. **Há 15 anos, estavam batizados os blogs**. Tecmundo. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/blog/34286-ha-15-anos-estavam-batizados-os-blogs.htm>>. Acesso em 26 nov. 2017.
- ECO, Humberto. **História da Feiura**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2007.
- _____. **História da Beleza**. Rio de Janeiro, Editora Record, 2004.
- CHAHINE, Nathalie; FAUX, Dorothy Schefer (Org); LANNELONGUE, Marie-Pierre; MOHRT, Françoise. **Beleza do Século**. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GORDA**. Direção e Produção: Luiza Junqueira. Rio de Janeiro: Luiza Junqueira, 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PVoZftI7Ebs&t=815s>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

GURGEL, Alexandra. Gordos, não façam o ENEM! **YouTube**, 07 de nov. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Wy8qIJZmQY8>>. Acesso em: 09 nov. 2017.

GURGEL, Alexandra. Representatividade Gorda. **YouTube**, 24 jun. de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=N5Nz085_TLk>. Acesso em: 04 nov. 2017.

KORSNES, Sunniva. Beauty Ideal Over the Decades part III: The 2000's. **Idealist Style**, s/l, 14 dez. 2013. Disponível em: <<http://www.idealstyle.com/blog/beauty-ideal-over-the-decades-part-3-the-2000s>>. Acesso em: 25. nov. 2013.

SALES, Cyntia. **A aparente normalidade dos atos nazistas**. FAS@JUS - e-Revista da Faculdade de Direito Santo Agostinho, v 7, n 1/2017, Montes Claros.

LEAPER, Caroline. The best of 1960s fashion and the icons who helped shape it. **Marie Claire**, 29 março 2017, 2017a. Disponível em: <<http://www.marieclaire.co.uk/fashion/1960s-fashion-icons-designers-trends-34260>>. Acesso em: 8 out. 2017.

_____. The biggest 1950's fashion style moments that defined the decade. **Marie Claire**, 29 março 2017, 2017b. Disponível em: <<http://www.marieclaire.co.uk/fashion/1950s-fashion-icons-fifties-style-moments-in-pictures-81397>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

_____. The iconic 1920's women who changed our style forever. **Marie Claire**, 29 março. 2017, 2017c. Disponível em: <<http://www.marieclaire.co.uk/fashion/1920s-fashion-icons-who-defined-twenties-style-92566>>. Acesso em: 8 out. 2017.

_____. The style icons who defined glorious seventies fashion. **Marie Claire**, 29 mar. 2017, 2017d. Disponível em: <<http://www.marieclaire.co.uk/fashion/1970s-fashion-moments-that-defined-seventies-style-96107>>. Acesso em 8 out. 2017.

_____. The nineties fashion icons who shaped one of our favorite style eras, ever. **Marie Claire**, 29 março 2017, 2017e. Disponível em: <<http://www.marieclaire.co.uk/fashion/the-1990s-fashion-trends-we-loved-34612>>. Acesso em: 08 out. 2017.

LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamasso. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Rev. katálysis**, Florianópolis, v. 10, n. spe, p. 37-45, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141449802007000300004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 07 dez. 2017.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo

artista. São Paulo, Companhia das Letras, 2015.

MARQUES, Beatriz Felício. **A sensualidade vestimentar como mecanismo de empoderamento da mulher gorda:** um estudo exploratório da blogueira Nadia Aboulhosn. Monografia – Design - Moda. Universidade Federal do Ceará. 2017.

LEVY, Nathalia. Maquiagem não deveria ser sobre mudar o rosto de uma pessoa. **Elle**, s/1, 30 julho 2016. Disponível em: <<https://elle.abril.com.br/beleza/maquiagem-nao-deveria-ser-sobre-mudar-o-rosto-de-uma-pessoa-diz-a-make-up-artist-vanessa-loricchio/>>. Acesso em: 01 dezembro 2012.

MUSSI, Luciana Helena. **Representações sociais do nazismo no cinema:** Estudo sobre a desumanização e resistência à desumanização. Tese - Psicologia Social. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2016.

NOGUEIRA, Simone Gibran; GUZZO, Raquel Souza Lobo. **Que educação das relações étnico-raciais queremos no século XXI?** Uma leitura psicossocial da desumanização eurocêntrica e racista. Revista da Associação Brasileira de Pesquisadores/as Negros/as (ABPN), [S.l.], v. 9, n. 22, p. 409-431, jun. 2017. ISSN 2177-2770. Disponível em: <<http://www.abpnrevista.org.br/revista/index.php/revistaabpn1/article/view/375>>. Acesso em: 17 set. 2017.

OLIVEIRA, Ana Claudia de (Org); KATZ, Helena; CASTILHO, Kathia (Org); **Corpo e moda:** por uma organização do contemporâneo. Barueri, Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

RIBEIRO, Djamila. O que é lugar de fala? **YouTube**, 19 nov. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IcyFgc_DmxY>. Acesso em 01 dez. 2017.

RIBEIRO, Luiza. **Gorda: processo de criação e realização de curta-metragem documentário.** Relatório técnico - Comunicação Social. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2016.

RIBEIRO, Luiza. Papo de Gorda (Ft. Alexandrismos). **YouTube**, 16 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=NO3K-2Y9CHs>>. Acesso em 4 nov. 2017.

RODRIGUES, Ramilla; ARCOVERDE, Vanessa. **Cinderela não é gorda:** análise da personagem Pérsfone na novela Amor à Vida. Monografia – Jornalismo. Universidade de Brasília, 2014.

SILVA E SILVA, Tainan. **O colorismo e suas bases históricas discriminatórias.** Revista

Direito UNIFACS - Debate Virtual. [on-line]. Nº 201. Salvador: UNIFACS, 2017. Disponível em: <<http://revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/4760/3121>>.

SUDO, Nara; LUZ, Madel. **O gordo em pauta:** representações do ser gordo em revistas semanais. *Ciência & Saúde Coletiva* [on-line], 12 (julho-agosto). Disponível em: <<http://www.redalyc.org/comocitar.ou?id=63012421>>. Acesso em: 23 de nov. 2017.

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

THE SCARLET F: Why fat shaming harms health, and how we can change the conversation. **Harvard Public Health**, edição de Primavera, 2017. Disponível em: <https://www.hsph.harvard.edu/magazine/magazine_article/the-scarlet-f/>. Acesso em 01 dez. 2017.

TUNELL, Alexandra. #TheList: 80's Beauty Icons. **Harper's Bazaar**, s/l, 18 ago. 2015, 2015a. Disponível em: <<http://www.harpersbazaar.com/beauty/makeup/g6095/80s-beauty-icons/>>. Acesso em 07 dez. 2017.

_____. #TheLIST: 90's Beauty Icons. **Harper's Bazaar**, s/l, 18 mar. 2015, 2015b. Disponível em: <<http://www.harpersbazaar.com/beauty/hair/g5422/90s-beauty-icons/?slide=1%3E>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

_____. The 2015 Body Ideal is More Unattainable Than Ever. **Harper's Bazaar**, s/l, 19 junho 2015, 2015c. Disponível em: <<http://www.harpersbazaar.com/beauty/diet-fitness/a11239/the-new-body-ideal/>>. Acesso em 25 nov. 2017.

VASCONCELOS, Naumi A. de; SUDO, Iana; SUDO, Nara. **Um peso na alma:** o corpo gordo e a mídia. *Revista Mal-estar E Subjetividade* [on-line] 2004, IV (março). Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.ou?id=27140104>> ISSN 1518-6148>. Acesso em: 10 de outubro de 2017.

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