
FACULDADE DE TECNOLOGIA EM AMERICANA “Ministro Ralph Biasi”
Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda

CLÉCIA FERREIRA ALVES

O CORPO GORDO MARGINALIZADO

AMERICANA, 2026

CLÉCIA FERREIRA ALVES

O CORPO GORDO MARGINALIZADO

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda pelo CEETEPS/ Faculdade de Tecnologia - FATEC/ Americana “Ministro Ralph Biasi”.

Área de Concentração: História da Moda e da Indumentária.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Alice Ximenes Cruz.

AMERICANA, SP 2026

**FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana
Ministro Ralph Biasi- CEETEPS Dados Internacionais de
Catalogação-na-fonte**

ALVES, Clécia Ferreira

O corpo gordo marginalizado. / Clécia Ferreira Alves –
Americana, 2026.

59f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda)
- - Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi –
Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientadora: Profa. Dra. Maria Alice Ximenes Cruz

1. Antropologia social 2. Moda 3. Moda – história. I. ALVES,
Clécia Ferreira II. CRUZ, Maria Alice Ximenes III. Centro Estadual de
Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de
Americana Ministro Ralph Biasi

CDU: 316

687016

687.016(091)

Elaborada pelo autor por meio de sistema automático gerador de
ficha catalográfica da Fatec de Americana Ministro Ralph Biasi.

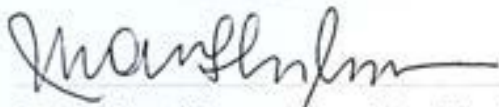
CLÉCIA FERREIRA ALVES

O CORPO GORDO MARGINALIZADO

Trabalho de graduação apresentado
como exigência parcial para
obtenção do título de Tecnólogo em
Curso Superior de Tecnologia em
Têxtil e Moda pelo Centro Paula
Souza - FATEC Faculdade de
Tecnologia de Americana - Ministro
Ralph Biasi.

Americana, 09 de junho de 2026.

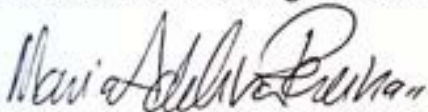
Banca Examinadora:



Maria Alice Ximenes Cruz (Presidente)

Doutora

Faculdade de Tecnologia de Americana, SP



Maria Adelina Pereira (Membro)

Mestre

Faculdade de Tecnologia de Americana, SP



Edison Valentim Monteiro (Membro)

Mestre

Faculdade de Tecnologia de Americana, SP

AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho aos meus pais por terem me permitido sonhar, ao meu marido pelo apoio e principalmente ao tempo, aquele que movimenta tudo, que cura, que ensina, que amadurece, que nos mostra o caminho a seguir.

Agradeço especialmente a minha orientadora, pela sensibilidade, paciência e apoio durante toda a jornada e ensinamentos que levarei para além do âmbito acadêmico.

RESUMO

Este trabalho analisa a marginalização do corpo gordo a partir de uma perspectiva histórica, social, cultural, artística, econômica e política. Parte-se do entendimento de que o corpo gordo não pode ser reduzido a uma condição biológica ou médica, pois seus significados variam conforme os contextos históricos, os padrões de beleza, os discursos religiosos, científicos, midiáticos e econômicos. Ao longo do estudo, observa-se que a gordura corporal já foi associada à fertilidade, à abundância e à prosperidade, mas também passou a ser relacionada ao pecado, ao excesso, à falta de disciplina, à doença e ao fracasso moral. O trabalho discute ainda a presença do corpo gordo na história da arte, mostrando como suas representações oscilaram entre valorização, caricatura, invisibilidade e resistência. No campo da moda e da indumentária, analisa-se como as roupas participaram da construção de corpos socialmente aceitos, seja por meio da modelagem, da padronização dos tamanhos, da exclusão do corpo gordo ou da criação do mercado plus size. A pesquisa também aborda a gordofobia como estrutura social de discriminação, presente na família, na escola, no trabalho, na mídia, nos serviços de saúde, nos espaços públicos e nas relações de consumo. A marginalização do corpo gordo é resultado de processos históricos e culturais que transformam a diferença corporal em inferioridade. Assim, reconhecer a dignidade dos corpos gordos exige repensar práticas sociais, estéticas, médicas, educacionais e econômicas que produzem vergonha, exclusão e desigualdade.

Palavras-chave: Corpo gordo; Gordofobia; Moda; Sociedade; Corpo.

ABSTRACT

This study analyzes the marginalization of the fat body from a historical, social, cultural, artistic, economic, and political perspective. It seeks to understand how the fat body has been represented, classified, controlled, and excluded throughout different historical periods, considering its relationship with beauty standards, medical discourses, fashion, art, capitalism, and social stigma. The research discusses how body fat has been interpreted in different ways over time, sometimes associated with abundance, fertility, and power, and at other times linked to excess, lack of discipline, illness, and moral failure. It also examines the role of fashion and clothing in the construction of socially acceptable bodies, highlighting the contradictions of the plus-size market and the persistence of exclusionary practices. Furthermore, the study addresses fatphobia as a structural form of discrimination that affects access to clothing, health care, work, education, public spaces, and social recognition. By connecting theoretical contributions from sociology, anthropology, fashion studies, fat studies, and cultural studies, this work argues that the fat body should not be reduced to a medical condition or an individual problem. Instead, it must be understood as a body crossed by historical meanings, social hierarchies, cultural representations, economic interests, and political disputes. The study concludes that recognizing the dignity of fat bodies requires transforming the social, institutional, aesthetic, and economic structures that produce exclusion and bodily shame.

Keywords: Fat body; Fatphobia; Fashion; Society; Body.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Vênus de Willendorf	20
Figura 2 – Detalhe da pintura de 1420 de Jan van Eyck, O casal Arnolfini	21
Figura 3 – O rapto das filhas de Leucipo. Peter Paul Rubens, 1618	22
Figura 4 – As Banhistas. Pierre-Auguste Renoir, 1914.....	23
Figura 5 – Moda e Arte no redesenho do corpo feminino do século XIX	26
Figura 6 – Fotografia de Lethicia Galo	33
Figura 7 – Beth Dito	35
Figura 8 – O Corpo Ideal.....	37
Figura 9 – Imagens do cotidiano em redes sociais e da mídia	49

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 — O CORPO GORDO NA LINHA DO TEMPO	12
1.1 Gordofobia: o preconceito como estrutura social	16
1.2 Corpo gordo, gênero e classe.....	17
1.3 Século XXI: ativismo gordo, redes sociais e disputa de narrativas	18
1.4 O corpo gordo na história da arte.....	19
1.5 A pré-história e as “Vênus”: fertilidade, corpo e sobrevivência	19
1.6 Antiguidade clássica: ideal, medida e exceções corporais	20
1.7 Idade Média: corpo, pecado, fartura e grotesco	21
1.8 Renascimento e Barroco: abundância, carne e sensualidade	21
1.9 Séculos XVIII e XIX: caricatura, burguesia e controle moral	22
1.10 Modernidade: o corpo gordo entre invisibilidade e deformação.....	23
1.11 Arte contemporânea e fat art: visibilidade como política	24
1.12 O corpo gordo na história da moda e da indumentária.....	25
1.13 Antes da moda moderna: status, volume e distinção	25
1.14 Espartilhos, stays e corpos construídos.....	26
1.15 Crinolinas, anquinhos e a fabricação do volume.....	26
1.16 O século XX e o nascimento do problema moderno do tamanho.....	27
1.17 Moda, magreza e modernidade: o corpo como projeto	28
1.18 Plus size: inclusão, mercado e ambivalência.....	28
1.19 A moda brasileira e o corpo gordo.....	29
1.20 Design de moda e corpo gordo: da adaptação à criação.....	29
CAPÍTULO 2 — O CORPO E A SOCIEDADE	32
2.1 O corpo gordo e a sociedade.....	32
2.2 O corpo gordo e a cultura	34
2.3 O corpo gordo e o capitalismo	37
CAPÍTULO 3 — O CORPO GORDO E A IMAGEM PESSOAL	41
3.1 Consultoria de imagem como prática social do corpo	41
3.2 O corpo gordo como cliente historicamente interdito.....	42
3.3 Entre valorizar e disfarçar: as armadilhas técnicas da consultoria	43
3.4 Ética profissional: escuta, autonomia e não gordofobia	44
3.5 Consultoria de imagem, trabalho e respeitabilidade.....	45
3.6 Consumo, mercado plus size e os limites da solução individual.....	46
3.7 Princípios para uma consultoria de imagem inclusiva para pessoas gordas.....	47
CAPÍTULO 4 — O CORPO GORDO MARGINALIZADO	48
4.1 Marginalização cotidiana: família, escola e sociabilidade	49
4.2 Trabalho, produtividade e discriminação econômica	50
4.3 Saúde, medicalização e exclusão no cuidado.....	51
4.4 Mídia, algoritmos e violência simbólica	52
4.5 Resistência, dignidade e direito à presença.....	53
CONCLUSÃO.....	54
REFERÊNCIAS.....	55

INTRODUÇÃO

A história do corpo gordo mostra que nenhum corpo é visto fora da cultura. O que uma época chama de belo, outra pode chamar de excessivo. O que uma sociedade interpreta como prosperidade, outra pode classificar como risco. O que uma medicina mede como índice, uma pessoa vive como experiência, afeto, dor, memória e identidade.

O corpo gordo marginalizado foi, ao longo da história, corpo de abundância, corpo de pecado, corpo cômico, corpo nobre, corpo doente, corpo indisciplinado, corpo medicalizado, corpo discriminado e corpo político.

Portanto, a grande inquietação que move essa pesquisa, não é a pergunta: “por que esse corpo é gordo?” E sim, os questionamentos: quem o nomeia? Quem o mede? Quem lucra com sua inadequação? Quem o exclui? Quem o deseja? Quem o representa? Quem o cuida? Quem o escuta?

Esse corpo atravessado por discursos será abordado em quatro capítulos, no Capítulo 1, será traçado um mapeamento do corpo gordo na linha do tempo, na linha do tempo da história da arte e na linha do tempo da história da moda e da indumentária. No Capítulo 2, será discutido o corpo gordo e a sociedade, a cultura e o capitalismo. No capítulo 3, o corpo gordo na consultoria de imagem e por fim no Capítulo 4 será tratado o corpo gordo marginalizado.

A metodologia utilizada é secundária, ou seja, fontes bibliográficas, anotações de aulas, palestras e congressos.

CAPÍTULO 1 —O CORPO GORDO NA LINHA DO TEMPO

Falar do corpo gordo “na linha do tempo” não significa apenas contar a história da obesidade como condição médica. Significa acompanhar as mudanças de sentido atribuídas ao volume corporal: ora sinal de fartura, fertilidade, autoridade e prosperidade; ora marca de descontrole, doença, preguiça ou fracasso moral. O corpo gordo nunca foi apenas um dado biológico. Ele sempre foi interpretado por regimes de saber, por normas religiosas, por padrões de beleza, por discursos médicos, por interesses econômicos e por tecnologias de vigilância do corpo.

A história da gordura corporal é, portanto, também uma história da cultura. Georges Vigarello mostra que, no Ocidente, as percepções sobre a gordura mudaram profundamente da Idade Média ao presente, passando de uma associação relativa com força, abundância ou distinção social para uma leitura cada vez mais moralizada, medicalizada e individualizada do peso corporal. (Vigarello, 2013)

Este capítulo parte de uma perspectiva histórica e cultural. Em vez de tratar o corpo gordo apenas como problema médico, ele o entende como corpo social: um corpo sobre o qual se projetam medos, desejos, hierarquias, normas de gênero, expectativas de produtividade e ideais de beleza.

Nas sociedades antigas, corpos volumosos podiam estar associados à fertilidade, à maternidade, à força vital e à abundância. Figuras arqueológicas de corpos femininos com seios, ventre e quadris acentuados costumam ser interpretadas, com cautela, como representações ligadas à fecundidade, à nutrição ou à sobrevivência em contextos nos quais a escassez alimentar era uma ameaça concreta. Estudos de história da obesidade observam que imagens antigas de corpos com acúmulo de gordura revelam que a gordura corporal já era reconhecida visualmente, mas seus significados variavam conforme o contexto cultural¹.

Contudo, é importante evitar uma leitura simplista: nem todo corpo gordo antigo era necessariamente “celebrado”. A gordura podia ser admirada em certos contextos e criticada em outros. A medicina hipocrática e galênica, por exemplo, já pensava o corpo em termos de equilíbrio, excesso, humores e modos de vida. A ideia de excesso corporal,

¹ XIMENES, Maria Alice. Comunicação Viva. Aula proferida no Curso de Tecnologia em Têxtil e Moda da Fatec Americana na disciplina de História da Moda em abril de 2016.

portanto, antecede a medicina moderna. O que muda ao longo dos séculos é o modo como esse excesso é explicado, julgado e administrado.

Na Antiguidade, o corpo não era compreendido a partir das mesmas categorias atuais de “sobrepeso”, “obesidade” ou “Índice de massa corporal”. Essas são classificações modernas. O corpo volumoso podia ser lido como sinal de riqueza e boa alimentação, mas também como possível indício de desmedida. Desde cedo, portanto, a gordura corporal ocupa um lugar ambíguo: pode significar potência e abundância, mas também excesso e descontrole.

Na Idade Média européia, o corpo gordo aparece em uma rede simbólica marcada pela religião, pela moral cristã e pelas desigualdades alimentares. Em sociedades atravessadas por fome, ciclos de colheita, guerras e pestes, ter acesso constante à comida era privilégio. A corpulência podia, nesse sentido, indicar posição social, poder de consumo e distância em relação à escassez.

Mas o imaginário cristão também associou a gula ao pecado. O comer em excesso, o prazer alimentar e a incapacidade de dominar os apetites eram frequentemente vistos como falhas morais. A gordura corporal podia ser interpretada como exteriorização visível de uma alma entregue ao excesso. O corpo gordo medieval, assim, oscilava entre a imagem de prosperidade e a suspeita moral.

Vigarello destaca que, no período medieval e moderno, a percepção da gordura não era uniforme: havia gradações entre o corpo forte, o corpo robusto, o corpo nobre, o corpo grotesco e o corpo considerado incapaz de autocontrole. O julgamento não recaía apenas sobre o tamanho do corpo, mas sobre aquilo que esse tamanho parecia revelar: estatuto social, hábitos, caráter, força ou fraqueza. (Vigarello, 2013)

Entre os séculos XV e XVII, o corpo gordo passa a ser interpretado de maneira mais complexa em meio ao crescimento das cortes, das cidades, dos retratos, da moda e da etiqueta. A aparência corporal torna-se cada vez mais pública. Vestir-se, portar-se e apresentar-se passam a fazer parte da construção social da pessoa.

Na Europa moderna a gordura era simultaneamente experiência social, julgamento estético e marcador de diferença. A corpulência podia estar associada à magnificência, mas também à comicidade, à vulgaridade ou à incapacidade de adequação aos códigos de refinamento.

Nesse período, começa a se fortalecer a ideia de que o corpo deve ser governado. A disciplina dos gestos, da alimentação e das paixões se torna sinal de civilidade. O corpo

gordo passa a ser observado não apenas como corpo que “tem gordura”, mas como corpo que talvez não tenha sido suficientemente controlado.

É nesse ponto que a gordura começa a se aproximar de uma noção moderna de moral corporal. O corpo deixa de ser apenas expressão de nascimento, destino ou fortuna e passa a ser também resultado de práticas: comer, mover-se, vestir-se, conter-se. A aparência passa a ser lida como evidência de conduta.

A modernidade introduz uma mudança decisiva: o corpo passa a ser medido, classificado e comparado. O século XIX é central nesse processo. A estatística, a medicina, a antropometria e a administração dos corpos coletivos criam novas formas de pensar a população.

Adolphe Quetelet, matemático e estatístico belga do século XIX, formulou o chamado “Índice de Quetelet”, posteriormente rebatizado como índice de massa corporal. Seu objetivo original não era diagnosticar indivíduos, mas descrever regularidades estatísticas do “homem médio”. Apenas no século XX, especialmente após o trabalho de Ancel Keys em 1972, o cálculo peso/altura^2 passou a ser amplamente difundido como “body mass index”, ou IMC. (Pray et al., 2023)

Esse deslocamento é fundamental. A partir do momento em que o corpo é convertido em número, ele se torna comparável a uma média, a uma norma e a uma curva populacional. O corpo gordo passa a ser cada vez mais definido por sua distância em relação ao corpo considerado normal.

A modernidade, portanto, não apenas observa o corpo gordo: ela o quantifica. E, ao quantificá-lo, cria novas formas de intervenção. A gordura deixa de ser apenas uma aparência socialmente comentada e passa a ser um dado a ser administrado por médicos, educadores, seguradoras, governos e, posteriormente, indústrias de dieta, moda, fitness e bem-estar.

No século XX, especialmente no Ocidente urbano, a magreza ganha centralidade como ideal estético. A cultura de massa, o cinema, a publicidade, as revistas femininas, a moda industrializada e, mais tarde, a televisão consolidam imagens corporais cada vez mais padronizadas. O corpo magro passa a ser associado à elegância, juventude, autocontrole, produtividade e desejo.

O corpo gordo, nesse contexto, sofre uma reinterpretação negativa. Ele deixa de ser apenas corpo grande e passa a ser visto como corpo em falta: falta de disciplina, falta de beleza, falta de saúde, falta de vontade. A gordura corporal é moralizada. O tamanho do corpo passa a ser tratado como indicador da qualidade moral da pessoa.

Sander Gilman, ao estudar representações culturais do homem gordo, mostra que o corpo gordo masculino foi historicamente associado a imagens contraditórias: saúde ou risco, alegria ou tristeza, potência ou impotência, riqueza ou pobreza, excesso ou decadência. (Gilman, 2004)

Essa ambivalência também atravessa o corpo feminino, mas com pressões específicas. A gordura nas mulheres foi frequentemente julgada de forma mais severa, pois o corpo feminino tornou-se objeto privilegiado de vigilância estética. A magreza feminina passou a funcionar como capital simbólico: algo que comunica autocontrole, desejabilidade e pertencimento social.

No Brasil, Mirian Goldenberg analisa como o corpo se tornou um elemento central na construção de identidades, especialmente nas camadas médias urbanas. Em seus estudos, o corpo aparece como uma forma de capital físico, simbólico e social, profundamente ligado a gênero, juventude, sexualidade e reconhecimento público. (Goldenberg, 2005)

No Brasil, a história do corpo gordo precisa ser pensada dentro de uma cultura em que o corpo ocupa lugar público muito forte. A praia, o carnaval, a dança, o verão, a cirurgia plástica, a moda justa, o culto à juventude e a exposição cotidiana do corpo formam um cenário particular de vigilância estética.

Renato da Silva Queiroz, em *O corpo do brasileiro: estudos de estética e beleza*, organiza reflexões sobre como a cultura brasileira ensina as pessoas a olhar o próprio corpo e a reconhecer padrões de beleza socialmente valorizados. A obra situa o corpo como objeto de investigação sociológica e antropológica, mostrando que beleza e aparência são construções culturais, não dados naturais. (Queiroz, 2000)

Denise Bernuzzi de Sant'Anna também é referência importante para pensar historicamente a beleza no Brasil. Em *História da beleza no Brasil*, ela mostra como os padrões estéticos se transformam ao longo do tempo e como o corpo, no século XX, passa a concentrar expectativas antes associadas à alma, à moral ou à posição social. (Sant'Anna, 2014)

Mais especificamente, em *Gordos, magros e obesos: uma história do peso no Brasil*, Sant'Anna analisa as mudanças históricas nas formas de nomear, julgar e controlar o peso corporal no país. A própria existência de uma história do peso no Brasil indica que "ser gordo" não teve sempre o mesmo significado: ele se modifica conforme a medicina, a mídia, a moda, a alimentação, a urbanização e os ideais de distinção social. (Sant'Anna, 2016)

Na cultura brasileira contemporânea, o corpo gordo enfrenta uma contradição intensa. De um lado, há uma celebração retórica da diversidade corporal, da sensualidade e da pluralidade física. De outro, há forte pressão para que o corpo seja jovem, firme, magro ou “em forma”. A valorização da diversidade convive com a punição simbólica dos corpos que escapam ao ideal dominante.

A segunda metade do século XX e o início do século XXI consolidaram a obesidade como tema central de saúde pública. A Organização Mundial da Saúde define sobrepeso e obesidade como acúmulo anormal ou excessivo de gordura que pode prejudicar a saúde; utiliza o IMC acima de 25 como parâmetro para sobrepeso e acima de 30 para obesidade em adultos.²

Essa classificação teve importância epidemiológica: permitiu comparar populações, construir políticas públicas e monitorar riscos associados a doenças crônicas. No entanto, ela também gerou críticas. O IMC é útil como medida populacional, mas limitado para avaliar indivíduos, pois não distingue massa muscular, gordura corporal, distribuição de gordura, idade, sexo, raça, condições metabólicas ou contexto social. Revisões recentes sobre a história e os limites do IMC destacam que ele nasceu como ferramenta estatística e foi posteriormente transformado em instrumento clínico generalizado. (Pray et al., 2023)

A medicalização do corpo gordo produz um paradoxo. Por um lado, permite reconhecer riscos reais associados a determinadas condições metabólicas e ampliar políticas de cuidado. Por outro, pode reduzir a pessoa gorda a um diagnóstico, apagando sua experiência subjetiva, social e histórica.

É nesse ponto que surge uma questão ética decisiva: cuidar da saúde de pessoas gordas não pode significar humilhá-las, culpabilizá-las ou supor que todo problema de saúde se explica pelo peso. A crítica à gordofobia não é uma negação da saúde; é uma crítica à transformação da saúde em justificativa para exclusão.

1.1 Gordofobia: o preconceito como estrutura social

A palavra “gordofobia” nomeia o preconceito, a discriminação e a violência simbólica ou material dirigidos às pessoas gordas. Ela aparece nas relações familiares,

² World Health Organization, 2025

no mercado de trabalho, na escola, na mídia, na moda, no transporte, no mobiliário urbano e nos serviços de saúde.

A literatura internacional sobre estigma do peso mostra que a discriminação contra pessoas gordas é ampla e produz consequências psicológicas, sociais e clínicas. Puhl e Heuer, em revisão muito citada, mostram que o estigma da obesidade afeta relações interpessoais, oportunidades profissionais, experiências educacionais e qualidade do atendimento em saúde. (Puhl; Heuer, 2009)

Em artigo de saúde pública, Puhl e Heuer argumentam que o estigma do peso não deve ser usado como ferramenta de promoção da saúde, pois tende a produzir efeitos contrários: sofrimento, evitação de serviços médicos, piora da autoestima, ansiedade, depressão e comportamentos alimentares prejudiciais. (Puhl; Heuer, 2010)

No Brasil, Paim e Kovalesski discutem a patologização do corpo gordo, mostrando como o discurso da obesidade pode se consolidar como narrativa aparentemente neutra, mas marcada por julgamentos morais e sociais. Segundo essa abordagem, o corpo gordo é frequentemente tratado como corpo errado, desviado ou fracassado, e não como corpo situado em relações complexas de classe, gênero, raça, alimentação, trabalho, sofrimento e acesso ao cuidado. (Paim; Kovalesski, 2020)

Mais recentemente, estudos brasileiros também têm discutido a gordofobia nos serviços de saúde, mostrando como o preconceito pode atravessar o atendimento, reduzir a escuta clínica e afastar pessoas gordas do cuidado médico. (Paim, 2025)

1.2 Corpo gordo, gênero e classe

O julgamento do corpo gordo não atinge todas as pessoas da mesma maneira. Ele é atravessado por gênero, classe, raça, idade e sexualidade. Mulheres gordas costumam sofrer maior pressão estética, pois a feminilidade hegemônica exige controle permanente do corpo. Homens gordos, por sua vez, podem ser julgados por falta de virilidade, força ou autocontrole, embora em alguns contextos a gordura masculina seja mais tolerada do que a feminina.

A classe social também altera os sentidos da gordura. Em certos períodos históricos, a corpulência pôde indicar riqueza e acesso à alimentação. Em contextos contemporâneos, porém, a gordura é muitas vezes associada à pobreza, à alimentação considerada inadequada, à falta de educação nutricional ou à ausência de autocuidado. Essa leitura ignora fatores estruturais: desigualdade alimentar, jornadas de trabalho,

preço dos alimentos, acesso a lazer, segurança urbana, tempo disponível, sofrimento psíquico e políticas públicas.

A gordura corporal, portanto, não pode ser compreendida apenas como escolha individual. Ela também expressa modos de vida produzidos socialmente. Atribuir todo o peso da explicação à vontade individual é uma forma de apagar a história, a economia e a cultura.

1.3 Século XXI: ativismo gordo, redes sociais e disputa de narrativas

No século XXI, o corpo gordo torna-se campo de disputa ainda mais visível. De um lado, cresce a indústria do emagrecimento, agora articulada a aplicativos, influencers fitness, medicamentos, procedimentos estéticos, cirurgias e tecnologias de monitoramento. De outro, movimentos de ativismo gordo, *body positivity*, *body neutrality* e *fat studies* questionam a naturalização do preconceito e reivindicam dignidade, acessibilidade e representação.

The Fat Studies Reader, organizado por Esther Rothblum e Sondra Solovay, é um marco acadêmico desse campo. A coletânea reúne dezenas de autores e autoras que analisam o peso corporal como categoria social, política e cultural, criticando pressupostos sobre gordura, saúde, beleza e normalidade.³

As redes sociais ampliaram essa disputa. Elas possibilitam comunidades de apoio, produção de autoestima e denúncia de gordofobia, mas também intensificam ataques, vigilância visual e algoritmos que favorecem padrões corporais normativos. Estudos recentes sobre comunidades online de pessoas gordas mostram que esses espaços ajudam na conscientização e na solidariedade, mas também expõem seus participantes a assédio e discriminação algorítmica. (ARXIV, 2024)

A linha do tempo do corpo gordo, portanto, chega ao presente marcada por conflito. A gordura corporal é simultaneamente objeto de políticas de saúde, mercado de consumo, preconceito social, orgulho identitário, controle tecnológico e resistência cultural.

³ ROTHBLUM; SOLOVAY, 2009

1.4 O corpo gordo na história da arte

A história da arte não registra apenas corpos; ela registra modos de ver. Quando uma pintura, uma escultura, uma gravura ou uma fotografia representa um corpo volumoso, arredondado ou gordo, não está apenas mostrando uma anatomia. Está oferecendo uma interpretação cultural sobre beleza, fertilidade, poder, abundância, pecado, prazer, decadência, comicidade, erotismo ou resistência.

Por isso, o corpo gordo na arte não pode ser lido de maneira linear, como se em determinado período ele fosse simplesmente “aceito” e, em outro, “rejeitado”. A questão é mais complexa. Em certas imagens, a gordura aparece como fertilidade; em outras, como excesso moral. Em algumas, é atributo de beleza; em outras, de caricatura. Em certas obras contemporâneas, torna-se gesto político, crítica à gordofobia e reivindicação de visibilidade.

A arte, portanto, é uma fonte privilegiada para acompanhar as mudanças históricas na percepção do corpo gordo. Ela não apenas reflete padrões corporais: ela também os produz.

1.5 A pré-história e as “Vênus”: fertilidade, corpo e sobrevivência

Um dos pontos de partida mais recorrentes na discussão sobre corpos volumosos na história da arte é a chamada Vênus de Willendorf, pequena escultura paleolítica encontrada na Áustria e datada de aproximadamente 29.500 anos. O Museu de História Natural de Viena a apresenta como uma das descobertas arqueológicas mais conhecidas do mundo e um dos objetos mais importantes de sua coleção.⁴

A figura possui seios, ventre, quadris e coxas acentuados. Durante muito tempo, foi interpretada como símbolo de fertilidade, maternidade ou abundância. No entanto, os estudos atuais recomendam cautela. Não sabemos exatamente qual era sua função ritual, social ou estética. Chamá-la de “Vênus” já é uma projeção posterior, pois a escultura antecede em milhares de anos a mitologia clássica greco-romana.

Mesmo assim, sua presença é significativa: ela mostra que corpos volumosos ocuparam lugar central em antigas formas de representação humana. O corpo com gordura não era invisível. Ele podia ser objeto de atenção, condensando sentidos ligados à vida, à reprodução, à nutrição e à sobrevivência em sociedades nas quais fome, clima e escassez eram experiências decisivas.

⁴ NATURHISTORISCHES MUSEUM WIEN, 2026

O risco, aqui, é transformar a escultura em prova de que “na pré-história o corpo gordo era o padrão de beleza”. A afirmação é forte demais. O mais prudente é dizer que determinadas culturas pré-históricas produziram imagens de corpos femininos volumosos e que essas imagens parecem valorizar partes do corpo associadas à fertilidade e à reprodução.

Fig. 1- Vênus de Willendorf



Fonte: Graça Proença

1.6 Antiguidade clássica: ideal, medida e exceções corporais

Na arte grega clássica, predominou a valorização da proporção, da simetria, da juventude e do corpo atlético. O corpo ideal era muitas vezes construído como corpo disciplinado, harmonioso, próximo de uma matemática visual. A gordura, nesse sistema estético, aparecia menos como ideal e mais como variação, exceção ou contraste.

Mas isso não significa que corpos com gordura estivessem ausentes da arte antiga. O Getty Museum, ao comentar representações greco-romanas, observa que escritores antigos frequentemente criticavam corpos que fugiam de certos padrões de forma e tamanho, embora obras de arte tenham representado gordura corporal de maneiras mais variadas do que uma leitura simplificada do ideal clássico permitiria supor.⁵

Na Antiguidade, portanto, já encontramos uma tensão que atravessará toda a história do corpo gordo na arte: de um lado, a construção de um corpo ideal; de outro, a presença de corpos reais, desviantes, cômicos, eróticos, envelhecidos, fortes ou abundantes. A arte antiga não é apenas a arte do corpo perfeito. É também a arte da diferença entre o ideal e o vivido.

⁵ GETTY MUSEUM, 2026

1.7 Idade Média: corpo, pecado, fartura e grotesco

Na Idade Média cristã, o corpo foi frequentemente pensado dentro de uma tensão entre alma e carne. O corpo podia ser lugar de sofrimento, disciplina e salvação, mas também de tentação, gula e pecado. Nesse contexto, corpos volumosos podiam ter sentidos ambivalentes.

Fig. 2- Detalhe da pintura de 1420 de Jan van Eyck, O casal Arnolfini.



Fonte: Guia de História da Arte

A corpulência podia sugerir fartura, autoridade e posição social, especialmente em sociedades marcadas por períodos de fome. Mas também podia ser associada à gula, ao excesso e à falta de domínio sobre os apetites. A iconografia medieval frequentemente recorreu ao corpo deformado, exagerado ou grotesco para representar vícios, demônios, punições e desordens morais.

Esse é um ponto importante: o corpo gordo nem sempre aparece na arte como retrato individual. Muitas vezes, ele aparece como tipo moral. Ou seja, não representa apenas uma pessoa, mas um comportamento: comer demais, desejar demais, acumular demais, perder a medida.

Aqui, a gordura começa a ser fortemente codificada como sinal visual de excesso. Essa associação não desaparece. Ela atravessa a modernidade e chega até os discursos contemporâneos sobre autocontrole, dieta, produtividade e culpa corporal.

1.8 Renascimento e Barroco: abundância, carne e sensualidade

No Renascimento e, sobretudo, no Barroco, a representação do corpo volumoso ganha um lugar decisivo na história da arte ocidental. O corpo nu feminino, associado a Vênus, ninfas, graças, deusas, alegorias e figuras mitológicas, aparece muitas vezes com carnes abundantes, ventre macio, coxas volumosas e pele luminosa.

Peter Paul Rubens é o nome mais lembrado nesse debate. O termo “rubenesco” passou a designar corpos femininos fartos, arredondados e sensuais. Contudo, é preciso cuidado: chamar qualquer corpo gordo de “rubenesco” pode ser uma forma de suavizar a palavra “gordo”, como se ela precisasse de uma legitimação erudita para ser aceita.

A obra de Rubens é central porque mostra que, em determinado contexto aristocrático e barroco, a carne abundante podia ser erotizada, idealizada e associada à vitalidade. Estudos sobre a relação entre Rubens e a obesidade observam que suas figuras femininas apresentam um ideal de beleza associado a plenitude física, desejo e força vital, muito distinto da magreza idealizada por boa parte da cultura de moda contemporânea. (Karlsson, 2017)

Fig. 3- O rapto das filhas de Leucipo. Peter Paul Rubens, 1618.



Fonte: História Ilustrada da Arte.

Mas o corpo rubenesco não deve ser confundido automaticamente com aceitação social ampla do corpo gordo. As mulheres pintadas por Rubens pertencem a um regime artístico específico: mitológico, aristocrático, pictórico e sensual. Elas não equivalem, de maneira direta, à experiência social de pessoas gordas em sua época. A arte pode idealizar um tipo corporal e, ao mesmo tempo, a sociedade pode ridicularizar ou controlar corpos semelhantes na vida cotidiana.

1.9 Séculos XVIII e XIX: caricatura, burguesia e controle moral

Nos séculos XVIII e XIX, a arte europeia amplia a representação do corpo social. Gravuras satíricas, caricaturas, cenas urbanas, pinturas de costumes e ilustrações jornalísticas passam a representar o corpo gordo como comentário moral e político.

A gordura podia indicar riqueza, gula, corrupção, preguiça, vulgaridade ou excesso burguês. Corpos gordos masculinos, por exemplo, frequentemente apareciam em

caricaturas como figuras de poder abusivo: padres glutões, políticos corruptos, comerciantes enriquecidos, patrões exploradores. A barriga tornava-se signo de acumulação. O corpo grande era lido como corpo que comeu demais, ganhou demais, explorou demais.

Esse imaginário não desapareceu. Ainda hoje, a barriga masculina pode ser usada em charges para simbolizar poder, privilégio, corrupção ou decadência. O corpo gordo, nesse caso, deixa de ser pessoa e vira alegoria visual de um defeito social.

Ao mesmo tempo, a pintura acadêmica e a arte burguesa continuaram a representar corpos femininos macios, curvos ou cheios, mas muitas vezes dentro de um regime de nudez idealizada. Assim, o corpo gordo ou volumoso podia aparecer como sensual quando mitológico, mas ridículo quando cotidiano. Essa distinção é fundamental: a arte autorizava certas carnes, desde que estivessem enquadradas por códigos de beleza, classe e gênero.

1.10 Modernidade: o corpo gordo entre invisibilidade e deformação

Com a modernidade artística, especialmente entre o final do século XIX e o século XX, a representação do corpo passa por rupturas profundas. Impressionismo, expressionismo, cubismo, surrealismo, arte moderna e arte contemporânea desestabilizam a ideia clássica de proporção corporal.

Artistas como Renoir, por exemplo, retomaram corpos femininos volumosos em cenas de banho e intimidade. Já em outras correntes modernas, o corpo aparece fragmentado, deformado, angustiado, sexualizado ou grotesco. A gordura, quando presente, pode ser explorada como massa, volume, presença física, erotismo ou crítica social.

Fig.4- As Banhistas. Pierre-Auguste Renoir, 1914.



Fonte: Coleção Grandes Mestres da Pintura.

No entanto, o século XX também é o século da cultura de massa, da fotografia publicitária, do cinema, da moda industrializada e da magreza como ideal visual. Isso afetou a arte. O corpo gordo tornou-se cada vez mais ausente dos repertórios dominantes de beleza moderna. Quando aparecia, muitas vezes era para provocar estranhamento, riso, desconforto ou crítica.

Nesse período, a arte e a publicidade se distanciam parcialmente. A arte moderna pode deformar o corpo como experimentação estética; a publicidade tende a normatizá-lo como ideal de consumo. O corpo gordo fica, assim, preso entre duas possibilidades: ou é excluído do ideal visual, ou é usado como imagem de excesso.

1.11 Arte contemporânea e *fat art*: visibilidade como política

A partir do final do século XX e início do XXI, artistas, fotógrafos, performers e ativistas passam a reivindicar o corpo gordo como corpo digno de imagem, desejo, beleza e complexidade. Surge um campo próximo aos fat studies e à chamada fat art, no qual o corpo gordo deixa de ser objeto passivo do olhar alheio e passa a produzir sua própria visualidade. Stefanie Snider, em artigo sobre gordura e cultura visual, argumenta que a produção de representações de pessoas gordas é um passo simbólico e concreto importante para a libertação gorda, especialmente porque a cultura ocidental frequentemente trata corpos gordos como indignos de serem vistos. (Snider, 2012)

Na arte contemporânea, o corpo gordo pode aparecer de muitas formas: autorretrato, performance, fotografia documental, vídeo, instalação, bordado, colagem, arte digital, ativismo visual. O ponto central é a disputa pelo olhar. Quem olha o corpo gordo? Com que desejo? Com que julgamento? Com que direito? E quem tem o poder de representá-lo? Freya Gowrley, ao discutir a cultura visual da gordura, mostra que a gordura possui uma presença cultural ampla e atravessa diferentes formas de visualidade. O problema não é apenas a ausência de imagens de corpos gordos, mas também os modos como essas imagens são enquadradas, classificadas e consumidas. (Gowrley, 2024)

Assim, a arte contemporânea desloca a pergunta. Não se trata apenas de saber se o corpo gordo é belo ou feio. Trata-se de perguntar por que determinados corpos foram historicamente autorizados a representar a beleza, enquanto outros foram confinados ao riso, à doença, à vergonha ou à invisibilidade.

1.12 O corpo gordo na história da moda e da indumentária

A moda nunca se relacionou com o corpo de maneira neutra. A roupa protege, cobre, adorna e comunica, mas também molda, corrige, aumenta, diminui, disfarça, evidencia e classifica. Em diferentes períodos históricos, a indumentária construiu corpos desejáveis por meio de tecidos, cortes, enchimentos, amarrações, armações, cintas, espartilhos, crinolinas, anquinhos, sutiãs, modeladores e grades de tamanho.

Pensar o corpo gordo na história da moda exige ir além da pergunta “que roupas as pessoas gordas usavam?”. É preciso perguntar: que corpos a moda imaginava? Que corpos ela excluía? Que corpos ela tentava corrigir? Que corpos ela transformava em mercado? E que corpos ela autorizava a aparecer?

Joanne Entwistle, em *The Fashioned Body*, argumenta que a moda participa da construção moderna da identidade, articulando corpo, gênero e sexualidade. A roupa não é apenas um revestimento externo; ela é parte da maneira como o corpo se torna socialmente legível. (Entwistle, 2015)

1.13 Antes da moda moderna: status, volume e distinção

Nas sociedades pré-modernas, o volume da roupa podia ser mais importante do que o volume natural do corpo. Tecidos abundantes, mangas amplas, saias longas, sobreposições, peles, bordados e joias indicavam posição social. O corpo vestido era um corpo hierárquico.

Nesse contexto, o corpo gordo não era interpretado apenas a partir da gordura corporal. Ele se misturava aos signos de fartura, riqueza e autoridade. Um corpo maior, coberto por tecidos caros e volumosos, podia comunicar poder. Mas isso não significava aceitação irrestrita da gordura. O excesso corporal também podia ser moralizado, especialmente quando associado à gula, à preguiça ou à falta de autocontrole.

A indumentária, portanto, servia tanto para exibir quanto para organizar o corpo. Antes da padronização industrial dos tamanhos, roupas eram feitas sob medida, ajustadas ao corpo concreto de quem as usava. Isso não eliminava preconceitos, mas reduzia a ideia moderna de que o corpo deve caber em uma grade numérica prévia. O alfaiate ou a costureira partiam do corpo; a indústria posterior frequentemente partirá do tamanho.

1.14 Espartilhos, stays e corpos construídos

Entre os séculos XVI e XIX, a moda europeia desenvolveu tecnologias complexas de modelagem corporal. Espartilhos, corpetes estruturados, barbatanas, amarrações e armações produziram silhuetas consideradas desejáveis em cada período.

O *Victoria and Albert Museum* observa que a história da roupa de baixo ocidental inclui uma longa sequência de dispositivos destinados a modelar o corpo: dos espartilhos vitorianos e eduardianos às faixas achatadoras dos anos 1920, aos sutiãs estruturados dos anos 1950 e ao uso do elastano/Lycra no século XX.⁶

Esse ponto é fundamental: a moda nunca trabalhou apenas com o “corpo natural”. Ela sempre produziu corpos artificiais. Cinturas afinadas, bustos erguidos, quadris ampliados, barrigas comprimidas, ombros expandidos e nádegas projetadas foram resultados de técnicas vestimentares.

Valerie Steele, em *The Corset: A Cultural History*, mostra que o espartilho deve ser compreendido historicamente, evitando tanto sua romantização quanto sua condenação simplista. Ele foi instrumento de disciplina corporal, mas também de erotismo, distinção, moda, postura, desejo e autoapresentação. (Steele, 2001)

Fig.5- Moda e Arte no redesenho do corpo feminino do século XIX. Maria Alice Ximenes



Para o corpo gordo, o espartilho teve papel ambivalente. Ele podia oferecer sustentação, reorganizar volumes e permitir adequação à silhueta vigente. Mas também podia funcionar como instrumento de compressão e correção, reforçando a ideia de que o corpo deveria ser domado para parecer aceitável.

1.13 Crinolinas, anquinhos e a fabricação do volume

⁶ VICTORIA AND ALBERT MUSEUM, 2026

A história da moda mostra algo aparentemente paradoxal: muitas épocas rejeitaram a gordura corporal ao mesmo tempo em que fabricaram artificialmente volumes corporais. Saias armadas, crinolinas, anquinhos, paniers e enchimentos criavam quadris, traseiros e amplitudes monumentais.

A exposição “O Design do Corpo no Século XIX”, organizada em colaboração com o Centro Universitário Senac de São Paulo, examina justamente os dispositivos usados desde o início do século XIX para transformar a silhueta, incluindo panniers, crinolinas, anquinhos e espartilhos.⁷

No século XIX, por exemplo, a crinolina ampliava enormemente a saia, enquanto o espartilho afinava a cintura. O corpo ideal não era pequeno em todos os lugares. Era geometricamente administrado: estreito onde a moda queria estreiteza, amplo onde queria espetáculo.

1.14 O século XX e o nascimento do problema moderno do tamanho

Com a industrialização da moda, o corpo passa a ser medido, classificado e padronizado. A confecção em massa exige grades de tamanho. O corpo que antes podia ser vestido por uma roupa feita sob medida passa a ser comparado a padrões industriais.

É nesse contexto que o corpo gordo se torna um problema específico para a indústria. Não apenas um corpo moralmente julgado, mas um corpo difícil de encaixar em sistemas de produção, modelagem, estoque, vitrine, passarela e publicidade.

Lauren Downing Peters, em *Fashion Before Plus-Size: Bodies, Bias, and the Birth of an Industry*, mostra que a categoria anterior ao “plus size” foi o chamado stoutwear, voltado a mulheres consideradas “stout”, ou corpulentas, no início do século XX. A obra examina como a moda construiu uma indústria específica para esses corpos, marcada ao mesmo tempo por demanda comercial e preconceito. (Peters, 2023)

A frase citada em resenhas da obra é reveladora: Paul Poiret teria afirmado que não se prestava muita atenção às mulheres gordas, pois seu caso seria menos do estilista e mais do médico. Essa passagem resume uma lógica persistente: o corpo gordo é retirado do campo da moda e empurrado para o campo da correção médica. (Peters, 2023)

O nascimento da moda para tamanhos grandes, portanto, não foi simplesmente um gesto inclusivo. Foi também uma forma de separar corpos: de um lado, a moda

⁷ O DESIGN DO CORPO NO SÉCULO XIX, foi desenvolvido por Maria Alice Ximenes em março de 2004 no Centro Universitário Senac.

propriamente dita; de outro, uma moda especial, corretiva, funcional, muitas vezes menos desejável e menos prestigiada.

1.15 Moda, magreza e modernidade: o corpo como projeto

Ao longo do século XX, especialmente depois dos anos 1920, a magreza passou a ocupar lugar cada vez mais central na moda ocidental. A silhueta da flapper, com busto menos marcado e linhas mais retas, já apontava para uma valorização do corpo jovem, leve e urbano. Nas décadas seguintes, diferentes ideais corporais se sucederam: cintura marcada nos anos 1950, juventude magra nos anos 1960, corpo atlético nos anos 1980, magreza extrema em parte da moda dos anos 1990.

A roupa passa a depender cada vez mais de um corpo que já deve vir “pronto”. Em vez de criar volume com estruturas externas, a moda contemporânea frequentemente exige que o próprio corpo seja modelado por dieta, exercício, cirurgia, medicamentos, procedimentos estéticos e autocontrole.

Georges Vigarello mostra que a história moderna da gordura se liga ao crescimento de discursos sobre exercício, saúde pública, beleza, autocontrole e responsabilidade individual. (Vigarello, 2013) Na moda, isso aparece com clareza: a roupa deixa de apenas transformar a silhueta e passa a funcionar como teste do corpo. Caber na roupa torna-se prova moral. A frase “eu preciso emagrecer para caber nessa roupa” revela essa inversão. Historicamente, roupas eram ajustadas ao corpo. Na cultura contemporânea da magreza, o corpo é que deve se ajustar à roupa.

1.16 *Plus size*: inclusão, mercado e ambivalência

A categoria “*plus size*” surge como tentativa de nomear e organizar um mercado para corpos maiores. Ela possibilitou avanços importantes: mais oferta de roupas, mais representação, mais modelos gordas, mais discussão sobre diversidade corporal e mais reivindicação de direito à moda.

No entanto, o *plus size* também é ambivalente. Ele inclui separando. Cria uma categoria específica para corpos que a moda padrão não absorve. Muitas vezes, a roupa *plus size* é mais cara, menos variada, menos experimental, menos disponível nas lojas físicas e menos associada à alta moda.

Aliana Barbosa Aires, em sua pesquisa sobre a passagem “De gorda a *plus size*”, analisa como a moda de tamanhos grandes produz uma nova identidade de consumo: a mulher *plus size*. Para a autora, essa transformação envolve processos biopolíticos e comunicacionais que redefinem os sentidos sociais do corpo gordo no Brasil e nos Estados Unidos. (Aires, 2019)

Artigos brasileiros sobre o movimento *plus size* também apontam que ele surge como necessidade de aceitação e interação dos corpos gordos na moda, mas que isso não elimina automaticamente a condição social de marginalização do corpo gordo. (SOUZA et al., 2019)

Em outras palavras: o *plus size* amplia a visibilidade, mas não resolve sozinho a gordofobia estrutural da moda. Uma marca pode vender roupas grandes e ainda assim reproduzir padrões de beleza restritivos, escolhendo apenas modelos com cintura marcada, rosto fino, barriga pouco saliente e proporções próximas do ideal ampolheta.

1.17 A moda brasileira e o corpo gordo

No Brasil, a relação entre corpo, moda e gordura é marcada por uma forte exposição corporal. Praia, carnaval, verão, roupas justas, culto à juventude, cirurgias plásticas, academias e redes sociais fazem do corpo um espaço público de julgamento.

Essa cultura visual produz tensões. O Brasil celebra discursivamente a sensualidade, as curvas e a diversidade, mas frequentemente valoriza um corpo muito específico: curvilíneo, jovem, firme, proporcional, sem barriga evidente e com gordura localizada apenas em regiões culturalmente autorizadas.

Renato da Silva Queiroz, em *O corpo do brasileiro*, propõe pensar o corpo como construção cultural ligada à estética e à beleza. (Queiroz, 2000) Denise Bernuzzi de Sant’Anna, em *História da beleza no Brasil e Gordos, magros e obesos*, mostra como o peso corporal, os cuidados estéticos e os padrões de beleza se transformam historicamente no país. (Sant’Anna, 2014; 2016)

No campo da moda, isso significa que o corpo gordo brasileiro vive uma contradição: é convocado pelo discurso da diversidade, mas frequentemente excluído da vitrine, da passarela, da grade de tamanhos e da imagem aspiracional.

1.18 Design de moda e corpo gordo: da adaptação à criação

Um dos problemas históricos da moda plus size é que ela muitas vezes nasce como adaptação da moda magra. Em vez de criar a partir do corpo gordo, amplia-se uma modelagem pensada para outro corpo. O resultado pode ser roupa mal proporcionada, desconfortável, conservadora ou visualmente empobrecida.

O artigo “*On Fat Clothes: Unraveling Plus-Size Design Discourse*”, publicado na revista *Design Issues* do MIT Press, discute justamente as possibilidades e limites do design plus size, questionando como discursos de projeto tratam roupas para corpos gordos.⁸

Projetar para o corpo gordo exige mais do que aumentar medidas. Exige compreender distribuição de volume, mobilidade, conforto térmico, sustentação, atrito, caimento, proporção, desejo, estilo e subjetividade. Exige também abandonar a ideia de que a roupa para pessoa gorda deve sempre “disfarçar”.

Historicamente, muitas orientações de moda para corpos gordos se organizaram em torno de verbos como esconder, alongar, afinar, suavizar, neutralizar. A moda inclusiva contemporânea propõe outros verbos: expressar, destacar, experimentar, desejar, ocupar, aparecer.

Redes sociais, *body positivity* e disputas recentes

As redes sociais modificaram profundamente a relação entre corpo gordo e moda. Pessoas gordas passaram a produzir seus próprios editoriais, avaliações de roupas, ensaios fotográficos, críticas a marcas e comunidades de apoio. Isso enfraqueceu parcialmente o monopólio das revistas, passarelas e grandes marcas sobre a definição do corpo “vestível”.

Estudos recentes sobre comunidades online de pessoas gordas mostram que esses espaços podem promover conscientização, apoio e deslocamento da culpa individual para a crítica das estruturas sociais. Ao mesmo tempo, esses ambientes também expõem pessoas gordas a assédio, vigilância algorítmica e discriminação digital. (ARXIV, 2024)

Na moda, isso significa que o corpo gordo ganhou mais voz, mas também mais exposição. A visibilidade é conquista e risco. Uma modelo gorda na passarela pode representar avanço, mas também pode ser alvo de ataques. Uma marca inclusiva pode ampliar tamanhos, mas usar essa inclusão como estratégia de marketing sem mudança profunda de modelagem, estoque e representação.

⁸ ON FAT CLOTHES, 2022

A história da moda e da indumentária mostra que nenhum corpo é simplesmente natural. Todos os corpos vestidos são culturalmente produzidos. A diferença é que alguns corpos são tratados como ponto de partida legítimo da criação, enquanto outros são tratados como problema técnico, exceção comercial ou falha moral.

O corpo gordo foi vestido, comprimido, escondido, ampliado, corrigido, separado, medicalizado, mercantilizado e, mais recentemente, reivindicado. A moda tanto participou da exclusão quanto pode participar da transformação.

A questão central para o futuro não é apenas oferecer tamanhos maiores. É reconhecer o corpo gordo como corpo de moda: corpo capaz de estilo, desejo, sofisticação, experimentação, erotismo, elegância, conforto, excesso, minimalismo, luxo, cotidiano e presença.

Vestir o corpo gordo, nesse sentido, não é um gesto secundário. É uma disputa estética e política pelo direito de existir em forma visível.

CAPÍTULO 2 — O CORPO E A SOCIEDADE

Nos capítulos anteriores, o corpo gordo foi acompanhado em sua linha histórica, em suas imagens artísticas e em sua relação com a moda e a indumentária. Este novo capítulo aprofunda uma questão que atravessa todos esses debates: o corpo nunca existe fora da sociedade. Ele é matéria biológica, mas também superfície simbólica, objeto político, mercadoria, instrumento de distinção, alvo de vigilância e lugar de experiência subjetiva.

A sociologia e a antropologia do corpo mostram que gestos, posturas, modos de andar, comer, sentar, vestir e apresentar-se são aprendidos socialmente. Marcel Mauss, ao tratar das “técnicas do corpo”, mostrou que mesmo ações aparentemente naturais são moldadas por tradições, educação, classe, gênero e cultura (Mauss, 1974). Assim, o corpo não é apenas aquilo que se tem; é também aquilo que se aprende a ser.

No caso do corpo gordo, essa dimensão social torna-se particularmente evidente. A gordura corporal não é apenas percebida como volume físico. Ela é interpretada como sinal. Em diferentes contextos, pode ser associada à abundância, à pobreza, à desmedida, à doença, à preguiça, ao prazer, à força, ao descontrole ou à resistência. O corpo gordo é, portanto, um corpo lido. E essa leitura não é neutra: ela organiza lugares, acessos, afetos, oportunidades e exclusões.

Este capítulo analisa três dimensões complementares: o corpo gordo e a sociedade; o corpo gordo e a cultura; e o corpo gordo e o capitalismo. A intenção é manter coerência com os capítulos anteriores, mostrando que a história da gordura corporal não se resume à estética ou à medicina, mas envolve disputas sociais mais amplas sobre normalidade, produtividade, consumo, distinção e valor.

2.1 O corpo gordo e a sociedade

A sociedade não apenas observa os corpos: ela os classifica. Há corpos considerados adequados, saudáveis, produtivos, belos, desejáveis e disciplinados; e há corpos tratados como inadequados, excessivos, perigosos, indesejáveis ou moralmente suspeitos. O corpo gordo, em muitas sociedades contemporâneas, ocupa esse segundo lugar. Ele é frequentemente interpretado como corpo que falhou em corresponder às expectativas sociais de autocontrole, mobilidade, rendimento e aparência.

Essa classificação social pode ser compreendida a partir da noção de estigma. Erving Goffman define o estigma como uma marca que desqualifica socialmente o indivíduo,

reduzindo sua identidade complexa a um atributo depreciativo (Goffman, 1988). No caso das pessoas gordas, o peso corporal pode operar como marca visível de desqualificação. Antes mesmo que a pessoa fale, trabalhe, estude, ame ou se apresente, seu corpo já pode ser julgado.

A gordofobia, nesse sentido, não deve ser compreendida apenas como ofensa individual ou opinião isolada. Ela é uma estrutura de percepção social que transforma a diferença corporal em inferioridade. Por isso, aparece em piadas, olhares, apelidos, comentários familiares, diagnósticos apressados, entrevistas de emprego, cadeiras inadequadas, catracas estreitas, uniformes sem numeração, roupas inacessíveis, assentos desconfortáveis, bullying escolar e atendimentos médicos centrados exclusivamente no peso.

Estudos sobre estigma do peso mostram que a discriminação contra pessoas gordas afeta oportunidades educacionais, relações de trabalho, vínculos afetivos, saúde mental e qualidade do atendimento em saúde (Puhl; Heuer, 2009). Paim e Kovaeski (2020), ao analisarem diretrizes brasileiras de obesidade, argumentam que a patologização do corpo gordo pode reforçar uma abordagem focada quase exclusivamente na perda de peso, deixando em segundo plano dimensões sociais, subjetivas e éticas do cuidado.

Fig. 6- Fotografia de Lethicia Galo



Fonte: Revista Trip

A sociedade contemporânea tende a exigir que o indivíduo prove continuamente sua capacidade de autogestão. Comer, exercitar-se, dormir, emagrecer, envelhecer, vestir-se e aparecer tornam-se práticas avaliadas moralmente. Michel Foucault, ao discutir os corpos dóceis e os dispositivos disciplinares, ajuda a compreender como o poder moderno atua não apenas por repressão externa, mas por vigilância, normalização e autocontrole (Foucault, 1987). O corpo gordo torna-se, nesse regime, um corpo suspeito de indisciplina.

A força desse julgamento está em sua aparência de evidência. A sociedade tende a tratar o corpo magro como prova visível de saúde, vontade e competência, enquanto o corpo gordo é frequentemente lido como prova visível de falha. Essa leitura é problemática porque transforma relações complexas entre genética, metabolismo, alimentação, trabalho, renda, gênero, sofrimento psíquico, acesso ao lazer, tempo disponível, sono e ambiente urbano em uma narrativa simplificada de responsabilidade individual.

Pierre Bourdieu permite aprofundar essa análise ao mostrar que gostos, estilos de vida e disposições corporais estão ligados à posição social. Em *Distinção*, o autor demonstra que aquilo que uma sociedade chama de “bom gosto” não é apenas preferência individual, mas também mecanismo de hierarquização social (Bourdieu, 2007). O corpo, nesse sentido, também pode funcionar como capital simbólico. Um corpo magro, jovem e considerado “em forma” tende a comunicar autocontrole, status e adequação aos valores dominantes.

Essa lógica torna o corpo gordo socialmente vulnerável. A pessoa gorda pode ser levada a ocupar uma posição defensiva, como se devesse justificar sua existência, explicar seus hábitos, provar sua saúde ou demonstrar que está tentando emagrecer. A exigência social não é apenas ser saudável, mas parecer estar em permanente projeto de correção.

A dimensão social da gordura também é atravessada por gênero. Mulheres gordas costumam sofrer maior vigilância estética porque a feminilidade hegemônica foi historicamente associada à beleza, à contenção e à disponibilidade visual. Homens gordos também são estigmatizados, mas podem encontrar maior tolerância em certos contextos nos quais a corpulência é associada a autoridade, força ou poder econômico. Assim, a gordofobia não atua de forma isolada: ela se combina com sexismo, racismo, capacitismo, etarismo e desigualdade de classe.

No espaço social, portanto, o corpo gordo não é apenas corpo “grande”. É corpo que encontra portas mais estreitas, móveis menores, roupas menos disponíveis, olhares mais duros e expectativas mais restritivas. Sua experiência evidencia que a sociedade foi material e simbolicamente desenhada a partir de um corpo presumido como padrão.

2.2 O corpo gordo e a cultura

Se a sociedade classifica os corpos, a cultura lhes atribui sentido. A cultura define quais corpos serão vistos como belos, saudáveis, desejáveis, cômicos, perigosos, maternais, grotescos, elegantes ou vulgares. O corpo gordo, como qualquer corpo, é produzido por narrativas, imagens, metáforas, linguagens e práticas cotidianas.

Deborah Lupton trata a gordura como artefato sociocultural: uma substância e uma forma corporal que recebem significados variáveis de acordo com sistemas de ideias, práticas e valores (Lupton, 2018). Essa perspectiva é fundamental porque impede que a gordura seja reduzida a uma medida biomédica. Antes de ser índice, diagnóstico ou risco estatístico, a gordura é experiência vivida e signo cultural.

Na cultura ocidental contemporânea, o corpo gordo é frequentemente narrado por meio de oposições: magro/gordo, controle/descontrole, saúde/doença, beleza/feiúra, leveza/peso, disciplina/excesso, sucesso/fracasso. Essas oposições não apenas descrevem corpos; elas educam o olhar. Desde cedo, crianças aprendem que “gordo” pode funcionar como insulto, que personagens gordos são muitas vezes alívio cômico, que o emagrecimento é celebrado como transformação moral e que a gordura deve ser escondida, corrigida ou superada.

A linguagem cotidiana participa dessa construção. Expressões que associam gordura à falta de valor, à preguiça, à lentidão, ao desleixo ou à vergonha reforçam uma pedagogia cultural da rejeição. A cultura ensina não apenas a julgar o corpo do outro, mas também a vigiar o próprio corpo. O resultado é uma interiorização do olhar social: a pessoa aprende a olhar para si como se estivesse sendo observada por uma norma externa.

Fig. 7- Beth Dito



Fonte: Revista ID

Susan Bordo, ao analisar corpo, cultura ocidental e feminismo, mostra que o corpo moderno é atravessado por normas de gênero, disciplina e consumo (Bordo, 1993). O ideal de magreza, especialmente para mulheres, não pode ser separado de expectativas culturais de controle, contenção e autocorreção. Em muitos discursos, emagrecer não significa apenas mudar de tamanho; significa tornar-se uma versão moralmente melhor de si.

No Brasil, essa discussão possui características próprias. O corpo é frequentemente colocado em cena como elemento central da vida pública: praia, carnaval, dança, verão, moda justa, academia, cirurgia plástica, televisão e redes sociais formam um ambiente cultural de grande visibilidade corporal. Como mostram Goldenberg (2005, 2011), o corpo no Brasil pode funcionar como capital: algo que comunica valor social, sexual, etário e simbólico.

Essa centralidade do corpo cria uma tensão. A cultura brasileira muitas vezes celebra discursivamente curvas, sensualidade e diversidade, mas tende a valorizar corpos curvilíneos dentro de limites bastante específicos: juventude, firmeza, proporção, cintura marcada, barriga contida e gordura localizada apenas em áreas culturalmente autorizadas. Assim, nem todo corpo grande é celebrado. O corpo gordo que escapa à sensualidade legitimada pode ser rapidamente deslocado para a categoria do desleixo, da piada ou do problema.

A cultura também atua por meio das imagens. Televisão, publicidade, moda, cinema, redes sociais e memes produzem repertórios visuais que ensinam o que esperar de um corpo. Pesquisas recentes sobre cultura digital indicam que comunidades online podem ajudar pessoas gordas a deslocar a “culpa” do corpo individual para a crítica das estruturas sociais que produzem exclusão; ao mesmo tempo, esses ambientes expõem pessoas gordas a assédio, visibilidade hostil e discriminação algorítmica (PAYNE et al., 2024).

Esse duplo movimento é característico do presente. De um lado, há maior circulação de imagens de corpos gordos em perfis de moda, ativismo, arte, saúde, humor e cotidiano. De outro, há crescimento de comentários violentos, discursos de “preocupação com a saúde” usados como justificativa para humilhação e sistemas digitais que premiam corpos normativos com mais visibilidade. O corpo gordo aparece mais, mas aparecer não significa necessariamente ser reconhecido com dignidade.

Nesse campo, os *fat studies* propõem uma intervenção decisiva. Em vez de tomar a gordura como problema individual a ser resolvido, esse campo interdisciplinar analisa criticamente as atitudes sociais diante do peso corporal, combatendo associações automáticas entre gordura, fracasso moral, doença, feiura e inferioridade (Rothblum; Solovay, 2009). No Brasil, estudos recentes têm contextualizado o campo dos *fat studies* e sua relação com ativismo gordo, justiça social e crítica à gordofobia (Rangel, 2018; Paim, 2019).

Culturalmente, portanto, o corpo gordo é um território de disputa. Ele pode ser humilhado, medicalizado, ridicularizado e invisibilizado, mas também pode ser afirmado,

estetizado, politizado e celebrado. A cultura não é apenas o lugar onde a gordofobia se reproduz; é também o lugar onde ela pode ser contestada.

2.1 O corpo gordo e o capitalismo

A relação entre corpo gordo e capitalismo é marcada por uma contradição central: o mesmo sistema que estimula consumo, abundância, velocidade, sedentarização, ansiedade e disponibilidade constante de alimentos ultraprocessados também responsabiliza individualmente as pessoas por não corresponderem ao ideal corporal magro, ativo e controlado. O corpo gordo torna-se, assim, produto e alvo de um conjunto de forças econômicas.

No capitalismo contemporâneo, o corpo é também projeto de consumo. Ele deve ser mantido, otimizado, melhorado, medido, corrigido e exibido. Dietas, academias, aplicativos, suplementos, medicamentos, cirurgias, roupas modeladoras, cosméticos, procedimentos estéticos, planos alimentares e programas de emagrecimento constituem um mercado que depende, em grande medida, da insatisfação corporal.

Fig.8- O Corpo Ideal.



Fonte: Revista Elle Brasil

Guthman e DuPuis (2006) argumentam que os discursos sobre gordura devem ser compreendidos em relação ao neoliberalismo, isto é, a um regime que desloca problemas sociais para a responsabilidade individual. Nessa lógica, o sujeito ideal é aquele que se autogerencia, calcula riscos, monitora escolhas e investe continuamente em si mesmo. O corpo gordo aparece como falha desse empreendedorismo corporal.

Essa lógica tem efeitos profundos. Quando o corpo é interpretado como empresa individual, emagrecer passa a ser apresentado como investimento, disciplina e mérito. A

gordura, por consequência, é lida como dívida moral: sinal de que o indivíduo não administrou corretamente seu próprio capital corporal. O capitalismo transforma a aparência em valor e, simultaneamente, vende ferramentas para corrigir a inadequação que ele próprio ajuda a produzir.

A indústria da dieta é exemplar nesse processo. Ela promete transformação, aceitação e felicidade por meio da perda de peso, mas frequentemente se beneficia da repetição do fracasso. Dietas restritivas, programas de emagrecimento e produtos milagrosos dependem de ciclos de tentativa, culpa, desistência e recomeço. O corpo gordo é convertido em mercado permanente, pois sua suposta inadequação nunca é definitivamente resolvida.

Esse mercado não vende apenas produtos; vende narrativas. Vende a ideia de que a vida verdadeira começará depois do emagrecimento; de que a roupa bonita, o amor, o emprego, o respeito e a autoestima dependem da redução corporal; de que o corpo atual é uma versão provisória, ainda não merecedora de plena existência social. O corpo gordo é colocado em suspensão: deve viver enquanto espera tornar-se outro.

O capitalismo também reorganiza o tempo e o espaço de vida. Jornadas longas, deslocamentos demorados, alimentação rápida, precarização do trabalho, falta de áreas seguras para lazer, desigualdade de renda e pressão por produtividade afetam diretamente os corpos. Contudo, o discurso dominante tende a ocultar essas condições e a narrar o peso corporal como resultado de escolhas isoladas. O social desaparece, e o indivíduo permanece culpado.

Nesse sentido, a crítica ao capitalismo não significa negar que alimentação, movimento e cuidado em saúde sejam importantes. Significa recusar a transformação da saúde em mercadoria moralizada. Cuidar do corpo não deve equivaler a comprar incessantemente soluções nem a submeter-se a uma norma estética única. A saúde, quando reduzida a consumo, torna-se privilégio e performance.

A moda plus size, discutida no capítulo anterior, também expressa essa ambivalência capitalista. De um lado, cria acesso, visibilidade e possibilidades de pertencimento. De outro, transforma a inclusão em nicho de mercado e pode continuar separando corpos “padrão” e corpos “especiais”. O capitalismo é capaz de vender diversidade sem necessariamente desfazer as hierarquias que produziram a exclusão.

O mesmo ocorre nas redes sociais. A visibilidade de corpos gordos pode abrir espaços de reconhecimento, mas também se insere em plataformas que monetizam atenção, engajamento, conflito e exposição. Publicidade segmentada, influenciadores, algoritmos de

recomendação e conteúdos de emagrecimento fazem do corpo um dado econômico. O corpo gordo é observado, classificado, direcionado e convertido em oportunidade de venda.

A crítica de Foucault à biopolítica ajuda a compreender esse ponto. O poder moderno administra populações por meio de estatísticas, normas, riscos e condutas (Foucault, 2008). No capitalismo digital, essa administração ganha novas camadas: passos, calorias, medidas, fotografias, curtidas, buscas e compras tornam-se dados. O corpo é cada vez mais quantificado, e a gordura aparece como informação a ser monitorada, prevista e monetizada.

Assim, o corpo gordo no capitalismo não é apenas discriminado; ele é explorado economicamente. Sua marginalização gera mercados de correção; sua visibilidade gera mercados de segmentação; sua dor gera promessas de solução; sua resistência gera novos nichos de consumo. Por isso, a emancipação do corpo gordo não pode ser pensada apenas como mudança de autoestima individual. Ela exige transformação das condições sociais, culturais e econômicas que lucram com a vergonha corporal.

Pensar o corpo gordo na sociedade, na cultura e no capitalismo permite compreender que a gordura corporal não é apenas uma característica física nem apenas uma categoria médica. Ela é uma questão social total: envolve normas, imagens, instituições, mercados, afetos, políticas, tecnologias e desigualdades.

Na sociedade, o corpo gordo é classificado, estigmatizado e hierarquizado. Na cultura, é narrado, representado, ridicularizado, desejado ou silenciado. No capitalismo, é transformado em mercado, em falha individual e em oportunidade de lucro. Essas três dimensões se reforçam mutuamente. A cultura ensina a rejeitar o corpo gordo; a sociedade organiza exclusões com base nessa rejeição; o mercado vende soluções para a inadequação produzida.

O desafio crítico, portanto, é deslocar o olhar. Em vez de perguntar apenas como modificar o corpo gordo, é preciso perguntar que sociedade produz vergonha corporal, que cultura transforma diferença em inferioridade e que economia lucra com a insatisfação. Essa mudança de perspectiva não elimina a importância do cuidado em saúde, mas impede que o cuidado seja confundido com punição, humilhação ou apagamento.

O corpo gordo, como os capítulos anteriores mostraram, atravessa a história, a arte, a moda e a vida social. Ele é corpo vivido, corpo visto, corpo vestido, corpo vendido e corpo político. Reconhecê-lo em sua complexidade é passo fundamental para construir práticas culturais, educacionais, médicas, estéticas e econômicas menos violentas e mais democráticas.

CAPITULO 3 - O CORPO GORDO E A IMAGEM PESSOAL

Nos capítulos anteriores, o corpo gordo foi analisado como corpo histórico, artístico, cultural, econômico e marginalizado. A consultoria de imagem, nesse percurso, aparece como uma prática situada no cruzamento entre moda, consumo, subjetividade e reconhecimento social. A roupa não apenas cobre o corpo; ela organiza a maneira como esse corpo é visto, julgado e autorizado a circular. Por isso, uma consultoria de imagem voltada a pessoas gordas não pode limitar-se a regras de “disfarce” ou “compensação visual”. Ela precisa reconhecer que o corpo gordo já chega ao atendimento atravessado por experiências de inadequação, exclusão de mercado, vergonha social, dificuldade de acesso a roupas e violência simbólica.

Aires e Posella (2016) analisam a consultoria de imagem como processo que participa da produção da identidade, especialmente no campo profissional, articulando moda, corpo, imagem, beleza e comunicação não verbal. Ximenes e La Serra (2025) avaliam a necessidade do autoconhecimento, estilo e valores na construção imagética. Esses estudos ajudam a situar a consultoria como prática comunicacional, não apenas estética. Mas, quando se inclui o corpo gordo nessa discussão, torna-se necessário ampliar a pergunta: que imagem pessoal é possível construir quando o próprio corpo é socialmente tratado como erro, excesso ou problema?

3.1 Consultoria de imagem como prática social do corpo

A consultoria de imagem não trabalha apenas com peças de roupa; trabalha com corpos em situação social. Isso significa que suas orientações não são neutras. Ao recomendar determinada modelagem, cor, proporção ou silhueta, o consultor participa de um processo de leitura e interpretação do corpo. A prática pode ajudar o cliente a reconhecer seus desejos, construir repertório visual, organizar escolhas e melhorar a relação com a própria aparência. Contudo, também pode reproduzir padrões de normalização quando parte da ideia de que há corpos naturalmente adequados à moda e corpos que precisam ser corrigidos.

O corpo vestido é um corpo social: a roupa participa da produção da identidade, da apresentação de si e da relação entre corpo e espaço público. Essa perspectiva é essencial para compreender a consultoria de imagem. O serviço não se limita a ensinar “o que favorece” determinado corpo, esse tipo de abordagem encontra-se ultrapassada, mas

intervém na maneira como uma pessoa se apresenta ao mundo e como organiza pertencimento, autoridade, feminilidade, masculinidade, profissionalismo, sensualidade ou discrição.

No caso das pessoas gordas, essa organização é mais complexa porque o corpo gordo é frequentemente lido antes mesmo da roupa. A gordura corporal funciona, em muitos contextos, como signo social totalizante: ela antecipa julgamentos sobre saúde, disciplina, competência, autocontrole e valor moral. Goffman (1988), ao discutir o estigma, mostra como determinados atributos podem produzir identidades socialmente depreciadas. O corpo gordo, nesse sentido, é muitas vezes transformado em marca visível de desvio, fazendo com que a roupa seja interpretada não apenas como escolha estética, mas como tentativa de ocultação, compensação ou pedido de aceitação.

Por essa razão, a consultoria de imagem para pessoas gordas precisa deslocar seu eixo. Em vez de perguntar apenas “como fazer esse corpo parecer menor?”, deve perguntar “como esse corpo deseja aparecer?”. A diferença é profunda. A primeira pergunta toma a magreza como horizonte. A segunda reconhece a pessoa gorda como sujeito de estilo, desejo e autoria.

3.2 O corpo gordo como cliente historicamente interditado

A relação entre corpo gordo e consultoria de imagem é marcada por uma contradição. Por um lado, pessoas gordas são constantemente cobradas a se apresentarem bem, serem elegantes, discretas, bem-arrumadas e “adequadas”. Por outro, encontram menos opções de vestuário, menos variedade de modelagens, menos representação visual e menor acolhimento nos espaços de moda. Trata-se de uma dupla exigência: exige-se aparência socialmente aceitável, mas nega-se acesso amplo aos meios materiais para produzi-la.

A própria moda *plus size*, embora se apresente muitas vezes sob o discurso da diversidade, pode reforçar estereótipos e não produzir inclusão estrutural. O mercado frequentemente discursa sobre o ativismo gordo como estratégia de marketing, sem alterar profundamente padrões de acessibilidade, representatividade e disponibilidade de produtos. Essa crítica é fundamental para a consultoria de imagem: não basta orientar uma pessoa gorda a “comprar melhor” se o próprio mercado limita o que ela pode comprar.

A pessoa gorda chega à consultoria com uma história de frustrações de consumo que não deve ser tratada como falha individual. Provadores pequenos, ausência de grades amplas, vendedores despreparados, peças mal modeladas, tecidos inadequados, preços

mais altos e pouca experimentação estética fazem parte da experiência de marginalização na moda. A consultoria, quando ética, precisa nomear essas barreiras e não responsabilizar o cliente pela ausência de soluções que deveriam ser oferecidas pela indústria.

Christino et al. (2023), em revisão sistemática sobre consumo de roupas *plus size*, indicam que a moda *plus size* permite maior visualização alternativa dos corpos gordos e pode contribuir para processos de autoaceitação. Ao mesmo tempo, o campo ainda é atravessado por limitações comerciais, simbólicas e representacionais. A consultoria de imagem pode atuar justamente nesse intervalo: não como promessa de adaptação plena à norma magra, mas como mediação crítica entre corpo, mercado e identidade.

3.3 Entre valorizar e disfarçar: as armadilhas técnicas da consultoria

Grande parte da tradição prática da consultoria de imagem foi construída em torno de vocabulários como “valorizar pontos fortes”, “camuflar imperfeições”, “alongar a silhueta”, “reduzir visualmente”, “equilibrar proporções” e “disfarçar volumes”. Embora essas expressões sejam comuns no mercado, elas devem ser problematizadas quando aplicadas ao corpo gordo. Aparentemente técnicas, podem carregar pressupostos normativos: a ideia de que volume é defeito, que barriga deve desaparecer, que braços precisam ser ocultados, que quadris devem ser suavizados, que o corpo deve parecer mais magro para ser considerado elegante.

Essa lógica faz com que a consultoria reproduza a cultura da vergonha corporal. Ao prometer “disfarçar” o corpo gordo, ela confirma que esse corpo é algo a ser escondido. Ao insistir em cores escuras, listras verticais, tecidos rígidos e cortes sempre alongadores, ela restringe o repertório estético da pessoa gorda a uma gramática da contenção. O problema não está em usar recursos visuais de proporção ou equilíbrio; o problema está em transformá-los em obrigação moral.

A crítica não significa negar que algumas pessoas desejem determinadas linhas visuais, maior conforto, sensação de alongamento ou menor destaque de certas regiões. A questão é ética: a escolha deve partir da pessoa, não da presunção profissional de que todo corpo gordo deseja parecer menos gordo. Uma consultoria inclusiva não substitui uma norma por outra. Ela amplia possibilidades. Pode ensinar a alongar, mas também a destacar. Pode propor monocromia, mas também estampa. Pode discutir caimento, mas também brilho, transparência, cor, volume, sensualidade e excesso.

Bordo (1993) mostra que a cultura contemporânea produz formas intensas de disciplina corporal, especialmente sobre mulheres, associando autocontrole, magreza e valor moral. Quando a consultoria de imagem transforma o corpo gordo em projeto de correção visual, ela participa dessa disciplina. Quando, ao contrário, reconhece o estilo como linguagem de autoria, ela pode contribuir para romper com a obrigação de emagrecimento simbólico que acompanha tantas práticas estéticas.

3.4 Ética profissional: escuta, autonomia e não gordofobia

A consultoria de imagem com pessoas gordas exige uma ética de escuta. Isso implica abandonar pressupostos automáticos sobre o que o cliente deseja. Nem toda pessoa gorda quer esconder o corpo. Nem toda pessoa gorda quer parecer mais magra. Nem toda pessoa gorda tem baixa autoestima. Nem toda pessoa gorda deseja usar roupas “adequadas” no sentido conservador do termo. Há pessoas gordas que desejam elegância clássica, outras que desejam sensualidade, outras que desejam conforto, outras que desejam impacto visual, minimalismo, romantismo, dramaticidade, androginia, formalidade ou irreverência.

Maneiras e estilo de viver (in-vestido) se fundamentam na contradição do determinável e do “escolhível”. Há sempre o aí dito, o interdiscurso, contudo há também a falha, deslocamentos na subjetivação da coisa que irá significar aquele(a) que recobre o corpo. A maneira e o estilo de vestir (e viver vestido) são postos, porém entre espaços nunca estabilizados. (La Serra, 2024, pág. 75)

La Serra (2024) equilibra outras vertentes do processo, como estilo de vida, tolerância dos limites de imposições; ideais cristalizados e a necessidade de significar a capacidade de escolha e de presença.

Há perguntas que se tornam fundamentais no atendimento: quais partes do corpo a pessoa gosta de evidenciar? Quais experiências negativas ela teve em lojas, provadores ou eventos? Que roupas ela sempre quis usar, mas acreditou que “não podia”? Que ambientes exigem dela uma aparência específica? Que sensações físicas importam: compressão, mobilidade, temperatura, atrito, sustentação, cobertura, liberdade? Que imagens de referência fazem sentido para ela? Que palavras ela usa para falar de si?

Paim e Kovaleski (2020) discutem a patologização do corpo gordo e a gordofobia presentes em diretrizes e discursos de saúde. Embora o campo da consultoria de imagem não seja o mesmo da medicina, ele pode reproduzir uma lógica semelhante quando parte da ideia de que o corpo gordo precisa ser corrigido para ser aceito. Nesse espaço se dá a

marginalização na consultoria de imagem. A ética profissional exige, portanto, que o consultor evite comentários sobre emagrecimento, saúde, dieta, “antes e depois” corporal ou supostas necessidades de mudança física, a menos que isso seja trazido pelo próprio cliente e ainda assim com cuidado para não reforçar estigma.

3.5 Consultoria de imagem, trabalho e respeitabilidade

A consultoria de imagem frequentemente se vincula ao mundo profissional. Fala-se em credibilidade, autoridade, adequação, marca pessoal e comunicação estratégica. Aires e Posella (2016) indicam que mulheres que passaram por consultoria relataram impactos positivos em diferentes dimensões da vida, especialmente na identidade profissional. Essa dimensão é relevante, mas também precisa ser criticamente observada quando se trata do corpo gordo.

Pessoas gordas podem enfrentar discriminação no trabalho, seja de forma explícita, seja por avaliações implícitas de competência, energia, autocontrole ou cuidado de si. Nesse contexto, a imagem profissional torna-se uma camada adicional de vigilância. O corpo gordo é cobrado a demonstrar respeitabilidade com mais força: precisa parecer organizado, confiável, discreto, eficiente, higiênico e controlado para neutralizar estereótipos já projetados sobre ele.

A consultoria de imagem pode ajudar a pessoa gorda a construir repertórios de apresentação profissional, mas não deve naturalizar a injustiça da cobrança. Há diferença entre oferecer ferramentas de comunicação visual e ensinar o cliente a se submeter docilmente a um ambiente gordofóbico. Uma abordagem crítica reconhece que certas estratégias podem ser úteis para circular em espaços profissionais, mas não transforma a adequação em essência do valor pessoal.

Bourdieu (2007), ao tratar da distinção, mostra como gostos, modos de apresentação e estilos de vida funcionam como marcadores sociais. A imagem profissional também participa dessa economia simbólica. Para pessoas gordas, dominar códigos de vestimenta pode ampliar possibilidades de circulação, mas tais códigos permanecem atravessados por desigualdades de classe, gênero, raça e tamanho corporal. A consultoria deve tornar esses códigos legíveis, não absolutos.

3.6 Consumo, mercado *plus size* e os limites da solução individual

A consultoria de imagem opera dentro de um mercado. Ela orienta escolhas de consumo, indica marcas, reorganiza guarda-roupas e ajuda a construir combinações. No caso do corpo gordo, essa dimensão de consumo é especialmente sensível porque o mercado *plus size* ainda se estrutura de modo desigual. Muitas marcas oferecem grades limitadas, modelagens padronizadas e pouca variedade de estilos. Outras utilizam o discurso da inclusão apenas como estratégia publicitária, sem compromisso consistente com diversidade real de corpos.

Lupton (2018) compreende a gordura como fenômeno sociocultural, atravessado por discursos de saúde, moralidade, consumo e identidade. Essa abordagem permite ver que a consultoria não lida apenas com preferência estética; lida com regimes de consumo que dizem quem pode vestir o quê, quem pode aparecer, quem pode desejar e quem deve se corrigir. O corpo gordo, nesse campo, é simultaneamente consumidor desejado e consumidor mal atendido.

O capitalismo contemporâneo cria um paradoxo em torno da pessoa gorda. De um lado, oferece produtos de emagrecimento, academias, procedimentos, medicamentos, aplicativos e promessas de transformação corporal. De outro, vende moda *plus size*, discursos de autoestima e campanhas de diversidade. A pessoa gorda é interpelada ao mesmo tempo como corpo a ser corrigido e como nicho de mercado. A consultoria de imagem precisa reconhecer essa ambivalência para não se tornar apenas mais uma engrenagem da insatisfação corporal.

Estudos recentes também chamam atenção para os efeitos psicológicos da relação entre moda, corpo e autoimagem. Blaso et al. (2025), ao investigar mulheres brasileiras, associam maior envolvimento com moda a dimensões como auto-objetificação, vergonha corporal, autoestima e aceitação de cirurgia estética. Os próprios autores indicam preocupação com a popularização de intervenções de consultoria de imagem, pois ainda há pouca compreensão sobre seus efeitos na imagem corporal e na saúde mental. Essa advertência é importante: a consultoria pode fortalecer autonomia, mas também pode intensificar vigilância e comparação se for conduzida sob lógica normativa.

3.7 Princípios para uma consultoria de imagem inclusiva para pessoas gordas

Uma consultoria de imagem eticamente orientada para pessoas gordas deve partir de alguns princípios. O primeiro é o princípio da não correção: o corpo não é um problema a ser resolvido. O atendimento pode trabalhar proporções, cores, estilo, adequação e comunicação, mas não deve pressupor que a finalidade da roupa seja reduzir visualmente o corpo.

O segundo princípio é o da escuta situada. A pessoa gorda não é apenas um “biótipo”; é alguém com história, repertório, traumas de consumo, desejos, referências visuais e necessidades concretas. Antes de aplicar qualquer técnica, é necessário compreender a relação da pessoa com o próprio corpo, com as lojas, com o trabalho, com os eventos sociais, com fotografias, com olhares externos e com a moda.

O terceiro princípio é o da acessibilidade material. A consultoria precisa conhecer marcas, modelagens, faixas de preço, possibilidade de ajustes, costureiras, lojas independentes, brechós, produção sob medida e alternativas reais para diferentes tamanhos. Recomendar peças inexistentes ou inacessíveis apenas reforça frustração. Para o corpo gordo, repertório técnico inclui saber onde a roupa existe.

O quarto princípio é o da pluralidade estética. Pessoas gordas não formam um bloco homogêneo. Há corpos gordos pequenos, médios, grandes, muito grandes; corpos com barriga, quadril, busto, braços, pernas, pescoço, diferentes distribuições de gordura e diferentes relações com gênero. Há também diferentes desejos de imagem. A consultoria deve evitar transformar o “plus size” em uma única silhueta aceitável, geralmente marcada por cintura definida e proporções próximas ao padrão ampulheta.

O quinto princípio é o da linguagem respeitosa. Termos como “imperfeição”, “defeito”, “disfarce”, “problema”, “área crítica” ou “truque para emagrecer” devem ser substituídos por vocabulários mais precisos e menos violentos: preferência, destaque, conforto, proporção, intenção comunicacional, caimento, escolha, presença. A linguagem da consultoria também veste o corpo; ela pode produzir vergonha ou autonomia.

CAPÍTULO 4 — O CORPO GORDO MARGINALIZADO

Da diferença corporal ao estigma social

A marginalização, portanto, não é apenas simbólica. Ela organiza oportunidades, afetos, acessos e direitos. Um corpo marginalizado não é somente um corpo mal representado; é um corpo que encontra obstáculos concretos para estudar, trabalhar, vestir-se, deslocar-se, cuidar da saúde, desejar, ser desejado e participar plenamente da vida social.

Nos capítulos anteriores, o corpo gordo foi analisado na linha do tempo, na arte, na moda, na indumentária, na sociedade, na cultura e no capitalismo. Este capítulo final reúne essas dimensões para mostrar que a marginalização do corpo gordo não é acidental. Ela é produzida por discursos, instituições, mercados, imagens e espaços que definem quais corpos são considerados normais, belos, saudáveis, produtivos e dignos de ocupar o mundo sem pedir desculpas.

A marginalização do corpo gordo é o resultado de um longo processo histórico, cultural, econômico e institucional. Ela não se manifesta apenas em ofensas diretas ou em comentários depreciativos. Aparece também na ausência de tamanhos nas lojas, nas cadeiras estreitas, na catraca apertada, no uniforme que não serve, na consulta médica reduzida ao peso, no riso televisivo, no meme, na entrevista de emprego, no olhar de reprovação e na suposição de que a pessoa gorda deve justificar sua existência

O corpo gordo é corpo histórico, social, cultural, econômico e político. É corpo que denuncia as violências da normalidade e exige outra ética do olhar. Reconhecer sua dignidade é reconhecer que nenhum corpo deveria precisar diminuir para caber no mundo.

O desafio contemporâneo é deslocar o corpo gordo da margem para o centro das discussões sobre cidadania, acessibilidade, saúde, estética, consumo e direitos. Não se trata de negar a complexidade da saúde nem de substituir um padrão corporal por outro. Trata-se de recusar a hierarquia que transforma alguns corpos em norma e outros em desvio.

Finalizar este trabalho com a marginalização do corpo gordo significa reconhecer que a história, a arte, a moda, a cultura, a sociedade e o capitalismo não são temas separados. Todos participam da produção de corpos legítimos e ilegítimos. O corpo gordo foi representado, medido, vestido, corrigido, vendido, ridicularizado e medicalizado. Mas também foi afirmado, politizado e reivindicado.

A marginalização do corpo gordo revela como uma sociedade define seus limites de pertencimento. Ao tratar a gordura como falha individual, ela oculta os processos históricos, culturais, econômicos e institucionais que produzem exclusão. Ao transformar o corpo gordo em problema, evita perguntar que tipo de mundo foi construído para que tantos corpos não caibam, não sejam ouvidos ou não sejam desejados.

4.1 Marginalização cotidiana: família, escola e sociabilidade

Assim, a marginalização do corpo gordo começa no olhar social, mas não termina nele. O olhar produz expectativas; as expectativas produzem tratamento desigual; o tratamento desigual produz exclusão. A pessoa gorda é chamada a provar competência, saúde, autocontrole e dignidade em situações nas quais outros corpos são simplesmente aceitos como ponto de partida.

Amy Erdman Farrell (2011), ao estudar a vergonha da gordura na cultura norte-americana, argumenta que a estigmatização do corpo gordo não nasce apenas de preocupações médicas contemporâneas. Ela se articula historicamente a moralidades, hierarquias raciais, gênero, classe e projetos de respeitabilidade. Isso é importante porque desloca a questão: a gordura não é rejeitada apenas porque seria “problema de saúde”; ela é rejeitada porque foi culturalmente ensinada como sinal de inferioridade.

Fig. 7- Imagens do cotidiano em redes sociais e da mídia.



Fonte: Pinterest

Erving Goffman (1988) define o estigma como uma marca social que desqualifica a pessoa diante dos outros. No caso do corpo gordo, essa marca opera de maneira particularmente visível: ela é presumida à distância, antes mesmo que a pessoa fale, trabalhe, se apresente ou conte sua história. O corpo é interpretado antecipadamente. A pessoa gorda passa a ser lida por uma narrativa pronta, que frequentemente associa gordura a preguiça, descontrole, tristeza, doença, fracasso ou falta de vontade.

Todo corpo é diferente, mas nem toda diferença é transformada em desigualdade. A gordura torna-se marginalizada quando uma característica corporal passa a ser lida como defeito moral, falha estética, risco médico absoluto ou prova de incapacidade. Nesse ponto, a diferença deixa de ser variação humana e passa a funcionar como estigma.

4.2 Trabalho, produtividade e discriminação econômica

Na vida social adulta, a marginalização continua em festas, restaurantes, praias, academias, relações afetivas e ambientes de lazer. A pessoa gorda pode ser hipervisibilizada quando seu corpo é julgado e, ao mesmo tempo, invisibilizada como sujeito desejante, elegante, competente ou autônomo. Essa contradição é central: o corpo gordo é visto demais como problema e visto de menos como existência plena.

O problema não está somente nos colegas. Pode estar também nos currículos, nas práticas pedagógicas e nas formas como a educação física, a alimentação e a saúde são ensinadas. Quando a escola apresenta o corpo apenas a partir de modelos normativos, ela pode reforçar a ideia de que alguns corpos são exemplos e outros são advertências. Uma educação crítica do corpo precisaria reconhecer diversidade corporal sem transformar a pessoa gorda em objeto de correção pública.

Na escola, a marginalização assume formas próprias. O corpo gordo pode ser alvo de bullying, exclusão em atividades físicas, dificuldade com uniformes, apelidos e menor expectativa de desempenho corporal. A infância e a adolescência são períodos em que o pertencimento ao grupo tem grande importância; por isso, a estigmatização do peso pode afetar não apenas a autoestima, mas a participação escolar, a sociabilidade e a relação com o próprio corpo.

A marginalização do corpo gordo muitas vezes começa em espaços íntimos. A família pode ser lugar de cuidado, mas também de vigilância corporal. Comentários sobre peso, comparações entre irmãos, controle da comida, apelidos, recomendações insistentes de dieta e elogios condicionados ao emagrecimento ensinam desde cedo que o corpo gordo é problema a ser corrigido. Mesmo quando apresentados como preocupação, esses gestos podem produzir vergonha, ansiedade e sensação de inadequação.

Essa questão aproxima a luta contra a gordofobia das discussões sobre acessibilidade. Acessibilidade não diz respeito apenas à deficiência, embora esse seja um campo fundamental; diz respeito também à pergunta sobre quem foi considerado no desenho do

mundo. Um espaço verdadeiramente democrático precisa considerar corpos diversos, inclusive corpos gordos, sem transformar sua presença em exceção incômoda.

No consumo, a exclusão aparece de forma evidente na moda. A ausência de tamanhos, a limitação de estilos, a separação de setores plus size, o preço mais alto e a pouca experimentação estética comunicam que o corpo gordo é consumidor secundário. Mesmo quando há inclusão, ela pode vir acompanhada de restrições: roupas feitas para esconder, alongar, disfarçar e neutralizar, como se a presença do corpo gordo precisasse ser atenuada.

Quando um corpo não cabe, o problema costuma ser atribuído ao corpo, não ao projeto do espaço. Essa inversão é uma das bases da marginalização. O ambiente é tratado como neutro, enquanto a pessoa é tratada como excesso. No entanto, todo objeto, assento, porta, roupa ou equipamento carrega uma decisão de design: ele foi pensado para alguns corpos e não para outros.

A marginalização do corpo gordo é também espacial. Cadeiras de escolas, auditórios, cinemas, bares e aviões; catracas; poltronas; banheiros; uniformes; cintos; equipamentos de segurança; mobiliário urbano e provadores podem restringir ou constranger corpos maiores. Essas barreiras mostram que a sociedade materializa uma ideia estreita de corpo padrão.

4.3 Saúde, medicalização e exclusão no cuidado

Nesse sentido, a gordofobia não é apenas sofrimento subjetivo; ela pode afetar renda, carreira, mobilidade social e independência econômica. Quando o corpo gordo é considerado menos empregável, menos apresentável ou menos produtivo, a marginalização transforma preconceito em desigualdade concreta.

A marginalização econômica também aparece na exigência de apresentação pessoal. Em profissões ligadas à moda, atendimento, vendas, estética, comunicação e imagem, corpos gordos podem ser excluídos por não corresponderem à aparência esperada da marca ou da instituição. A justificativa costuma ser disfarçada por expressões como “perfil”, “postura”, “adequação” ou “imagem profissional”, mas o resultado pode ser discriminação corporal.

Essa discriminação se sustenta em associações falsas entre magreza, disciplina e produtividade. O corpo gordo pode ser injustamente visto como indício de lentidão, desleixo, falta de energia ou ausência de autocontrole. Trata-se de uma moral econômica aplicada

ao corpo: o trabalhador ideal aparece como alguém sempre eficiente, disponível, flexível, saudável e autocontrolado. O corpo que escapa a essa imagem é colocado sob suspeita.

O mundo do trabalho é um dos espaços em que a marginalização do corpo gordo se torna material. Pesquisas sobre estigma do peso mostram que pessoas gordas podem enfrentar discriminação em contratação, promoção, remuneração, credibilidade profissional e relações com colegas (PUHL; HEUER, 2009, 2010). A aparência corporal, nesse contexto, torna-se critério informal de avaliação, ainda que raramente seja assumida como tal.

4.4 Mídia, algoritmos e violência simbólica

A marginalização no cuidado também envolve infraestrutura. Macas, cadeiras, aparelhos de exame, aventais, balanças, equipamentos de imagem e mobiliário inadequados comunicam que determinados corpos não foram previstos. A exclusão, nesse caso, não está apenas na fala do profissional, mas no próprio desenho do serviço. Um sistema de saúde inclusivo precisa considerar a diversidade corporal como requisito básico de atendimento digno.

Puhl e Heuer (2010) mostram que o estigma do peso é uma questão de saúde pública, pois pode afastar pessoas gordas dos serviços de saúde, produzir sofrimento psicológico e prejudicar comportamentos de cuidado. A humilhação não cura; a vergonha não é política pública. Ao contrário, experiências de discriminação podem levar à evitação de consultas, exames e acompanhamentos necessários.

Paim e Kovalski (2020) criticam a patologização do corpo gordo quando diretrizes e práticas de saúde se concentram quase exclusivamente na perda de peso. A questão não é negar que peso, metabolismo e condições clínicas possam se relacionar. O problema é transformar essa relação em explicação total. Quando isso ocorre, a pessoa gorda deixa de ser sujeito complexo e passa a ser tratada como corpo a ser reduzido.

A área da saúde ocupa lugar ambíguo na experiência de pessoas gordas. Ela pode oferecer cuidado, prevenção e tratamento, mas também pode produzir violência simbólica quando reduz toda queixa ao peso. Dores, sintomas, alterações hormonais, problemas gastrointestinais, questões emocionais ou dificuldades respiratórias podem ser interpretados apressadamente como consequência direta da gordura, atrasando diagnósticos e diminuindo a qualidade da escuta clínica.

4.5 Resistência, dignidade e direito à presença

A marginalização digital tem uma característica particular: ela combina hipervisibilidade e controle. O corpo gordo pode viralizar como alvo de ridicularização, mas também pode ser invisibilizado por padrões algorítmicos que privilegiam corpos normativos. Além disso, a publicidade direcionada de emagrecimento transforma inseguranças corporais em oportunidade comercial. O preconceito, nesse ambiente, não apenas circula; ele é organizado por plataformas que lucram com atenção, engajamento e segmentação.

Nas redes sociais, essa dinâmica se tornou mais complexa. Por um lado, pessoas gordas criam comunidades, produzem imagens próprias, denunciam discriminações e constroem redes de solidariedade. Payne et al. (2024) mostram que comunidades online podem ajudar pessoas gordas a deslocar o problema do indivíduo para a sociedade opressiva ao redor. Por outro lado, essas mesmas pessoas enfrentam assédio, comentários violentos e discriminação algorítmica.

Kite et al. (2022), em revisão sobre estigmatização do peso na mídia, mostram que representações estigmatizantes de pessoas com sobrepeso ou obesidade são frequentes e que os discursos midiáticos contribuem para atitudes sociais negativas. A imagem, portanto, não é mero reflexo; ela ajuda a organizar o preconceito.

CONCLUSÃO

A dignidade do corpo gordo implica também o direito ao cuidado sem humilhação. Pessoas gordas têm direito à saúde, mas não a uma saúde confundida com punição; têm direito à moda, mas não apenas à roupa que disfarça; têm direito à imagem, mas não apenas como exceção ou marketing; têm direito ao espaço público, mas não como corpo tolerado a contragosto.

Essa resistência, contudo, não deve ser reduzida a autoestima individual. A valorização subjetiva é importante, mas insuficiente se os espaços continuam estreitos, os serviços continuam despreparados, a medicina continua reducionista, o trabalho continua discriminatório e a mídia continua ridicularizante. A luta contra a marginalização do corpo gordo exige transformação institucional, cultural, econômica e material.

A resistência começa por recusar a ideia de que a pessoa gorda deve suspender a própria vida até emagrecer. Amar, trabalhar, dançar, vestir-se bem, estudar, ocupar espaços, cuidar da saúde, desejar, ser desejada, produzir conhecimento e aparecer publicamente não devem depender da perda de peso. O direito à existência não pode ser condicionado à conformidade corporal.

Portanto, a conclusão da pesquisa abre a conscientização da área têxtil e de moda, de que o setor ainda carece de inclusão por parte dos próprios profissionais, não segmentando ou romantizando o eixo *plus size*. Também elucida o público em geral de que, gordo ou magro, possui um corpo social, que expressa seus valores, antes de tudo. Em tempo, a afirmação de que corpos gordos merecem ser vivido, é também afirmação política de dignidade.

REFERÊNCIAS

AIRES, Aliana Barbosa. De gorda à plus size: a produção biopolítica do corpo nas culturas do consumo entre Brasil e EUA. 2019. Tese (Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2019.

AIRES, Aliana Barbosa. De gorda a plus size: a moda do tamanho grande. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.

ARSENIEV-KOEHLER, Alina; FOSTER, Jacob G. Machine learning as a model for cultural learning: teaching an algorithm what it means to be fat. *Sociological Methods & Research*, 2020.

BLACKBURN, Henry; JACOBS JUNIOR, David. Origins and evolution of body mass index. *International Journal of Epidemiology*, Oxford, v. 43, n. 3, p. 665-669, 2014.

BORDO, Susan. Unbearable weight: feminism, western culture, and the body. Berkeley: University of California Press, 1993.

BOURDIEU, Pierre. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

CHRISTINO, Juliana Maria Magalhães et al. Consumption of plus-size clothing: a systematic review. *Revista de Administração da UFSM*, Santa Maria, v. 16, n. 1, 2023.

ENTWISTLE, Joanne. The fashioned body: fashion, dress and modern social theory. 2. ed. Cambridge: Polity Press, 2015.

FOUCAULT, Michel. Vigiar e punir: nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 1987.

FOUCAULT, Michel. Nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008.

GETTY MUSEUM. The aesthetics of body fat in Greek and Roman sculpture. Los Angeles: Getty Museum, 2026. Disponível em: <https://www.getty.edu/>. Acesso em: 30 maio 2026.

GILMAN, Sander L. Fat boys: a slim book. Lincoln: University of Nebraska Press, 2004.

GOFFMAN, Erving. Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

GOLDENBERG, Mirian. Gênero e corpo na cultura brasileira. Psicologia Clínica, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 65-80, 2005.

GOLDENBERG, Mirian. Gênero, o corpo e imitação prestigiosa na cultura brasileira. Saúde e Sociedade, São Paulo, v. 20, n. 3, p. 543-553, 2011.

GOWRLEY, Freya. Unseemly: the visual culture of fatness. Visual Culture in Britain, 2024.

GUTHMAN, Julie; DUPUIS, E. Melanie. Embodying neoliberalism: economy, culture, and the politics of fat. Environment and Planning D: Society and Space, v. 24, n. 3, p. 427-448, 2006.

KARLSSON, Jan. Rubens, obesity and the changing ideals of beauty. Journal of Obesity and Metabolic Research, 2017.

LA SERRA, Bruna R. Moda (e) Linguagem: a roupa discursiva. Dissertação de Mestrado. Instituto de Estudos da Linguagem e Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo da Universidade Estadual de Campinas(2024).

LA SERRA, Bruna; Ximenes, Maria Alice. Moda e Linguagem na Imagem Pessoal: A escrita de quem somos. Anais do 20º Colóquio de Moda. Centro Universitário Senac de São Paulo, 2025.

LE BRETON, David. A sociologia do corpo. Petrópolis: Vozes, 2007.

LUPTON, Deborah. Fat. 2. ed. London: Routledge, 2018.

MAUSS, Marcel. As técnicas do corpo. In: MAUSS, Marcel. Sociologia e antropologia. São Paulo: EPU, 1974.

NATURHISTORISCHES MUSEUM WIEN. Venus research. Vienna: Natural History Museum

Vienna, 2026. Disponível em: <https://www.nhm.at/>. Acesso em: 30 maio 2026.

ON FAT CLOTHES: unraveling plus-size design discourse. *Design Issues*, Cambridge, MA, v. 38, n. 1, p. 17-30, 2022.

PAIM, Marina Bastos. Os corpos gordos merecem ser vividos. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 27, n. 1, 2019.

PAIM, Marina Bastos. Gordofobia nos serviços de saúde e seus efeitos no cuidado das pessoas gordas. *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 34, n. 1, 2025.

PAIM, Marina Bastos. Efeitos da gordofobia na relação com a comida, o corpo e a saúde. *Physis: Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 34, 2024.

PAIM, Marina Bastos; KOVALESKI, Douglas Francisco. Análise das diretrizes brasileiras de obesidade: patologização do corpo gordo, abordagem focada na perda de peso e gordofobia. *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 29, n. 1, 2020.

PAYNE, Blakeley H. et al. Building solidarity amid hostility: experiences of fat people in online communities. *arXiv*, 2024. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2410.04614>. Acesso em: 30 maio 2026.

PETERS, Lauren Downing. *Fashion before plus-size: bodies, bias, and the birth of an industry*. London: Bloomsbury Visual Arts, 2023.

PRAY, Ryan; RISKIN, Sarah I. et al. The history and faults of the body mass index and where to look next. *Cureus*, v. 15, n. 11, 2023.

PUHL, Rebecca M.; HEUER, Chelsea A. Obesity stigma: important considerations for public health. *American Journal of Public Health*, v. 100, n. 6, p. 1019-1028, 2010.

PUHL, Rebecca M.; HEUER, Chelsea A. The stigma of obesity: a review and update. *Obesity*, v. 17, n. 5, p. 941-964, 2009.

QUEIROZ, Renato da Silva (org.). *O corpo do brasileiro: estudos de estética e beleza*. São Paulo: Senac São Paulo, 2000.

RANGEL, Natália Fonseca de Abreu. *O ativismo gordo em campo: política, identidade e construção de significados*. 2018. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

ROTHBLUM, Esther; SOLOVAY, Sondra (org.). *The Fat Studies Reader*. New York: New York University Press, 2009.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *Gordos, magros e obesos: uma história do peso no Brasil*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014.

SNIDER, Stefanie. Fatness and visual culture: a brief look at some contemporary projects. *Fat Studies*, v. 1, n. 1, p. 13-31, 2012.

SOUZA, Bruna P. et al. O movimento plus size e o corpo. *ModaPalavra*, Florianópolis, v. 12, n. 25, 2019.

STEELE, Valerie. *The corset: a cultural history*. New Haven: Yale University Press, 2001.

TURNER, Bryan S. *The body and society: explorations in social theory*. 3. ed. London: Sage, 2008.

UNIVERSITY OF EDINBURGH. *Fat bodies in early modern Europe*. Edinburgh: University of Edinburgh, 2026. Disponível em: <https://www.research.ed.ac.uk/>. Acesso em: 30 maio 2026.

VIGARELLO, Georges. *The metamorphoses of fat: a history of obesity*. New York: Columbia University Press, 2013.

VICTORIA AND ALBERT MUSEUM. Shaping the body: from corsets to bullet-bras. London: Victoria and Albert Museum, 2026. Disponível em: <https://www.vam.ac.uk/>. Acesso em: 30 maio 2026.

WOODHOUSE, Richard. Obesity in art: a brief overview. Obesity Facts, v. 1, n. 2, p. 93-97, 2008.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. Obesity and overweight. Geneva: World Health Organization, 2025. Disponível em: <https://www.who.int/>. Acesso em: 30 maio 2026.