

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP**

Bruna Salles Braconi de Moura

Para além do osso: o corpo gordo no Brasil contemporâneo

MESTRADO EM HISTÓRIA

**São Paulo
2021**

Bruna Salles Braconi de Moura

Para além do osso: o corpo gordo no Brasil contemporâneo

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em História, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Denise Bernuzzi de Sant'Anna.

São Paulo

2020

Autorizo exclusivamente para fins acadêmicos e científicos a reprodução total ou parcial desta Dissertação de Mestrado por processos de fotocopiadoras ou eletrônicos.

Assinatura _____

Data _____

e-mail: _____

Sistema para Geração Automática de Ficha Catalográfica para Teses e Dissertações com dados fornecidos pelo autor

M929 Moura, Bruna Salles Braconi de
Para além do osso / Bruna Salles Braconi de
Moura. -- São Paulo: [s.n.], 2020.
123p ; 21,0 x 29,7 cm.

Orientador: Denise Bernuzzi de Sant'Anna.
Dissertação (Mestrado em História) -- Pontifícia
Universidade Católica de São Paulo, Programa de
Estudos Pós-Graduados em História, 2020.

1. Corpo gordo. 2. Moda plus size. 3. Gordofobia.
I. Sant'Anna, Denise Bernuzzi de . II. Pontifícia
Universidade Católica de São Paulo, Programa de
Estudos Pós-Graduados em História. III. Título.

CDD 909

Bruna Salles Braconi de Moura

Para além do osso: o corpo gordo no Brasil contemporâneo

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em História.

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Para a minha querida sobrinha Octávia.

Para você, todo o meu amor.

Agradeço à CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, que concedeu bolsas de estudos para a realização da presente pesquisa (Números dos processos: 88887.313317/2019-00 e 88887.199084/2018-00).

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora Denise Sant'Anna; obrigada por todas as reuniões, conversas, aulas, ensinamentos e, principalmente, pelo apoio e orientação durante toda a escrita desta dissertação. Foi um processo que, apesar de trabalhoso, foi muito prazeroso e inspirador graças a todo incentivo que tive durante esses dois anos de mestrado.

Agradeço à professora Carla Longhi e ao professor Vinícius Terra, por participarem da minha banca de avaliação. A todos os professores do Programa de Pós-Graduação da PUC, com quem tive o prazer de ter aulas. As aulas e discussões foram essenciais para o desenvolvimento dessa pesquisa.

Aos amigos que fiz ao longo desses anos na PUC, em especial, ao Gustavo Oliveira. Desde o primeiro dia de aula, percorreu essa trajetória comigo até o fim. Obrigada pelos almoços, pelos conselhos, por me ouvir, por ler meus textos e, principalmente, pela amizade e companheirismo. Nem acredito que chegamos até aqui!

À toda a equipe do Senac Lapa Faustolo. Às minhas amigas docentes Alba Prizão, Juliana Paradinha e Juliana Yuri, obrigada por todas as trocas, conversas, almoços, cafés e PCTDs sem fim! Ao Marcus, por todo o aprendizado e fofocas na biblioteca. E à Nathalia Anjos pelo apoio e carinho durante esses anos.

Aos meus queridos alunos, a razão pela qual continuo estudando e aprendendo. Todos vocês têm um lugar especial no meu coração.

De Niterói para a vida. Às minhas queridas e melhores amigas Bia, Char, Luiza, Manu e Thaís. Amo muito vocês e aguardo ansiosamente pelo nosso grande encontro com direito a baile de gala!

À Clarice Machado e ao Hugo Luquetti, pelas “gostosas risadas” que damos diariamente. Amo vocês!

Aos dez anos de amizade com o Taiguara Almeida. Agradeço até hoje à “Bruna de 2009” por ter ido sozinha na sua festa de aniversário. Te amo!

Ao meu melhor amigo, Erick Gomides, que mesmo estando longe continua presente na minha vida todos os dias, seja por mensagens, vídeos ou ligações. Amo você!

Aos poucos e queridos amigos de São Paulo. Brisa Salgado, obrigada pela ajuda com as traduções e também por tudo que passamos juntas. Sua mudança para SP foi o melhor presente que pude ganhar nesse último ano. Ao Cacau Francisco, meu amigo, *roomate* e colega de trabalho, sempre ao meu lado desde 2015. É incrível pensar que uma conversa despreziosa na USP nos trouxe até aqui. E ao Lucas Mikami, ex-aluno que se tornou um grande amigo. Amo muito vocês!

À Talitta Reitz, que sempre me ajudou com os meus projetos acadêmicos e profissionais, me ouviu e me deu conselhos valiosíssimos. Te amo e espero estar mais perto em breve!

Aos amigos que fiz na UEM, na UFF e na USP ao longo dos anos e que fizeram ou ainda fazem parte desta trajetória.

Agradeço imensamente à Flavia Durante por me ceder uma entrevista. Admiro muito o seu trabalho e amo o Pop Plus!

À Octávia, a minha linda sobrinha que eu amo mais do que tudo.

À Clarissa, pelo seu trabalho maravilhoso comigo desde 2015.

A um dos meus maiores incentivadores, uma das pessoas mais incríveis da qual tenho o prazer de ser amiga: Rennan Lemos. Não sei nem como agradecer por todo o apoio e amizade desde a UFF até hoje. Você é essencial na minha vida e obrigada por sempre estar aqui por mim. Te amo, morro de saudades e não vejo a hora de te reencontrar.

À minha mãe, a pessoa mais importante da minha vida, que me apoia em todas as minhas decisões. Desculpe por toda a ausência e por todos os “não posso, estou estudando” ao longo desses anos. Obrigada por tudo, mais uma vez. Te amo!

E por fim, à CAPES, pelo apoio financeiro, essencial para a conclusão dessa dissertação.

RESUMO

MOURA, B. S. B. **Para além do osso**:. 2019. 123 f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2019.

A presente pesquisa visa analisar a história do corpo gordo a partir de diferentes áreas. Neste sentido, foi realizada uma breve análise da história do corpo no século XX e de seus desdobramentos, dando destaque ao corpo gordo a partir dos anos 1960. A partir do surgimento de grupos de resistência e militância gordas, buscou-se compreender quais foram as consequências que tornaram este um assunto de destaque nos últimos anos, seja na sociedade, na moda, na beleza e na saúde. Foram analisados também movimentos sociais que entraram em voga nos últimos tempos, tais como o *Body Positivity*, *Body Image* e *Body Neutrality*. Ademais, nesta pesquisa foram dados alguns exemplos de produções artísticas que surgiram no século XXI e que colocam o corpo gordo como seu tema principal. Também foram destacados livros, músicas e vídeos feitos no Youtube por influenciadores. Por fim, foram pesquisados espaços de socialização feitos por e para pessoas gordas: as festas, as feiras de moda e os desfiles de moda.

Palavras-chave: corpo gordo, moda *plus size*, gordofobia.

ABSTRACT

MOURA, B. S. B. **Beyond the bone**. 2019. 123 p. Dissertation (Master degree in History) – Postgraduate Program in History, Pontifical Catholic University of São Paulo, São Paulo, 2019.

This research aims to analyze the history of the fat body from different areas. In this sense, a brief analysis of the history of the body in the twentieth century and its developments was carried out, giving prominence to the fat body from the 1960s onwards. From the emergence of resistance groups and fat militancy, we sought to understand what were the consequences that have made this a prominent topic in the recent years, in the society, fashion, beauty and health. Social movements that have come into vogue in recent times were also analyzed, such as Body Positivity, Body Image and Body Neutrality. In addition, in this research some examples of artistic productions that emerged in the 21st century were given and that put the fat body as its main theme. Books, songs and videos made on YouTube by influencers were also highlighted. Finally, socializing spaces made by and for fat people were studied: parties, fashion fairs and fashion shows.

Keywords: fat body, plus size fashion, fat phobia

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fachada da loja Pesso-Pan, localizada Rua José Paulino, nº 528, São Paulo	44
Figura 2 - Revista “Fon-Fon”, n. 2, de 10 de janeiro de 1920.....	47
Figura 3 - Revista “A Cigarra”, ano 17, n. 375, de junho de 1930	48
Figura 4 - Primeira edição da Festa Toda Grandona	87
Figura 5 - EVENTO NA BIO! ● CONFIRME SUA PARTICIPAÇÃO	88
Figura 6 - @ATENÇÃO SÃO PAULO@ Já separa domingo dia 19/05 pra curtir a #TODAGRANDONA na #ViradaCultural das 12h às 18h de graça na rua (Aurora x Vieira de Carvalho) 🍎🍎🌟🌟🌟 ANSIOSOSSSS?	92
Figura 7 - Achou que a gente não ia fazer nada no nosso patrocinador lindo @rio.plus? ACHOU ERRADO, BB! A equipe inteira da Toda Grandona vai estar presente no evento de 12h às 15h, nas nossas lojas parceiras incríveis [...]	93
Figura 8 - Modelo Bia Gremion desfilando para a LAB na SPFW N42	106
Figura 9 - Modelo Fluvia Lacerda desfilando para Ronaldo Fraga na SPFW N44	107
Figura 10 - Rita Carreira desfilando para Cavalera na SPFW N48	108
Figura 11 - Akeen desfilando para Isaac Silva na SPFW N48	108
Figura 12 - Gabriela Caroli desfilando para Isaac Silva na SPFW N48.....	109
Figura 13 - Preta Rara desfilando para Isaac Silva na SPFW N48	109
Figura 14 - Rita Carreira desfilando para Isaac Silva na SPFW N48	110
Figura 15 - Rita Carreira desfilando para Handred na SPFW N48.....	110
Figura 16 - Preta Rara desfilando para Free Free na SPFW N48.....	111
Figura 17 - Mayara Russi desfilando para Free Free na SPFW N48	111
Figura 18 - Fluvia Lacerda desfilando para Free Free na SPFW N48.....	112

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 1 NOTAS SOBRE A INVENÇÃO DA IDENTIDADE GORDA	21
1.1 A ascensão do <i>e-commerce</i> e a moda <i>plus size</i>	46
CAPÍTULO 2 PRODUÇÕES BIBLIOGRÁFICAS AFIRMATIVAS	52
2.1 Livros	53
2.2 Produções Artísticas	64
2.2.1 Música	64
2.2.2 Audiovisual	73
CAPÍTULO 3 ESPAÇOS DE SOCIALIZAÇÃO	85
3.1 Festa Toda Grandona	86
3.1.1 Toda Grandona <i>Pool Party</i> : onde o teste da piscina não tem vez	89
3.1.2 Festa Toda Grandona na Virada Cultural	91
3.1.3 Edições no Rio de Janeiro	92
3.2 O Pop Plus e as feiras de moda	94
3.2.1 Outras feiras de moda	103
3.3 A São Paulo Fashion Week e a Fashion Weekend Plus Size: a importância da representatividade nos desfiles de moda no Brasil	104
3.3.1 Breve histórico dos desfiles de moda	104
3.3.2 Do <i>blog</i> para as passarelas: a Fashion Weekend Plus Size	113
3.3.2.1 A Fashion Weekend Plus Size	113
CONSIDERAÇÕES FINAIS	116
REFERÊNCIAS	120

INTRODUÇÃO

O tema a ser abordado na presente pesquisa se insere na longa História do Corpo. Ora, o corpo foi intensamente investigado pelas ciências nos séculos XVIII e XIX; no século XX, transformou-se em objeto de estudo das ciências humanas, de modo que as pesquisas continuaram com afinco no século XXI. Jean-Jacques Courtine, em obra intitulada “A História do Corpo”, afirma que “O século XX é que inventou teoricamente o corpo.”¹ De fato, ao se pesquisar este tema, percebe-se que neste período houve um grande volume de publicações acerca deste complexo assunto.

O corpo foi estudado pela medicina, fisiologia, nutrição e pela moda, dentre outras subáreas do conhecimento. Embora ainda haja quem desqualifique esse campo de estudo, por considerá-lo menos relevante do que aqueles referentes à História Política ou Econômica, a “História do Corpo problematiza as questões econômico-políticas juntamente com as relativas aos valores e costumes”². Porém, ao tomarmos o estudo do corpo como principal objeto historiográfico, entendemos que ele é uma extensão da sociedade.

Ao longo dos séculos, o corpo foi numerosas vezes retratado, transformado e discutido pela sociedade. Suas mutações ao decorrer do tempo acompanham as principais mudanças sociais e também contribuem para implementá-las. Adaptamo-nos quando necessário, tiramos os espartilhos, cortamos os cabelos, nos bronzeamos, emagrecemos ou engordamos.

O século XX é o das aparências; é obcecado pela imagem. É uma

[...] época em que se fala massivamente do “culto ao corpo”, em que se assiste à fabricação de uma diversidade inédita de aparelhos, serviços, publicações, roupas e medicamentos destinados, sobretudo, à majoração da saúde, ao aumento da sedução física e do prazer, não basta a constatação de que o corpo deve ser questionado a partir de uma reflexão interdisciplinar. Pois o processo constituinte do corpo eficaz, saudável, belo, jovem, é amplamente revelador de uma história que lhe é paralela, ou seja, aquela que redefine e conjura, sem cessar, a ociosidade, a doença, a feiúra e a velhice.³

¹ COURTINE, J. J. (org.). *História do corpo*. v. 3. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 7.

² DIWAN, P. Corpo. In: PINSKY, C. B. (org.). *Novos temas nas aulas de história*. Contexto: São Paulo, 2019. p. 129.

³ SANT'ANNA, D. B. de. (org.). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 13.

Ao pensarmos em estudar a História do Corpo, encontramos diversas relações.

[...] do sujeito contemporâneo com o seu corpo: a eliminação das distinções entre são e enfermo, corpo normal e corpo anormal, da relação entre a vida e a morte em uma sociedade medicalizada de ponta a ponta; o afrouxamento de coerções e disciplinas herdadas do passado, a legitimidade outorgada ao prazer e, ao mesmo tempo, a emergência de normas e de poderes novos, biológicos e também políticos; a saúde que agora se tornou um direito e a ansiedade face ao risco, a procura do bem-estar individual e a extrema violência de massa, o contato das epidermes na vida íntima e a saturação do espaço público pela frieza dos simulacros sexuais.⁴

Neste sentido, percebemos que o corpo é um objeto completo que abarca diversas vertentes.

A abordagem do corpo mobiliza diversas ciências, obrigando a variar os métodos, as epistemologias, segundo o estudo das sensações, das técnicas, das consumações ou das expressões. Esta heterogeneidade é constitutiva do próprio objeto. Ela é insuperável e deve ser mantida como tal numa história do corpo.⁵

Assim, o objetivo desta pesquisa é entender a voga do corpo gordo no início do século XXI. A questão central da pesquisa é: como este corpo entrou em evidência e atualmente ocupa um espaço de discussão na academia e na sociedade? A partir de produções artísticas, moda e eventos, buscamos compreender como esse corpo considerado gordo passou a ter uma visibilidade positiva, deixando de ser retratado apenas em discursos relacionados à saúde e à medicina.

O interesse por pesquisas referentes ao corpo surgiu quando, ao estudarmos a História da Indumentária e da Moda, percebemos que não se aborda o corpo gordo na moda, como se este fosse o grande ausente desta área de conhecimento cada vez mais associada a um grande mercado nacional e internacional. As mudanças da silhueta feminina ocorridas ao longo dos séculos não evidenciam o corpo gordo. Não há fotografias de mulheres gordas “na moda”. Não há literatura sobre mulheres gordas. Há uma escassez de roupas produzidas para mulheres gordas. O que há em grande quantidade são textos, reportagens, publicações e revistas sobre como emagrecer ou como ser saudável, isto é, como não ser um “fardo estético”⁶ na sociedade. O corpo gordo é sempre visto como doente e imperfeito, fora dos padrões ditos normais. E a cobrança é ainda maior quando se trata de uma mulher.

⁴ COURTINE, J. J. (dir.). *História do corpo*. v. 3. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 7.

⁵ COURTINE, J. J. (dir.). *História do corpo*. v. 3. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 11.

⁶ SANT'ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016. p. 74.

A história do corpo feminino é também a história de uma dominação na qual os simples critérios da estética já são reveladores: a exigência tradicional por uma beleza quase sempre “pudica”, virginal e vigiada, impôs-se por muito tempo, antes que se afirmassem libertações decisivas repercutidas nas formas e nos perfis, movimentos mais aceitos, sorrisos mais expansivos, corpos mais desnudos.⁷

No livro intitulado “Minha História das Mulheres”, a historiadora Michelle Perrot dedica um capítulo para abordar o corpo feminino; ela discute a trajetória do corpo das mulheres – desde a sua infância, quando nascem e são menos desejadas⁸ – até a puberdade, a maternidade, e, por fim, o corpo subjugado, aquele dominado, muitas vezes roubado, em sua própria sexualidade.⁹

Quando se refere à figura da mulher gorda, percebemos que é precisamente a partir do final do século passado e início deste que ela começa a ser notada por outras áreas que não a da saúde. No Brasil, essa mudança ocorreu em meados de 2009, com a “chegada” da moda *plus size*. A expressão *plus size* passa a deixar de lado seu significado mercadológico e começa a substituir a palavra “gorda”, carregada de significados negativos.

Com o passar dos anos, e também com o crescimento do mercado *plus size*, o surgimento das blogueiras e, posteriormente, das influenciadoras gordas, o “Movimento *Plus Size*” começou a ganhar a mídia. Vivemos em tempos de internet, em uma época carregada de culto ao amor próprio e à autoestima. Tomamos como exemplo o chamado “Tour pelo meu corpo”¹⁰. Esse “quadro” foi idealizado em 2017 pela *youtuber* Luiza Junqueira e tinha como objetivo mostrar para os seus seguidores, por meio de um vídeo, cada detalhe de seu corpo.

Junqueira fica em frente a uma câmera trajando roupa íntima e relata ao seu público o que em seu corpo lhe agrada e o que não. O vídeo teve mais de dois milhões de visualizações, de modo que outras *youtubers* também seguiram os passos de Junqueira e publicaram suas versões de “Tour pelo meu corpo”¹¹. É interessante ressaltar que, mesmo que tenha sido Junqueira a idealizadora do projeto, e este tenha sido repetido por outras influenciadoras, dentre elas, gordas e magras, o maior número

⁷ COURTINE, J. J. (dir.). *História do corpo*. v. 3. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 13.

⁸ PERROT, M. *Minha história das mulheres*. Contexto: São Paulo, 2007. p. 42.

⁹ PERROT, M. *Minha história das mulheres*. Contexto: São Paulo, 2007. p. 76.

¹⁰ Tour pelo meu corpo. Canal Tá querida, Youtube. Produção Luiza Junqueira. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hDpHE2U4PEk&t=13s>. Acesso em: 20 out. 2019.

¹¹ Para outros vídeos produzidos com a mesma temática “Tour pelo meu corpo”, acessar o *link*: https://www.youtube.com/results?search_query=tour+pelo+meu+corpo.

de visualizações de vídeos foi para mulheres magras. À época, foi feito um *post* no Facebook comparando dois vídeos com quase o mesmo número de visualizações, porém, o vídeo da *youtuber* gorda recebeu mais “descurtidas” do que o da magra.¹²

A época em que vivemos é a de superexposição, cuja tendência é registrar nas redes sociais todos os aspectos do cotidiano, em particular, os cuidados com o corpo e as suas imagens. O “Tour pelo meu corpo” foi uma forma de evidenciar que essas *youtubers* que gravaram os vídeos têm o controle de seus corpos, a despeito de toda a pressão estética existente, e que está tudo bem não gostar de alguns detalhes corporais; também está tudo bem se incomodar, querer mudar algo ou não. E, ao mesmo tempo em que vivemos essa superexposição de corpos, também há uma “superedição” do que se pretende exibir: cada vez mais temos acesso a aplicativos de edição de fotos e de vídeos, concebidos para deixar nossos corpos mais próximos da “perfeição”, ou seja, sem celulites, manchas, espinhas ou estrias.

Na presente pesquisa, serão utilizadas diferentes fontes históricas. Desde matérias do jornal A Folha de São Paulo e reportagens do portal *online* Universa, até livros escritos no começo do século XXI que têm como tema principal o corpo gordo, e também músicas e vídeos do Youtube. Também discorreremos sobre os espaços de socialização pensados principalmente por e para pessoas gordas, tais como festas, feiras de moda e desfiles.

Apresentação dos capítulos

A estrutura organizacional desta dissertação está disposta em três capítulos. O intuito aqui é demonstrar como a história do corpo gordo se desenvolveu ao longo dos anos, principalmente a partir da primeira década do século XXI.

O primeiro capítulo, intitulado “Notas sobre a invenção da identidade gorda”, discorre brevemente sobre os desdobramentos da história do corpo ao longo do século XX, de forma a pontuar que o corpo foi estudado por diversas áreas científicas, até chegar nas ciências humanas; a partir deste macrotema, abordamos o corpo gordo como ponto principal da pesquisa.

¹² Tour pelo meu corpo: *youtuber* gorda tem muito mais rejeição que magra. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/01/06/tour-pelo-corpo-youtuber-gorda-tem-muito-mais-rejeicao-que-magra.htm>. Acesso em: 06 jun. 2020.

Neste capítulo, evidenciamos que, apesar da quantidade limitada de fontes, a história do corpo gordo teve importantes acontecimentos a partir da década de 1960. Não do ponto de vista sob o qual estamos acostumados a encontrar em livros, revistas ou jornais, mas a partir de um novo olhar, que é o de ativistas gordos (ou gordoativistas).

Deste modo, o crescimento do ativismo gordo nos Estados Unidos abriu espaço para que grupos de resistência surgissem com o intuito de discutir temas relacionados ao cotidiano da pessoa gorda, tais como: acessibilidade, saúde, lazer, relacionamentos, comportamento, trabalho, dentre outros. As consequências desses movimentos foram discursos que atualmente se popularizaram graças também ao ativismo pela internet. Os movimentos *Body Positive*, *Body Image* e *Body Neutrality*, frutos de décadas passadas, são cada vez mais discutidos por ativistas, pesquisadores, influenciadores ou por pessoas que se identificam com algum deles em geral.

Outro fator importante para o desenrolar da história do corpo gordo foi a moda. Conhecida por excluir corpos fora do padrão normativo vigente, a moda regular abriu espaço para a criação da moda *plus size*. Este é um novo nicho de mercado para pessoas que usam tamanhos grandes e que não os encontram nas lojas. Ao contrário do que ocorre nos Estados Unidos, onde a moda *plus* já está consolidada, no Brasil ela ainda é recente, tanto que começamos usar o termo *plus size* há poucos anos. Era comum encontrarmos, para alertar potenciais consumidoras fora do padrão, plaquinhas com os dizeres “tamanhos especiais” ou “tamanhos grandes” em vitrines de algumas lojas que vendiam manequins além da grade regular.

No Brasil, a moda *plus size* está em crescimento também devido à expansão do *e-commerce*, uma maneira de comprar que se tornou muito popular entre pessoas gordas que não encontravam nas lojas físicas roupas maiores e com um estilo que lhes agradasse.

A moda *plus size* é um tópico importante na construção da história do corpo gordo, haja vista que faz parte da formação da identidade dos sujeitos participantes de seu tempo. Ao lermos relatos antigos de pessoas gordas, sempre nos deparamos com a dificuldade de encontrar roupas que lhes coubessem, e como isso se tornava um peso para elas.

O segundo capítulo desta pesquisa é voltado à análise das novas produções artísticas acerca do corpo gordo. A fim de dar embasamento à pesquisa, dividimos o texto em três etapas: livros, músicas e vídeos da plataforma Youtube. É importante frisar que todas as produções elegidas foram lançadas na segunda metade do século XXI.

Em relação aos livros, escolhemos três, quais sejam: o primeiro, denominado “Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo”, foi escrito pelas atrizes Cacau Protásio, Fabiana Karla, Mariana Xavier e Simone Gutierrez, e é uma narrativa biográfica sob o ponto de vista das escritoras; o segundo livro é “Gorda não é palavrão: como ser feliz gostando do seu corpo como ele é”, de autoria da modelo *plus size* Fluvia Lacerda, que também conta a sua trajetória de vida; por último, elegemos “Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário”, da jornalista, ativista e *youtuber* Alexandra Gurgel, que também traz a narrativa de sua história. Optamos por essas três obras porque, além de não haver muita literatura sobre o corpo gordo que não esteja vinculada à saúde, estas são recentes, escritas por mulheres gordas e são de fácil leitura, ou seja, podem ser destinadas a todos os públicos.

A segunda parte do capítulo é voltada à análise da dupla Rap Plus Size, formada por Jupitter Zamboni e Sara Donato. A dupla ficou conhecida por escrever letras relacionadas ao cotidiano de pessoas gordas. Selecionamos algumas que têm a ver com esse tema e analisamos os pontos em comum entre elas, bem como a forma pela qual se comunicam, a linguagem utilizada, as expressões e as palavras de ordem.

A última parte do segundo capítulo é voltada ao audiovisual. Elencamos os dez vídeos brasileiros sobre o movimento *Body Positive* que têm o maior número de visualizações no Youtube. A partir dessa seleção, também discutimos vídeo por vídeo e as principais ideias sobre o movimento *Body Positive* que cada *youtuber* quer transmitir para o seu público. Também outros dois movimentos que estão em voga no país foram abordados no primeiro capítulo, mas, a partir de uma pesquisa feita nas redes sociais, percebemos que o *Body Positive* é o mais popular, visto que tem maior número de postagens e de adeptos.

O terceiro e último capítulo da dissertação versa sobre os espaços de socialização voltado às pessoas gordas. Foi possível perceber que, ao longo das

décadas, sempre houve eventos para este tipo de público, fossem para promover encontros, compartilhar ideias, experiências, comprar ou socializar. O espaço para trocas tornou-se cada vez mais importante para a história do corpo gordo no Brasil.

Neste sentido, foram selecionados três tipos de eventos que entendemos serem partes significativas da construção da história do corpo gordo: festas, feiras de modas e desfiles de moda.

A festa analisada foi a Toda Grandona, que ocorreu entre os anos de 2018 e 2019. Ela foi concebida e executada por ativistas gordos no intuito de ser um espaço para pessoas que querem dançar, beber e socializar, mas que não se sentem à vontade em festas voltadas a um “público padrão”. O Coletivo Volume inaugurou a festa Toda Grandona na cidade de São Paulo, mas o sucesso foi tamanho que também ocorreram algumas edições no município do Rio de Janeiro.

A Toda Grandona seguiu a mesma prescrição de festas tradicionais: foram realizadas em casas noturnas de fácil localização, o cardápio era em sua maioria composto por bebidas alcóolicas e os DJs tocavam as músicas do momento. Algumas edições também contaram com *shows* e performances. Graças à popularidade do evento, a festa se expandiu em outras duas versões: *pool party*¹³ e Toda Grandona na Virada Cultural. Foram dois anos de espaços lotados até que, no final de 2019, o Coletivo Volume publicou uma nota em seu perfil do Instagram oficializando o fim da festa.

Dando continuidade, analisaremos as feiras de moda a partir do Pop Plus, considerada a maior feira de moda *plus size* do mundo. Neste item, discutiremos tanto a expansão do Pop Plus devido ao aumento do público ao longo dos anos, como a popularização e a importância da moda *plus size*, e também como este evento se tornou um lugar de encontros, trocas e acolhimento. Também em decorrência do Pop Plus, as pessoas gordas passaram a ter mais visibilidade no que se refere ao sistema da moda, sendo que muitas marcas surgiram com o intuito de suprir essa lacuna no mercado consumidor. A empresária e idealizadora do evento oportunizou um espaço na feira destinado a apresentações de dança, música e ginástica. Ademais, desde 2016 são realizados debates sobre os mais variados temas, mas sempre com a preocupação de colocar a pessoa gorda como ponto principal da discussão.

¹³ Festa na piscina.

Por fim, trataremos dos desfiles de moda. Neste tópico, abordaremos brevemente a história dos desfiles de moda, a partir do final do século XIX, passando por todo o século XX e chegando ao início do XXI. Discorreremos também sobre o surgimento da São Paulo Fashion Week, atualmente considerada uma das principais semanas de moda do mundo. Apesar de ser um importante evento do calendário de moda do país, ainda é excludente com pessoas fora do padrão normativo atual, pois por muito tempo, as marcas que desfilavam suas coleções não contratavam modelos gordas.

Sob esse contexto, e a fim de se contrapor a esse paradigma de corpo ideal, surgiu em 2010 a Fashion Weekend Plus Size, concebido para o público que veste manequim além do número 46. A FWPS é um espaço voltado a varejistas e a fashionistas que buscam saber quais são as principais tendências da moda *plus size*. O evento se divide entre desfiles de aproximadamente quinze marcas e palestras sobre os mais diversos temas, sempre direcionadas especificamente para esse público.

CAPÍTULO 1 NOTAS SOBRE A INVENÇÃO DA IDENTIDADE GORDA

*“Mas ainda se vê como as lutas políticas, as aspirações individuais colocaram o corpo no coração dos debates culturais, transformaram profundamente a sua existência como objeto de pensamento”.*¹⁴

Jean-Jacques Courtine
História do Corpo
(2008, p. 9)

No século XX, a historicização do corpo tornou-se cada vez mais frequente, principalmente a partir da década de 1960, quando historiadores e outros pesquisadores de diferentes países passaram a pensar o corpo como objeto privilegiado para o estudo da história. Foram, então, realizadas pesquisas sobre a história da obesidade, da anorexia e da bulimia, da beleza, dos esportes, das emoções e da medicina; foram investigadas “as sensibilidades do corpo, na vida privada e cotidiana, na história das mulheres e das crianças.”¹⁵

Segundo Sant’Anna, “o conhecimento do corpo é por excelência histórico, relacionado aos receios e sonhos de cada época, cultura e grupo social”.¹⁶ Portanto, apesar de ser recente, há um crescente material sobre este tema que é constantemente analisado sob diferentes aspectos. Existem diversos motivos pelos quais o estudo do corpo é importante, e nessa pesquisa explicitaremos alguns. De acordo com a historiadora Kathleen Canning, o estudo do corpo é importante porque

Em alguns estudos históricos, os corpos, como significantes, metáforas ou emblemas alegóricos, prometem novos entendimentos da nação ou formação social. Em outros, o corpo - como local de intervenção ou de inscrição superfície - especifica e amplia nossa compreensão dos processos de disciplina social ou do alcance do estado assistencialista intervencionista, da medicalização, profissionalização, racionalização da produção e reprodução.¹⁷

¹⁴ COURTINE, J. J. (dir.). *História do corpo*. v. 3. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 9.

¹⁵ SANT’ANNA, D. B. de. As infinitas descobertas do corpo. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 14, p. 235-249, jun. 2000. p. 240.

¹⁶ SANT’ANNA, D. de. As infinitas descobertas do corpo. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 14, p. 235-249, jun. 2000. p. 237.

¹⁷ CANNING, K. The body as a method? Reflections on the place of the body in Gender History. *Gender & History*, v. 11, n. 3, p. 499-513, nov. 1999. p. 500, tradução nossa. “*In some historical studies, bodies, as signifiers, metaphors or allegorical emblems, promise new understandings of nation or social formation. In others the body – as a site of intervention or inscriptive surface – specifies and expands our grasp of the processes of social discipline or the reach of the interventionist welfare state, of medicalisation, professionalisation, rationalisation of production and reproduction.*”

Já na perspectiva de historiadores reunidos em coleções sobre a história do corpo, da virilidade e das emoções, estudar o corpo é analisar o que há de mais complexo, próximo e, simultaneamente, fugidio dentro da vida humana. Para Corbin:

A abordagem do corpo mobiliza diversas ciências, obrigando a variar os métodos, as epistemologias, segundo o estudo das sensações, das técnicas, das consumações ou das expressões. Esta heterogeneidade é constitutiva do próprio objeto. Ela é insuperável e deve ser mantida como tal numa história do corpo.¹⁸

Tal como já mencionado anteriormente, evidenciaremos nesta pesquisa os estudos acerca do corpo gordo nos séculos XX e XXI. Contudo, é importante destacar que a maneira pela qual enxergamos os corpos em diferentes épocas – e, por conseguinte, definimos um padrão estético sobre eles – está diretamente relacionada às mentalidades e aos paradigmas de cada momento histórico. Vigarello afirma que a estigmatização¹⁹ sobre o gordo é algo recente e que, em épocas passadas, a corpulência poderia significar fartura, saúde e riqueza; em uma época de fome e de escassez, por exemplo, saúde significava barriga cheia.²⁰ A gordura também já esteve em consonância com beleza, delicadeza e gentileza. Ser gordo, portanto, nem sempre foi motivo para insultos.

Assim como os padrões estéticos de cada época mudam, as opiniões acompanham os vestígios de um período. De fartura e saúde, o aumento de peso e de tamanho corporal passam a ser vistos como fracasso, lentidão e incapacidade; o corpo gordo torna-se pesado, guloso e não confiável. Aos poucos, um modelo de magreza e esbeltez²¹ é imposto para substituir os excessos do corpo.

A preocupação com o formato do corpo e com o aumento do peso começam a surgir a partir do século XIX, principalmente em decorrência de maior exposição de corpos em lugares públicos. O acesso a praias nos dias de calor e o uso de roupas de banho mostram os corpos reais, ou seja, as partes que não conseguimos disfarçar e nem esconder por meio de vestimentas. Surge uma atenção particular ao número que é mostrado na balança.

¹⁸ CORBIN, A. (dir.). *História do corpo*. v. 1. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 11.

¹⁹ VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente*. Da Idade Média ao século XX. Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012.

²⁰ VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente*. Da Idade Média ao século XX. Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012.

²¹ VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente*. Da Idade Média ao século XX. Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012. p. 71.

Os corpos desnudam-se mais no final do século XIX, o que aumenta a vigilância sobre o obeso: do lazer à intimidade, da moda ao comportamento. A gordura é denunciada de modo mais precoce, designando de cara o desagradável ou o feio. A pressão sobre o gordo ganha intensidade.²²

O corpo gordo, agora sob constante vigilância, precisa emagrecer para “pertencer”. Surge também uma preocupação com a alimentação, que vem acompanhada de novas justificativas; fala-se em redução de carboidratos, contagem de calorias e controle de açúcar.²³ O corpo passa a ser vigiado e manipulado. Não emagrecer significa não caber nas roupas, mas também não participar de atividades ao ar livre, não se preocupar com a saúde e ser alvo de constante desaprovação dos olhares dos outros.

No início do século XX, os discursos que acompanharam o sofrimento dos corpulentos vieram, em grande parte, da publicidade, tanto no que se refere à área da medicina, quanto da moda. Isto é, no Brasil, tornou-se hábito comum jornais antigos exibirem uma quantidade razoável de anúncios de remédios emagrecedores ou peças de vestuário que ajudavam a “disfarçar” o corpo e a “promover a esbelteza”²⁴; eram “pílulas, poções, banhos, cintas ou corpetes.”²⁵ Entre coletes e cintas, laxantes e tônicos²⁶, a aversão à gordura passa a ser modelada na sociedade.

Após a publicidade recorrente e a ascensão das revistas dedicadas ao público feminino recheadas de discursos sobre a beleza ideal, décadas mais tarde, precisamente entre os anos de 1930 e 1940, “a ideia de que ‘engordar é envelhecer, é perder a elegância e a esbelteza’ começou a se espalhar nos conselhos dirigidos às mulheres e em artigos sobre higiene e saúde”²⁷.²⁸

Assim, a obsessão e teorização²⁹ do corpo no século passado trouxe à tona discussões sobre os variados modelos que surgiram e também sobre as suas

²² VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente. Da Idade Média ao século XX*. Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012. p. 245.

²³ VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente. Da Idade Média ao século XX*. Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012. p. 245.

²⁴ SANT’ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos: uma história do peso no Brasil*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016. p. 68.

²⁵ SANT’ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos: uma história do peso no Brasil*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016. p. 284.

²⁶ SANT’ANNA, D. B. de. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014. p. 33.

²⁷ Revista da Semana, Rio de Janeiro, ano XLII, n. 10, 8 mar. 1941 apud SANT’ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos: uma história do peso no Brasil*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016. p. 72.

²⁸ SANT’ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos: uma história do peso no Brasil*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016. p. 72.

²⁹ COURTINE, J. J. (dir.). *História do corpo*. v. 3. Petrópolis: Vozes, 2008.

diferentes formas. O objetivo nem sempre era o mesmo, mas, definitivamente, este era um assunto em evidência. Para Soares,

A ambição de conhecer e de controlar o corpo, de adentrar sempre mais e mais neste território obscuro e que parece sempre reservar algo a ser ainda explorado, revela uma compreensão predominante: os discursos sobre a materialidade corpórea constroem-se ao largo da história e da subjetividade [...] ³⁰

A discussão sobre corpo, peso e volume surgiu há pouco tempo, portanto, ainda há muito a ser feito no campo da historiografia e da história. Como forma de dar início a este trabalho, cabem aqui os seguintes questionamentos que foram ponto de partida para a reflexão desta pesquisa: em qual tipo de corpo estou pensando? Quais são as características que o definem? Qual a sua funcionalidade? Qual é o seu papel social? Como ele é visto na sociedade?, dentre outros. Um corpo visto por um artista é diferente da visão que um médico vai ter sobre o mesmo objeto. “É necessário medir essa abundância de referências corporais, essa variedade que proíbe equipá-las em uma mesma disciplina científica, ou mesmo, dar-lhes uma coerência e uma unidade *a priori*.”³¹

Usa-se o tamanho de um corpo para exemplificar um tipo bem-sucedido ou não, se aquele modelo é o “correto”, ou seja, se é o que mais se encaixa nos nossos tempos. Medicaliza-se o corpo gordo com remédios, cirurgias bariátricas e outras terapias intensivas, com o propósito de torná-lo feliz, capaz, pleno e satisfeito. Emagrecem o corpo gordo e criam-lhe uma nova identidade, pois não será mais estigmatizado. Ora, sabemos que as formas corporais ideais mudaram ao longo da história, e que por meio da leitura de um corpo conseguimos determinar de que época se fala. “A história do corpo é heterogênea.”³²

Nas últimas décadas tem crescido a quantidade de discursos sobre a diversidade corporal, tanto nos portais de notícias *online* como nas mensagens corajosas de influenciadoras para seus seguidores e também em trabalhos acadêmicos de pesquisadores das mais diferentes áreas.

³⁰ SOARES, C. L. Pedagogias do corpo. *Labrys Estudos Feministas*, v. 4, ago./dez., 2003, n.p. Disponível em: labrys.net.br/labrys4/textos/car1.htm. Acesso em: 30 jun. 2020.

³¹ VIGARELLO, G. A história e os modelos de corpos. *Pro-Posições*, Campinas, v. 14, n. 2, p. 21-29, maio/ago. 2003. p. 22.

³² VIGARELLO, G. A história e os modelos de corpos. *Pro-Posições*, Campinas, v. 14, n. 2, p. 21-29, maio/ago. 2003. p. 23

Consequentemente, a lógica dos padrões corporais passou a ser discutida também no Brasil. O *site* de notícias *online* Universa, por exemplo, é um dos que têm publicado matérias que abordam o corpo gordo. O conteúdo varia entre autoestima³³, gordofobia³⁴ e moda³⁵. Ou seja, são pautas antigas vinculadas a assuntos atuais. Essa guinada nos canais de notícias femininas é recente no país, visto que há poucos anos era bastante comum encontrar reportagens responsáveis por disseminar o *body shaming*³⁶, principalmente em revistas de moda e de dieta. Como exemplo, podemos citar a revista Glamour que em 2013 publicou uma reportagem denominada “Manual de autoajuda das férias”³⁷, cujo objetivo era salvar a mulher que não havia perdido os “quilinhos extras”, a fim de que ela pudesse aproveitar a praia no verão. A reportagem dá dicas absurdas de como ser “uma vencedora na praia quando a dieta não funcionou”, no caso de a leitora ter sido reprovada na “prova da praia”³⁸; todas essas “dicas” se referem a esconder o corpo, seja com roupas, seja “enterrada na areia”.

³³ Com reportagens como: Plus size posa nua e sem retoques em apoio à Marcha das Mulheres. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/01/23/plus-size-posa-nua-e-sem-retoques-em-apoio-a-marcha-das-mulheres.htm>. Acesso em: 28 mar. 2020; Filha de Arlindo Cruz segue carreira de modelo plus size: "Amor-próprio". Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/07/17/filha-de-arlindo-cruz-veste-em-carreira-de-modelo-plus-size.htm>. Acesso em: 28 mar. 2020; Ashley Graham conta seu segredo para desafiar a gravidade com decote: nada. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/12/09/ashley-graham-counta-seu-segredo-para-desafiar-a-gravidade-com-decote-nada.htm>. Acesso em 28 mar. 2020.

³⁴ Com reportagens como: Gordofobia: 10 frases preconceituosas que as pessoas falam sem perceber. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/08/30/gordofobia10-frases-preconceituosas-que-as-pessoas-falam-sem-perceber.htm>. Acesso em: 28 mar. 2020; Thais Carla conta que sofreu gordofobia em *shopping*: "Por que fazem isso?". Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/01/26/thais-carla-counta-que-sofreu-gordofobia-em-shopping-por-que-fazem-isso.htm>. Acesso em: 28 mar. 2020; "Gorda não consegue namorar": 5 frases que parentes precisam parar de falar. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/02/19/gorda-assim-6-frases-gordofobicas-que-nenhuma-familia-deveria-dizer.htm>. Acesso em: 28 mar. 2020.

³⁵ Com reportagens como: "50% do nosso negócio é *plus size*", diz estilista queridinho das famosas. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/06/18/50-do-nosso-negocio-e-plus-size-diz-estilista-queridinho-das-famosas.htm>. Acesso em: 28 mar. 2020; Modelo *plus size* cria linha de fantasias para mulheres gordas. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/01/21/ela-criou-uma-linha-de-roupas-de-carnaval-plus-size.htm>. Acesso em: 28 mar. 2020; Na Semana de Moda de Londres, modelos *plus size* protestam por inclusão. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/02/15/na-semana-de-moda-de-londres-modelos-plus-size-protestam-por-inclusao.htm>. Acesso em: 28 mar. 2020.

³⁶ *Body shaming* ou “vergonha do corpo” significa a crítica pública sobre o corpo de um indivíduo. A crítica pode ser sobre estar “acima” ou “abaixo” do peso.

³⁷ Manual de autoajuda das férias. Disponível em: <https://revistaglamour.globo.com/Lifestyle/noticia/2013/12/manual-de-autoajuda-das-ferias.html>. Acesso em: 28 mar. 2020.

³⁸ SANT'ANNA, D. B. de. Da gordinha a obesa: paradoxos de uma história das mulheres. *Labrys Estudos Feministas*, jan./jun., 2014, n.p. Disponível em: <https://www.labrys.net.br/labrys25/corps/denise.htm>. Acesso em: 28 mar. 2020.

Ainda é comum encontrarmos textos como esse, seja na internet, seja nas bancas, porém, este já é um discurso que tem sido combatido por pessoas que questionam os padrões atuais impostos pela sociedade. Ademais, este tipo de reportagem não é novidade na mídia, visto que, já no final do século XIX,

Os corpos de carnes caídas tornam-se objetos de zombaria explorado pelos ilustradores de verão. Surpresas e ironia com os banhistas retratados como “esferas”³⁹, bolas⁴⁰, tábuas⁴¹; estacas⁴², boias⁴³, baleias⁴⁴, torpedeiros⁴⁵. O ridículo das “gordas senhoras”⁴⁶ está na ordem do dia. As novas formas de lazer deixam entrever “monstruosidades”⁴⁷. Daí o aumento das pressões pelo emagrecimento.⁴⁸

Apesar de parecer recente, essa discussão sobre o corpo gordo tem sido pauta importante em movimentos sociais desde meados da década de 1960, principalmente nos Estados Unidos e, posteriormente, na Europa.

Faz-se importante entendermos a razão de o debate sobre esse corpo ter surgido nessa década em particular. Quando pensamos na sociedade da década de 1960, surge em nossa mente corpos jovens, magros e esqueléticos. A pele deveria ser lisa, tal qual os cabelos⁴⁹, bem como a cintura fina, a barriga magra, firme e bronzeada.⁵⁰ Sant’Anna afirma que, “para alcançar o pódio da singularidade pessoal, era preciso perder peso.”⁵¹ De acordo com Vigarello, nas revistas,

o peso das aparências físicas se impôs: fotos de rostos ou corpos ampliadas em página inteira, sinais esticados até o limite do espaço, corpos escorregadios de curvas superdimensionadas, quadris e bumbuns especificamente “enquadrados”, interminavelmente reproduzidos e realçados.⁵²

³⁹ O autor faz referência ao maganize Le Charivari, de 13 de julho de 1885.

⁴⁰ O autor faz referência ao maganize Le Charivari, de 14 de julho de 1866.

⁴¹ O autor faz referência ao maganize Le Charivari, de 29 de julho de 1880.

⁴² O autor faz referência ao maganize Le Charivari, de 1º de julho de 1889.

⁴³ O autor faz referência ao maganize Le Charivari, de 17 de julho de 1884.

⁴⁴ Cf.: CHAM. “Je vous avais prise pour une baleine!” Douze Années Comiques: 1868-1879. Paris [s.e.], 1880. p. 97.

⁴⁵ O autor faz referência ao maganize Le Charivari, de 28 de julho de 1889.

⁴⁶ O autor faz referência ao maganize Jornal de la beauté, de 23 de setembro de 1899.

⁴⁷ O autor faz referência ao maganize La Vie Parisienne, de 1898. p. 560.

⁴⁸ VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente. Da Idade Média ao século XX*. Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012. p. 252.

⁴⁹ SANT’ANNA, D. B. de. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014. p. 127

⁵⁰ SANT’ANNA, D. B. de. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014. p. 128.

⁵¹ SANT’ANNA, D. B. de. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014. p. 129.

⁵² VIGARELLO, G. *História da beleza*. Rio de Janeiro: Ediouro Publicações, 2006. p. 175.

Em sua obra intitulada “As metamorfoses do gordo: história da obesidade”, Vigarello também pontua uma maior vigilância sobre o corpo gordo a partir do século XIX, principalmente quando este fica mais desnudo: “A gordura é denunciada de modo mais precoce, designando de cara o desagradável ou o feio. A pressão sobre o gordo ganha intensidade.”⁵³ E complementa: “A ascensão do lazer, reviravolta na moda, no vestuário, recomposição dos espaços íntimos, tantas mudanças na segunda metade do século XIX influíram na maneira de encarar e julgar as formas corporais.”⁵⁴

Mais tarde, em decorrência de uma imensa revolução dos costumes trazida pela década de 1960, a minissaia entrou em voga e os joelhos femininos ficaram de fora; a juventude como protagonista da década se impôs dentro e fora das universidades, assim como a música baseada no *rock and roll*, os festivais, a revolução sexual, o advento da pílula anticoncepcional, a ascensão do movimento feminista e das manifestações contrárias às guerras contribuíram para que fosse instituído um lugar de maior prestígio à ideia de um corpo não em conformidade com os padrões até então vigentes. E no meio desse turbilhão de novidades, um pequeno grupo de pessoas no estado da Califórnia, Estados Unidos, começou a discutir e a lutar em favor de padrões estéticos até então considerados inferiores. Essas mulheres, em sua maioria, gordas, feministas e lésbicas, deram o pontapé inicial no que conhecemos atualmente por Ativismo Gordo ou Gordoativismo.

Segundo a pesquisadora Charlotte Cooper, ativismo gordo ou gordoativismo “é autoaceitação, é sobre ser *body positive*, ele faz campanha por mudanças sociais, desafiando estigmas, trata-se de comer, trata-se de saúde, é insignificante.”⁵⁵ O ativismo gordo também tem a ver com mudar situações que afetem e/ou dificultem o cotidiano de uma pessoa gorda. O ativismo gordo é sobre políticas públicas. É sobre entrar em um ônibus e não entalar na catraca, ou sentar em uma cadeira sem receio de quebrá-la, é ocupar a poltrona de um avião sem sentir desconforto durante todo o voo ou ter que pedir ao comissário de bordo a extensão do cinto de segurança. É uma luta por direitos básicos também, tais como emprego, saúde e lazer.

⁵³ VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente*. Da Idade Média ao século XX. Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012.p. 245.

⁵⁴ VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente*. Da Idade Média ao século XX. Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012. p. 267.

⁵⁵ COOPER, C. *Fat activism: a radical social movement*. Bristol: HammerOn Press, 2016. Posição 1214 (tradução nossa). “*Fat activism is self-acceptance, it’s about being body positive, it’s campaigning for social change, it’s challenging stigma, it’s about eating, it’s about health, it’s negligible*”.

Ainda nos anos 1960, algumas pessoas já manifestavam publicamente o seu descontentamento no que se refere à imposição de um padrão de beleza magro, lindo e jovem. A união em torno dessa opressão foi que transformou todo esse sentimento em movimento. Em junho de 1967, um grupo de cerca de quinhentas pessoas foram ao Central Park, na cidade de Nova Iorque, para tomar sorvete e se manifestarem. Foi o primeiro protesto documentado relacionado ao Ativismo Gordo.⁵⁶ De acordo com Cooper⁵⁷, a revista *Sports Illustrated* relatou que os participantes carregavam faixas com as palavras de ordem “Poder gordo” e “Buddha foi gordo” e alguns usavam *bottons* com os dizeres “leve uma garota gorda para jantar” ou “ajude a curar o emagrecimento”.

Cooper complementa: “Alguns utilizavam roupas para expressar seu desdém pela perda de peso, exibindo-se em listras horizontais (há muito consideradas na cultura popular como uma moda não-não para pessoas gordas).”⁵⁸ Eles também queimaram uma pilha de livros de dietas, fotografias da modelo Twiggy e ofereceram uns aos outros “comidas de engorda” levadas especialmente para a ocasião.⁵⁹

Dois anos depois, em 1969, foi fundada a NAAFA (*National Association to Advance Fat Acceptance*)⁶⁰, uma associação sem fins lucrativos formada com o intuito de proteger e defender os direitos e a qualidade de vida de pessoas gordas. Por trás dessa organização estavam o jornalista Llewellyn (Lew) Louderback e o engenheiro William Fabrey.

Louderback foi o autor do artigo “Mais pessoas deveriam ser gordas”⁶¹, no qual criticou a maneira como pessoas gordas são vistas bem como todos os estereótipos que são criados ao redor delas. O jornalista relatou que os norte-americanos são prisioneiros de uma cultura que endeusa a magreza; denunciou a falta de

⁵⁶ FLETCHER, D. The Fat-Acceptance Movement. *Time*. 31 jul. 2009. Disponível em: <http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,1913858,00.html>. Acesso em: 16 fev. 2020.

⁵⁷ COOPER, C. *What's fat activism?*. Working Paper WP2008-02. Department of Sociology, Working Paper Series, University of Limerick, sep., 2008. Disponível em: <http://www.ulsites.ul.ie/sociology/sites/default/files/Whats%20Fat%20Activism.pdf>. Acesso em: 3 out. 2019.

⁵⁸ COOPER, C. *Fat activism: a radical social movement*. Bristol: HammerOn Press, 2016. Posição 2251-2258 (tradução nossa). “Some used clothing to express their disdain for weight loss, flaunting themselves in horizontal stripes (long regarded in popular culture as a fashion no-no for fat people)”.

⁵⁹ COOPER, C. *Fat activism: a radical social movement*. Bristol: HammerOn Press, 2016. Posição 2258 (tradução nossa). “People ate forbidden junk food together and the climax of the event was a burning of a life-sized photograph of the model Twiggy, who represented to Post the symbolic elevation of thinness above all else”.

⁶⁰ Disponível em: <https://www.naafaonline.com/dev2/about/index.html>. Acesso em: 16 fev. 2020.

⁶¹ LOUDERBACK, L. More people should be fat. *Saturday Evening Post*. 04 nov. 1967.

oportunidades para pessoas gordas no mercado de trabalho e salientou que, se forem contratadas, não terão um cargo de prestígio. Louderback reclamou ainda que não há quem defenda as pessoas gordas de todas agressões e violências que estas sofrem em seu dia a dia; também tratou de dietas e de sua ineficácia, ressaltando que a maioria das pessoas que emagrecem voltam a ganhar peso após algum tempo. Por fim, atenta para o entendimento geral de que, se uma pessoa é gorda, presume-se que há algo de errado com ela, e que isso só vai mudar quando ela emagrecer.

A NAAFA foi formada inicialmente por pessoas não politizadas e se transformou em uma série de pequenos grupos sociais. A organização se tornou importante porque foi capaz de unir pessoas isoladas e solitárias, e também popularizou linguagens e conceitos exclusivos do movimento, tais como *supersized*, *fat admirer* e *fat acceptance*⁶².

Atualmente, a NAAFA coordena diversos eventos e, em 2019, foi comemorado o 50º aniversário da organização. Apesar de se comprometer a divulgar uma agenda por mudanças sociais para pessoas gordas, a organização se fragmentou devido à inexperiência de gestão e à diversidade de opiniões de seus integrantes. Posteriormente, em 1973, os remanescentes da NAAFA fundaram o *The Fat Underground*.

Segundo Cooper, o *The Fat Underground* foi fundado por Judy Freespirit (também conhecida como Vivian F. Mayer) e por Aldebaran (também conhecida como Sara Golda Bracha Fishman), ex-membras da NAAFA. As duas faziam parte do Coletivo de Terapia Feminista Radical, que usava o modelo social para saúde mental e oportunizava um espaço para mulheres redefinirem-se e tomarem medidas pessoais e políticas contra a opressão que sofriam.⁶³

O movimento exigia mudanças sociais radicais, pois acreditava que isso afetaria o modo como as pessoas gordas seriam vistas no dia a dia: “Mude a sociedade, não nós mesmos” era uma das regras que os membros pregavam.

O FU, durante os anos em que foi ativo, oferecia oficinas e estudava literatura médica, além de realizar algumas intervenções. Uma delas, por exemplo, consistiu

⁶² Pessoa que veste tamanhos grandes, admirador de pessoas gordas e aceitação do corpo gordo.

⁶³ “*The Fat Underground was part of a radical feminist therapy collective which used a social model for mental health and provided a space for women to redefine themselves and take personal and political action against their oppression*”. COOPER, C. *What's fat activism?*. Working Paper WP2008-02. Department of Sociology, Working Paper Series, University of Limerick, sep., 2008. p. 7. Disponível em: <http://www.ulsites.ul.ie/sociology/sites/default/files/Whats%20Fat%20Activism.pdf>. Acesso em: 3 out. 2019.

em ocupar um seminário de modificação de comportamento em uma universidade. Aldebaran contou que, para esta ação, foi necessária a ajuda de alguns amigos gordos. Lynn McAfee, outra integrante, levou vinte mulheres gordas ao palco do seminário, tomou o microfone da palestrante e fez um discurso de um minuto. Aldebaran relatou que, após este discurso, muitas mulheres levantaram-se e foram embora da aula.⁶⁴

Em novembro de 1973, Freespirit e Aldebaran publicaram um manifesto do FU, expondo intenções, ambições e desejos do grupo. O documento, também feminista, exigia mudanças na sociedade em relação à pessoa gorda. O manifesto teve como principais pontos o ataque à indústria da dieta e dos medicamentos para emagrecer, o que inclui livros, vigilantes do peso e alimentos dietéticos. Elas defendiam a inserção de pessoas gordas na sociedade e que não houvesse mais diferenciação em razão do tamanho corporal. As ativistas também destacaram o acesso a bens públicos, locais, saúde, educação e emprego.

Cooper aponta que

O Manifesto de Liberação da Gordura de Freespirit e Aldebaran coloca o empoderamento do gordo num contexto social mais amplo, e encoraja os gordos a lutarem por direitos, autonomia e poder coletivo em uma estrutura de exploração comercial e médica, que consistem em “inimigos especiais”, cujos interesses são embasados por uma ciência da obesidade que é errônea e antiética.⁶⁵

oMANIFESTO DE LIBERAÇÃO DE GORDURA

1. Acreditamos que as pessoas gordas têm pleno direito ao respeito e ao reconhecimento humano.

⁶⁴ Disponível em: http://www.radiancemagazine.com/issues/1998/winter_98/fat_underground.html. Acesso em: 03 jun. 2019.

⁶⁵ COOPER, C. *Fat activism: a radical social movement*. Bristol: HammerOn Press, 2016. Posição 2408-2415 (tradução nossa). “*Freespirit and Aldebaran’s Fat Liberation Manifesto locates fat embodiment within a wider social context, identifies the humanity of fat people, and encourages them to claim rights, autonomy and collective power within a framework of commercial and medical exploitation, named as “special enemies”, whose interests are supported by unethical and erroneous obesity science.*”

2. Estamos com raiva de maus-tratos por interesses comerciais e sexistas. Eles exploraram nosso corpo como objeto de ridículo, criando, assim, um mercado imensamente lucrativo, vendendo a falsa promessa de evitar ou aliviar esse ridículo.

3. Vemos nossa luta como aliada às lutas de outros grupos oprimidos contra o classismo, o racismo, o sexismo, o envelhecimento, a exploração financeira, o imperialismo e outros.

4. Exigimos direitos iguais para os gordos em todos os aspectos da vida, conforme prometido na Constituição dos Estados Unidos. Exigimos acesso igual a bens e serviços em domínio público e o fim da discriminação contra nós nas áreas de emprego, educação, instalações públicas e serviços de saúde.

5. Destacamos como inimigos especiais as chamadas indústrias "redutoras". Isso inclui clubes de dieta, salões de redução, fazendas de gordura, médicos de dieta, livros de dieta, alimentos dietéticos e suplementos alimentares, procedimentos cirúrgicos, inibidores de apetite, medicamentos e artigos para uso pessoal, tais como envoltórios e "máquinas redutoras". Exigimos que eles assumam a responsabilidade por suas falsas alegações, reconhecendo que seus produtos são prejudiciais à saúde pública e publicando estudos de longo prazo comprovando a eficácia estatística de seus produtos. Fazemos essa demanda sabendo que mais de 99% de todos os programas de perda de peso, quando avaliados em um período de cinco anos, falham completamente, e também conhecemos a extrema nocividade comprovada das mudanças frequentes no peso.

6. Repudiamos a "ciência" mistificada que afirma falsamente que somos impróprios. Causou e manteve a discriminação contra nós, em conluio com os interesses financeiros das companhias de seguros, das indústrias de moda e vestuário, das indústrias de redução, das indústrias de alimentos e medicamentos e do estabelecimento médico e psiquiátrico.

7. Recusamo-nos a ser subjugados aos interesses de nossos inimigos. Pretendemos totalmente recuperar o poder sobre nossos corpos e nossas vidas. Comprometemo-nos a perseguir esses objetivos juntos.

GORDOS DO MUNDO, UNI-VOS! VOCÊS NÃO TÊM NADA A PERDER...

Por Judy Freespirit e Aldebaran - novembro de 1973⁶⁶

⁶⁶ FAT LIBERATION MANIFESTO by Judy Freespirit and Aldebaran, november, 1973 (tradução nossa).
1. WE believe that fat people are fully entitled to human respect and recognition.

O movimento FU era aberto a todas as pessoas, mas ficou conhecido como um grupo de mulheres para feministas. Com o passar do tempo, as integrantes que não se consideravam feministas deixaram o grupo.⁶⁷ Após entradas e saídas de participantes, o FU contou apenas com quatro ativistas: Lynn McAfee, Gurdun Fonfa, Reanne Fagan e Sara Fishman. O movimento participou de mais algumas ações junto a universidades no estado da Califórnia, mas, em 1982, Fagan foi diagnosticada com câncer de mama e, um ano depois, outro tumor foi encontrado. Em 1983, ela faleceu e o FU acabou por perder força.

O radicalismo de algumas ações do *The Fat Underground* foi importante, pois este movimento foi um dos que pavimentou o caminho para que diversos grupos e ativistas pudessem surgir posteriormente. Mesmo este tendo sido um grupo pouco conhecido e citado, podemos perceber a sua influência e importância – direta ou não – em discursos *Body Positive*, *Body Image*, *Body Neutrality* e em outros que visam tanto ao combate à gordofobia, como também a aceitação corporal, a autoestima, o amor próprio e a luta por políticas públicas voltadas ao corpo gordo.

Ao final década de 1980, surgiu o *The London Fat Women's Group*, outro grupo de ativistas que começou a publicar suas ideias na imprensa feminista inglesa, principalmente entre os anos de 1986 e 1989. Com o passar dos anos, o grupo ganhou

2. WE are angry at mistreatment by commercial and sexist interests. These have exploited our bodies as objects of ridicule, thereby creating an immensely profitable market selling the false promise of avoidance of, or relief from, that ridicule.

3. WE see our struggle as allied with the struggles of other oppressed groups against classism, racism, sexism, ageism, financial exploitation, imperialism and the like.

4. WE demand equal rights for fat people in all aspects of life, as promised in the Constitution of the United States. We demand equal access to goods and services in the public domain, and an end to discrimination against us in the areas of employment, education, public facilities and health services.

5. WE single out as our special enemies the so-called "reducing" industries. These include diet clubs, reducing salons, fat farms, diet doctors, diet books, diet foods and food supplements, surgical procedures, appetite suppressants, drugs and gadgetry such as wraps and "reducing machines".

WE demand that they take responsibility for their false claims, acknowledge that their products are harmful to the public health, and publish long-term studies proving any statistical efficacy of their products. We make this demand knowing that over 99% of all weight loss programs, when evaluated over a five-year period, fail utterly, and also knowing the extreme proven harmfulness of frequent large changes in weight.

6. WE repudiate the mystified "science" which falsely claims that we are unfit. It has both caused and upheld discrimination against us, in collusion with the financial interests of insurance companies, the fashion and garment industries, reducing industries, the food and drug industries, and the medical and psychiatric establishment.

7. WE refuse to be subjugated to the interests of our enemies. We fully intend to reclaim power over our bodies and our lives. We commit ourselves to pursue these goals together.⁶⁶

FAT PEOPLE OF THE WORLD, UNITE! YOU HAVE NOTHING TO LOSE....

⁶⁷ COOPER, C. *Fat activism: a radical social movement*. Bristol: HammerOn Press, 2016. Posição 2401.

certa notoriedade e, em 1989, organizou uma conferência, que foi divulgada pela grande imprensa. O evento acabou por tomar proporções tamanhas em razão da grande visibilidade do grupo, que foi dissolvido pouco depois da conferência, em parte pelo combate relacionado às aparências na televisão.⁶⁸

Entre os anos de 1992 e 1994, o TLFWG ressurgiu com base nos mesmos princípios da primeira versão: feminista, interseccional e com participantes gordas com experiências de vida em comum. Em suma, o grupo foi capaz de disseminar suas ideias para a população por meio da mídia, porém, a grande exposição o tornou vulnerável, não tendo sido capaz de dar continuidade às ações propostas. Contudo, o legado que essas ativistas deixaram é que é preciso ter uma base sólida para combater os discursos enraizados da sociedade e, para tal, é necessário organização e alinhamento entre as partes integrantes.

Durante as décadas de 1970 e 1980, outros grupos também surgiram nos Estados Unidos e Inglaterra, em decorrência do trabalho das ativistas. Podemos citar alguns deles: *Life in the Fat Lane* (Califórnia), *New Haven fat Liberation Front* (Nova Inglaterra), *Boston Fat Liberation/Boston Area Fat Liberation/Boston Area Fat Feminist Liberation/Boston Area Fat Lesbians (BAFL)*, *Fat Avengers* (Seattle), *Fat is a Lesbian Issue* (Nova Iorque), *The Lesbian Fat Activists Network* (Woodstock), *Lesbians of Size* (Portland), *Sisters of Size* (Seattle), *Big Beautiful Lesbians* (Washington - DC) e *Sisters are Fighting Fat Oppression* (Mineápolis). Países como Canadá, Reino Unido, Holanda, Austrália e Nova Zelândia também contaram com pequenos grupos de ativistas.

O ativismo gordo seguiu com a sua jornada intercontinental graças à movimentação das participantes em eventos, no planejamento de cursos, de *workshops*, de leituras de intervenções e de manifestos. A mídia também foi essencial, tendo um papel imprescindível, pois outras pessoas puderam ouvir, ler ou assistir aquilo que esses grupos tinham a dizer e, ao mesmo tempo, podiam se sentir representadas e partes de uma causa.

O ativismo gordo nos anos 1990 e 2000: as redes sociais e o Movimento #bodypositive

⁶⁸ COOPER, C. *Fat activism: a radical social movement*. Bristol: HammerOn Press, 2016. Posição 2878.

Tendo seguido a mesma trajetória dos anos anteriores, a década de 1990 também se destacou em relação à formação de novos grupos e movimentos sociais vinculados ao ativismo gordo. Uma das grandes aliadas desta continuidade de disseminação de informações foi a internet. Antes mesmo de surgirem as redes sociais, já existiam espaços de discussão, tais como fóruns e *blogs*.

Blogs, largamente utilizados nos anos 2000, são páginas pessoais cujo conteúdo é atualizado com certa frequência por meio de *posts*. Este tipo de comunicação ficou cada vez mais popular devido à facilidade do acesso e também à variedade de temas e informações disponíveis. Sua notoriedade também se deve ao fato de que essas páginas eram utilizadas como uma espécie de diário pessoal, com publicações de experiências, relatos e pensamentos, o que fazia com que os leitores se identificassem cada vez mais com os autores dos textos. Os *blogs* podem ser utilizados como ferramentas de resistência, funcionando como apoio para quem se identifica com algum assunto, mas, que, muitas vezes, não se sente à vontade para se expressar pessoalmente à sociedade.

Segundo Zago,

A internet e, particularmente, os *blogs* surgem como um espaço alternativo de discussão de significados naturalizados pela mídia tradicional. Os *blogs* têm um papel importante como espaço democrático de produção de informação, porque qualquer pessoa que possua acesso à internet pode produzir conteúdo.⁶⁹

Blogs são formas de comunicação e de publicação que fortalecem a expressão individual para um determinado público e “consistem em suportes para a comunicação mediada por computador, ou seja, permitem a socialização *on-line* de acordo com os mais variados interesses.”⁷⁰

O surgimento de espaços para compartilhamento de ideias e experiências foi essencial para aqueles que não se sentiam parte da sociedade quando o assunto era padrão de beleza. Os *blogs* e *sites* tiveram um papel determinante na busca por um lugar de acolhimento. Posteriormente, com o surgimento das redes sociais, essas

⁶⁹ ZAGO, G da S. Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características. In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 6., 2008, Niterói. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2019.

⁷⁰ AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. *Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 35-36.

“blogueiras da autoestima”, pouco a pouco, foram deixando de lado seus diários virtuais e migraram para um formato mais efetivo de comunicação.

O Facebook, e principalmente o Instagram, facilitaram o compartilhamento de ideias e de imagens com um maior engajamento. Postar uma foto de um corpo “fora dos padrões”, acompanhada de uma legenda tocante e pessoal, seguida de *hashtags* sobre aceitação e autoestima tornou-se parte de um novo formato de militância, agora feita virtualmente. Empoderamento foi a palavra escolhida pelas ativistas corporais para ressignificarem sua relação com os seus corpos.

Contudo, em tempos de popularização do acesso à internet, não é necessário ser ativista ou fazer parte de um movimento ou de um grupo específico. Basta seguir o combo foto instagramável⁷¹ + legenda + *hashtags* para que o *post* tenha um alcance além dos seguidores. Dessa maneira, a publicação segue para um universo sem filtro, repleto de discursos em comum.

Desse modo, os discursos sobre o corpo gordo se disseminaram com certa facilidade para o público interessado. Devido à novidade do tema, as definições para o *Body Positive* adquiriram diferentes significados e variaram de acordo com interesses e características de cada grupo social. Ao pesquisarmos as origens dessa expressão, encontramos as seguintes:

- O termo “*Body Positive*” vem da união das palavras em língua inglesa “corpo” e “positivo”, ou seja, trata-se da intenção de lançar um olhar positivo ao seu corpo, seja este como for. Mas, na verdade, seu significado vai muito além disso. O Movimento *Body Positive* incentiva um olhar de gratidão a si mesma. Estimula a valorizar o melhor que se tem e parar de dar tanta importância aos chamados defeitos. Aliás, o que são “defeitos”? E quem os enxerga? É justamente este o tipo de questionamento que o *Body Positive* traz: às vezes, o que o outro enxerga em mim como defeito é o que faz com que eu me sinta mais linda! Assim, esse movimento pode ser resumido na ideia de que não importa o que a sociedade pense de seu corpo, o que importa mesmo é o que você mesma pensa sobre ele;⁷²
- “Um movimento que fala sobre aceitação corporal e acredita que todos os corpos são bonitos, merecem respeito e acesso. Buscamos equidade entre os

⁷¹ Instagramável diz respeito a uma imagem elaborada e tocante que conquiste o público que a vê.

⁷² MONTEMEZZO, H. Movimento *Body Positive*: fuja dos estereótipos e ame quem você é. Disponível em: <https://www.dicasdemulher.com.br/movimento-body-positive>. Acesso em: 20 abr. 2019.

corpos, para que todos sejam tratados da mesma maneira, com os mesmos direitos”;⁷³

- Impulsionado pelo ativismo feminista, o **body positivity** se tornou para muitas mulheres um estilo de vida. A ideia do movimento é rejeitar os padrões de beleza que são impostos todos os dias e **amar o próprio corpo exatamente do jeito que ele é**. "De forma ampla, o 'body positivity' se refere a um movimento de autoaceitação e reforça a ideia de que a beleza não obedece padrões, que ela existe em todas as formas. Mas, quando é interpretada de forma radical, acaba criando outro padrão de comportamento que pode ser inalcançável para muitas pessoas. **O orgulho incondicional pelo corpo não é acessível a todos**", afirma o especialista Marco Bodini;⁷⁴
- **O movimento Body Positive consiste em ter um olhar positivo e sincero sobre nossa imagem corporal e a dos outros. Na tradução literal dos termos, seria uma imagem corporal positiva.** O movimento *Body Positive* prega a aceitação do corpo como ele é, deixando de lado padrões estéticos, do qual somos escravos desde muito cedo. É poder ser saudável, mas sem obsessão e sofrimento.⁷⁵

OS MOVIMENTOS *BODY POSITIVE*, *BODY IMAGE* E *BODY NEUTRALITY*

O movimento *Body Positive*, fundado em 1996 por Connie Sobczak e Elizabeth Scott, duas norte-americanas que tinham uma paixão, a de criar uma comunidade que oferecesse liberdade em relação ao sufocante sistema social que mantém as pessoas sob uma luta perpétua com os seus próprios corpos⁷⁶. Sobczak e Scott passaram por distúrbios alimentares e conviveram com pessoas cujas situações eram parecidas;

⁷³ GURGEL, A. *Pare de se odiar*. porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário. 3. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2018.

⁷⁴ CAROLINE, A. *Body neutrality x body positivity*: entenda a diferença entre os movimentos. 23 jun. 2018 (grifos da autora). Disponível em: <https://revistaglamour.globo.com/Beleza/noticia/2018/06/body-neutrality-x-body-positivity-entenda-diferenca-entre-os-movimentos.html>. Acesso em: 20 abr. 2019.

⁷⁵ POLLI, M. Você conhece o movimento *Body Positive*?. 21 ago. 2018 (grifos da autora). Disponível em: <https://aempreendedora.com.br/voce-conhece-o-movimento-body-positive>. Acesso em: 20 abr. 2019.

⁷⁶ "Connie Sobczak and Elizabeth Scott, LCSW, founded The Body Positive in 1996 because of their shared passion to create a lively, healing community that offers freedom from suffocating societal messages that keep people in a perpetual struggle with their bodies." Disponível em: <https://www.thebodypositive.org/about>. Acesso em: 20 mar. 2018.

com esta vivência, resolveram criar um movimento em que as pessoas pudessem focar em coisas da vida que realmente lhes importassem⁷⁷.

O movimento tornou-se popular devido ao aumento do uso de redes sociais, principalmente do Instagram, aplicativo de fotos que possui mais de um bilhão de usuários⁷⁸ e atualmente disponibiliza postagem de fotos, pequenos vídeos e *stories*⁷⁹.

Ao realizar uma busca com as *hashtags* *#bodypositive* e *#bodypositivity* no Instagram, encontramos, para a primeira, cerca de 12.251.878 publicações, e, para a segunda, 4.272.768.⁸⁰ Ao observarmos as publicações, constatamos que as imagens estão divididas em: pessoas praticando exercícios, pessoas magras, pessoas gordas e mensagens de autoestima. De acordo com o artigo intitulado "*#Bodypositivity: uma análise de conteúdo de contas *body positive* no Instagram*", de autoria de Cohen *et al.*⁸¹, baseado nos estudos de Tylka e Wood-Barcalow, o movimento *Body Positive* no Instagram fala sobre amor próprio, mas segue seis tópicos, quais sejam:

- Apreciação por todos os tipos de corpos e agradecimento por seu funcionamento;
- Aceitação corporal e amor, ou seja, acolher os aspectos do corpo que não correspondem ao padrão que a mídia em geral reproduz;
- Entender que a beleza tem um significado amplo, devido à variedade de aparências existentes e também considerar a beleza interior;
- Investir em cuidados com o corpo entendendo as necessidades deste;
- Ser positivo de dentro para fora, pois sentir-se bonito por dentro pode externar este sentimento, seja na aparência, seja no comportamento;
- Se proteger em relação às informações negativas sobre o corpo.

Ainda de acordo com o explicitado por Cohen *et al.*, a criação e manutenção de perfis *Body Positive* – que se dedicam a compartilhar uma resistência à “aparência

⁷⁷ Disponível em: <https://www.thebodypositive.org/about>. Acesso em: 20 mar. 2018.

⁷⁸ Há países que possuem mais usuários dessa plataforma. Cf. AGRELA, L. Estes são os dez países que mais usam o Instagram: o aplicativo de fotos é popular no Brasil, mas ainda está longe de alcançar os Estados Unidos. 12 maio 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/estes-sao-os-dez-paises-que-mais-usam-o-instagram>. Acesso em: 30 mar. 2020.

⁷⁹ Fotos e vídeos breves que ficam disponíveis para visualização por um curto período de tempo. Ou seja, após 24 horas, os *stories* saem do ar.

⁸⁰ Pesquisa realizada em março de 2020.

⁸¹ COHEN, R. *et al.* *#bodypositivity: a content analysis of body positive accounts on Instagram*. *Body Image*, v. 29, p. 47-57, 2019.

ideal” e a disseminar uma maior variedade de tipos corporais – podem ter um importante papel para jovens mulheres que não possuem o “corpo perfeito”.⁸²

Além do *Body Positive*, existem outros movimentos circulando nas redes, embora sejam menos conhecidos; são os chamados *Body Image* e *Body Neutrality*.

Fundado por Taryn Brumfitt em 2012, o movimento *Body Image* surgiu com a intenção de acabar “com a epidemia global que odeia o corpo, inspirando as pessoas a abraçar seus corpos através de documentários, livros, programas *online*, palestras e recursos educacionais.”⁸³

Brumfitt, por meio de seu discurso, relata que as pessoas não nascem odiando seus corpos; ela acredita que pode criar um movimento de mudança positiva para que se reaprenda a amar os próprios corpos. E complementa:

“O movimento da imagem corporal é uma zona livre de julgamento. Não importa o que o seu passado tenha te ensinado, ou o que você continua acreditando e fazendo, não importa como você se parece, o tamanho do seu vestido, se você tem botox ou não, você sempre será abraçado pela cruzada mundial do que é o *Body Image Movement*.”⁸⁴

Por intermédio de suas embaixadoras, o movimento dissemina seus significados ao redor do mundo. No Brasil, a responsável por esse papel é Mariana Cyrne, também cofundadora do *blog* Garotas FDP (Fora do Padrão), que aborda temas como moda, comportamento, autoaceitação e *plus size*. Ela afirma: “Estamos tão acostumados a ver na mídia um corpo sarado ou pessoas supermagras que não conseguimos olhar direito no espelho. Precisamos olhar mais, até para nos acostumarmos a ver um corpo diferente do que vemos o tempo todo”.⁸⁵

Já o *Body Neutrality* significa reconhecer as funções do corpo, bem como o que ele permite as pessoas fazerem, e entender que nem sempre é possível amar o próprio corpo. O movimento, que era pouco conhecido em meados de 2015, ganhou

⁸² COHEN, R. *et al.* #bodypositivity: a content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, v. 29, p. 47-57, 2019.

⁸³ “*Global body-hating epidemic by inspiring people to embrace their bodies through documentaries, books, online programs, speaking and educational resources*”. (tradução nossa). Disponível em: <https://bodyimagemovement.com/about>. Acesso em: 12 maio 2019.

⁸⁴ “*The Body Image Movement is a judgement-free zone. No matter what your past has taught you, or what you continue to believe and do, no matter what you look like, the size of your dress, whether you botox or not, you will always be embraced by the worldwide crusade that is Body Image Movement*”. (tradução nossa). Disponível em: <https://bodyimagemovement.com>. Acesso em: 12 maio 2019.

⁸⁵ CANCIAN, N. Contrários à onda fitness, movimentos pregam o fim do corpo ideal. *Folha de São Paulo*. 22 ago. 2017. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2017/08/1911836-contrarios-a-onda-fitness-movimentos-pregam-o-fim-do-corpo-ideal.shtml>. Acesso em: 13 mar. 2020.

notoriedade no ano de 2016, quando Anne Poirier, do Colby-Sawyer College, lançou um programa de palestras sobre o tema.

a neutralidade corporal não é uma licença para jogar aos ventos em relação ao bem-estar e à saúde, mas um processo de mudar o foco de uma ênfase na positividade corporal ou de uma postura excessivamente crítica (por exemplo, dieta ioiô, fazer dieta, fazer pesadas frequentes), para fazer o que é bom, por exemplo: caminhadas, ciclismo, fazer compras, ver amigos, fazer uma massagem rejuvenescedora, respirar profundamente, cozinhar.⁸⁶

Atualmente, se realizada uma busca com a *hashtag* *#bodyneutrality* no Instagram, cerca de 42116 publicações⁸⁷ são encontradas, o que evidencia que se trata de um movimento menos conhecido, mas que ainda está sendo construído nas redes sociais.

É uma opção que pode ser adotada por aqueles que não se sentem obrigados a amar o corpo que possuem, mas que estão satisfeitos com as suas funcionalidades. É interessante observar em toda essa tendência o quanto o corpo gordo se transformou em um “território de questionamento”, de reflexão, uma espécie de solo a partir do qual novas comunidades de pessoas – que se identificam umas com as outras por meio de seu peso e de seus volumes corporais – poderão surgir.

A MODA PLUS SIZE E O CORPO GORDO

Em relação à moda brasileira, a cidade de São Paulo é uma das que mais se destaca, seja em quantidade de faculdades⁸⁸ que oferecem este curso, quanto em eventos⁸⁹ dedicados ao tema. Mudar-se para a capital paulista é o foco dos aspirantes a estudantes de moda ou daqueles que querem trabalhar na área, afinal, em uma cidade grande lançadora de tendências, há maior demanda de trabalho. Porém, apesar de São Paulo ter toda essa importância e destaque no “mundo da moda”, há alguns nichos que, até o final do século passado, apresentavam um crescimento pífio, e, dentre eles, está a moda *plus size*.

⁸⁶ “*Body neutrality isn’t a license to throw caution to the wind in respect to wellness and health, but rather a process of shifting the focus from an emphasis on body positivity, or an overly-critical stance (e.g. yo-yo dieting, crash-dieting, frequent weigh-in’s), to doing what feels good, for example: hiking, biking, shopping seeing friends, going for a rejuvenating massage, deep breathing, cooking*”. (tradução nossa). Body Neutrality: a new way to relate to our bodies. Disponível em: <https://columbuspark.com/2017/03/14/body-neutrality-a-new-way-to-relate-to-our-bodies>. Acesso em: 31 mar. 2020.

⁸⁷ Pesquisa realizada em abril de 2020.

⁸⁸ Atualmente, mais de vinte instituições em São Paulo disponibilizam o curso de graduação em Moda.

⁸⁹ SPFW, Casa de Criadores etc.

Segundo o *site* modaplussize.org,

“*Plus Size*” é um termo para os modelos de roupa de tamanho 48 de calça e GG em diante para blusas. No caso dos homens, a classificação social fica em manequim a partir do tamanho 5 de camisa, seja ela curta ou comprimida. É uma categorização de moda para organizar melhor suas categorias e não outro estilo de vestir.⁹⁰

Atualmente, ao pesquisar as grades curriculares das principais faculdades de moda da cidade, não se encontram disciplinas que abarcam o *plus size*. Quando questionados sobre isso, estudantes do curso relatam que aprenderam pouco ou apenas ouviram falar deste nicho em constante crescimento; contam também que as aulas de modelagem são desenvolvidas tendo em vista tamanhos regulares e que desconhecem o estudo para corpos maiores.

O termo *plus size* foi empregado pela primeira vez na década de 1920, por Lane Bryant. A expressão foi utilizada com o intuito de denominar modelos de roupas para mulheres grávidas. Os vestidos de Bryant eram apreciados pelas gestantes por terem elástico na cintura e saia plissada, dando-lhes sensação de conforto. Com o sucesso e crescimento da marca, algumas lojas de departamento dos Estados Unidos passaram a vender as suas criações.

Posteriormente, o termo *plus size* passou a ser empregado também para se referir a pessoas. Em 1953, a marca norte-americana Korell publicou o seguinte anúncio: "o maravilhoso vestido *action plus* para mulheres *plus size*."⁹¹

Com a ampliação do uso do termo, Mary Duffy fundou, em 1977, a *Beauties Big Little Women*, a primeira agência de modelos a recrutar mulheres gordas e *petites*.⁹²

No Brasil, a moda *plus size* não era chamada dessa maneira há trinta anos. As poucas lojas que existiam na cidade⁹³ denominavam as roupas – além de PP, P, M, G e GG – de “tamanhos especiais” ou “tamanhos grandes”. Quando a expressão estrangeira chegou às páginas dos principais jornais da cidade, no início do século

⁹⁰ O que é moda *Plus Size*? Definição do termo! Disponível em: <https://modaplussize.org/o-que-e-plus-size>. Acesso em: 1 fev. 2019.

⁹¹ “*Wonderful action-plus dress for the plus-sized woman*”. (tradução nossa)

⁹² Mulheres que medem menos de 1,60m e usam manequim inferior a 36.

⁹³ Uma das primeiras confecções dedicadas a produzir roupas em tamanhos grandes foi a tradicional Camisaria Varca, fundada em 1939. Disponível em: https://www.varcastore.com/Paginas/12104/quem_somos. Acesso em: 01 fev. 2019.

XXI, ainda havia certa confusão ao escrevê-la. O correto seria *plussize*, *plus size*, *plus-size* ou “*plus size*”?

Ao realizarmos uma busca do termo no jornal Folha de São Paulo, encontramos todas as alternativas anteriormente citadas. Com o passar dos anos, apenas *plus size* passou a ser usado e definitivamente incorporado. O que não significa que tenha sido algo “natural” ou “orgânico”. A primeira vez que a expressão *plus size* apareceu no jornal Folha de São Paulo foi em 2000, em um anúncio de classificados de uma loja de roupas de “tamanhos grandes”. Após essa data, o termo só veio a ser usado novamente no ano seguinte, em um anúncio da mesma loja; em 2001, foi utilizado apenas duas vezes.

Oito anos depois, foi publicada a primeira notícia sobre mulheres *plus size*. A protagonista da reportagem era a modelo Mia Tyler, filha de Steven Tyler, vocalista da banda Aerosmith. Apesar de o termo ter aparecido cerca de 127 vezes desde 2000, poucas foram as matérias dedicadas a debater sobre pessoas gordas. Em 05 de julho de 2007, a notícia “Varejistas lucram com o *plus size*” ocupou parte de uma página desse jornal, sendo esta a primeira vez que o assunto foi tratado como tema principal. No mesmo ano, foi publicado outro texto: “Etiqueta GG. Top ‘*plus size*’ fotografa no Brasil e reacende debate sobre os padrões de beleza da indústria *fashion*”. Essas duas temáticas são as que nortearão as notícias sobre o “universo *plus size*” até 2018.

E se o processo de incorporação da expressão *plus size* foi lento e tímido ao longo dos anos, a quantidade de estabelecimentos que abarcou essa fatia da sociedade seguiu esta mesma tendência. Em entrevista ao jornal Folha de São Paulo, a modelo *plus size* Fluvia Lacerda defende que “a moda para mulheres acima do peso é uma mina de ouro [...]”.

A *top* ainda afirma que há um comodismo por parte das marcas em não se atentarem a este público, e que vestir uma mulher que usa tamanho 42 não é um desafio. A modelo salienta também que a “consumidora que sustenta a indústria de tamanhos maiores é quem busca inspiração na hora de se vestir e pouco encontra nos catálogos ou revistas de moda”.⁹⁴

⁹⁴ FOMIN, D. Mulher que veste 42 tem muita opção, ao contrário das gordas. *Folha de São Paulo*, ano 95, nº 20.397, B7. 03 nov. 2015. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2015/11/1701412-mulher-que-veste-42-tem-muita-opcao-ao-contrario-das-gordas-diz-modelo.shtml>. Acesso em: 15 fev. 2020.

A cidade de São Paulo, diferentemente de outras metrópoles brasileiras, oferece alguns polos de moda *plus size* em bairros tradicionais da cidade. O primeiro que destacamos é o da rua Domingos de Moraes.

Imaginemos o seguinte cenário: Vila Mariana, tradicional bairro residencial localizado na zona Sul de São Paulo. Entre prédios antigos e recentes, fica a aproximadamente 6 km de distância do centro da capital e possui amplo acesso a linhas de metrô, o que torna mais fácil o deslocamento pela cidade.

A Vila Mariana não é o bairro da moda e também não é definida por uma cultura, tal como o são os bairros Liberdade ou Bexiga. E no meio deste lugar comum, há uma rua chamada Domingos de Moraes. Parte dela é comercial e, entre bancos, farmácias, supermercados e restaurantes, a rua chamou atenção de jornalistas da Folha de São Paulo, que publicou a reportagem “Domingos de Moraes é o epicentro da moda GG”⁹⁵.

Segundo a matéria, “Pouco mais de um quilômetro da avenida Domingos de Moraes concentra cinquenta lojas especializadas em moda *plus size*”. O passeio pelo polo *plus size* é acompanhado pela blogueira e empresária Renata Poskus, idealizadora da *Fashion Weekend Plus Size* e coordenadora da marca *fun size* Maria Abacaxita⁹⁶. Ao longo da avenida, Poskus aponta algumas lojas, menciona a grade de tamanho, o tipo de roupa, o público-alvo, dentre outros detalhes.

Ao passear pela tumultuada rua em um dia de semana, é possível encontrar a moda *plus* para todos os públicos. Algumas marcas mais tradicionais ainda não aderiram ao termo em língua estrangeira e exibem discreta nos cantos das vitrinas uma plaquinha com os dizeres “temos tamanhos grandes”, ou apenas “tamanhos especiais”.

Essa discrição ao ofertar determinada numeração de roupa é parte do posicionamento das marcas que atrai possíveis clientes que podem se sentir envergonhadas ao entrarem em um espaço dedicado a pessoas gordas. Dessa maneira, o público, tão comedido quanto a sinalização de tamanhos grandes, entra na loja e faz suas compras. “A vergonha se torna uma possibilidade central, que surge quando o indivíduo percebe que um de seus próprios atributos é impuro e pode

⁹⁵ ELIAS, J. Avenida Domingos de Moraes, na zona sul de SP, é epicentro da moda GG. *Folha de São Paulo*, 25 fev. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/sobretudo/morar/2018/02/1957895-domingos-de-morais-e-epicentro-da-moda-gg.shtml>. Acesso em: 15 fev. 2020.

⁹⁶ Marca carioca de moda *fun size* para jovens divertidas, irreverentes e que gostam de se vestir bem. Disponível em: <https://www.abacaxita.com.br/pag/sobre>. Acesso em: 06 jun. 2020.

imaginar-se como um não portador dele.”⁹⁷ O consumo de roupas *plus size*, em muitos casos, deixa de ser prazeroso e torna-se um fardo para quem o faz. É precisamente esta sensação que ambientes de compra pouco amigáveis podem trazer como experiência às possíveis consumidoras.

Outro polo de moda que merece destaque na cidade de São Paulo é a Rua José Paulino, localizada no bairro do Bom Retiro, conhecido por abrigar pequenas indústrias. A partir da década de 1940, a região transformou-se em polo têxtil, com um considerável mercado de confecções. O acesso até essa rua pode ser feito pela estação Tiradentes, da linha azul do metrô, ou também por ônibus.

A rua e suas intermediações, conhecidas por venderem roupas da moda por preços acessíveis, atraem diversos lojistas de todo o Brasil; seus “anos dourados” foram durante as décadas de 1980, 1990 e começo de 2000, antes do *e-commerce* entrar em franca expansão. O comércio na “Zepa”, apelido carinhoso da rua, é majoritariamente voltado ao público feminino, sendo que algumas lojas possuem fabricação própria.

Em épocas de festividades, tais como os feriados de final de ano e o Carnaval, a região recebe um número maior de possíveis consumidores. Contudo, se caminharmos pela rua nos atuais, percebemos a grande quantidade de espaços disponíveis para locação e também para venda.

A rua dispõe de lojas *plus size* tradicionais, que existem mesmo antes de o termo estrangeiro ser inserido no vocabulário da língua portuguesa. A PESSO-PAN, por exemplo, que existe desde 1973, é um dos poucos comércios voltados ao público masculino.

A loja não possui vitrine e as peças ficam todas penduradas em suportes na entrada e ao longo de seu espaço físico. A variedade de roupas é extensa e vai desde peças íntimas a trajes sociais. É interessante também notar a fachada da loja: “Gordos elegantes”. “Homens fortes”. “Roupas grandes”.

Chama a atenção de quem passa por ali, diferentemente do que ocorre nas lojas *plus size* femininas, com suas sinalizações discretas. Ou seja, um homem gordo pode ser visto como forte e elegante, uma mulher gorda não. Um homem gordo pode assumir-se como tal, uma mulher gorda é desleixada e precisa emagrecer. Outro

⁹⁷ GOFFMAN, E. *Estigma*: notas sobre a manipulação da identidade. Tradução Mathias Lambert. Rio de Janeiro: LTC, 1988. p. 17.

destaque da loja diz respeito aos provadores, que são grandes o suficiente para deixar o cliente à vontade.

Figura 1 - Fachada da loja Pessoa-Pan, localizada Rua José Paulino, nº 528, São Paulo



Fonte: Google Maps (2020)⁹⁸

Há também na região outros segmentos do *plus size*, do casual à moda festa. Não há tanta variedade de tamanhos, apesar de muitas lojas anunciarem em suas vitrines que a grade de roupas é estendida. Os pontos negativos desses estabelecimentos são: a falta de preparo por parte de alguns funcionários para receber o público gordo; os provadores são pequenos e sem espaço para movimentação; e a diferença de preços entre peças com o mesmo modelo a partir de um certo tamanho. A justificativa dada pelos comerciantes para este último ponto é que se gasta mais para produzir roupas maiores.

Fugindo da mesmice da “Zepa”, a Almaria é uma loja recente e voltada apenas ao público feminino *plus size*. Ao contrário de suas concorrentes, o estabelecimento é moderno e teve a concepção de seu espaço desenvolvido especificamente para um

⁹⁸ Disponível em: <https://bityli.com/rJ9tz>. Acesso em: 05 fev. 2020.

público jovem, interessado em tendências de moda e adepto das redes sociais. A Almaria segue o mesmo conceito da tradicional Pessoa-pan, possuindo provadores grandes e acolhedores, que passam para a cliente uma sensação de conforto. Outro detalhe é que a loja também conta com um “espaço instagramável” para fotos com os *looks* disponíveis.

Atualmente, ainda vemos poucas marcas possuidoras de grade regular incorporarem em suas coleções o *plus size*. Entretanto, aquelas que o fazem são, em sua maioria, lojas de departamento, tais como Riachuelo, Leader, Pernambucanas e Marisa. A C&A disponibilizava uma linha *plus size* em seus pontos de venda, porém, passou a vendê-la somente *online*; já a Renner possui uma marca *plus size* própria, a Ashua.

No entanto, estas lojas de departamento que já possuem nichos dedicados aos tamanhos grandes não costumam disponibilizar um mesmo modelo de roupa em uma grade estendida de numeração.

Por exemplo, os vestidos da linha regular são diferentes daqueles disponíveis nas araras *plus size*. Ainda há poucas opções de modelos, o que torna difícil a pessoa gorda comprar uma roupa porque se identificou com o estilo. Muitas vezes, é preciso comprar o que a loja disponibiliza.

Outro ponto importante a se destacar é a localização da área *plus size* nas lojas; ao adentrarmos em qualquer uma delas, percebemos que o espaço destinado a roupas grandes é exíguo, escondido e mal sinalizado. Alguns estabelecimentos também têm o hábito de expor a sessão *plus* justamente ao lado da maternidade, fazendo uma associação aos dois corpos pelo tamanho, sendo que uma mulher grávida é diferente de uma mulher gorda.

Por fim, os provadores das lojas de departamentos não são adaptados para uma pessoa gorda; são pequenos, há pouco espaço para movimentação, tanto para acomodar as roupas selecionadas para experimentar quanto para pendurar bolsa, casaco etc., o que traz uma sensação de desconforto e de não pertencimento. As marcas que decidirem acolher este público devem estar devidamente preparadas para as suas demandas.

O público que veste acima do manequim 46, principalmente as mulheres, faz parte de uma fatia do mercado que tem poder de compra, mas que é constantemente

excluída em decorrência da falta de opção nas lojas físicas. Comprar um vestido, uma camisa ou uma saia deveria ser uma escolha simples, quase banal, mas não é.

Neste sentido, a frustração por não achar nada em *shoppings* ou em outros centros de compras abriu portas para a expansão das lojas *online* que atendem a esse público. Mesmo com o desenvolvimento do comércio de rua dirigido a pessoas gordas, e também com o crescimento dos debates sobre os seus direitos, ainda permanecem pudores referentes ao peso e ao volume corporais. Pudores cuja história não é fácil de realizar, pois seus traços tendem a ser discretos e fugidios.

1.1 A ascensão do e-commerce e a moda *plus size*

Ao contrário do que ocorre em estabelecimento físicos, as opções de lojas *online* que disponibilizam roupas *plus size* aumentaram nos últimos anos, o que impulsionou as vendas. De acordo com o SEBRAE⁹⁹,

Segundo dados da Associação Brasileira do Vestuário (Abravest), o mercado *plus size* cresce 6% anualmente e movimenta cerca de R\$ 5 bilhões. Esse percentual corresponde a cerca de 300 lojas físicas e aproximadamente 60 virtuais. A expectativa, segundo a associação, é de um crescimento de pelo menos 10% ao ano.

Apesar de o mercado de moda *plus size* movimentar bilhões anualmente, a sua visibilidade ainda é pequena se comparada ao mercado “regular”. Muitas vezes, o que ocorre é que as marcas não querem ter o seu produto associado a pessoas gordas como suas consumidoras finais, deste modo, preferem manter a grade tradicional. Isso acontece porque a pessoa gorda ainda é vista como desleixada, preguiçosa, fracassada, frustrada e doente, ou seja, é uma visão gordofóbica sobre pessoas que estão fora do padrão normativo vigente, ainda que possuam alto potencial consumidor para adquirir os produtos. Segundo Vigarello,

⁹⁹ SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Mercado e Vendas: conheça o potencial de mercado da moda plus size*. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/moda-plus-size-explore-este-nicho-de-mercado,5e48088ec0467410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 01 fev. 2020.

Escolhido como “elemento primordial da beleza feminina”¹⁰⁰, o peso, mais do que nunca, foi também escolhido como índice de saúde. O excesso de peso seria perigoso: curvas de mortalidade e curvas de quilos se cruzam para realçar os riscos sanitários implicados pela “gordura”.¹⁰¹

Tal como já dito anteriormente, este tipo de associação não é uma novidade, visto que a partir da década de 1920, houve uma preocupação em manter na linha o corpo feminino. Jornais como “O Cruzeiro”, e revistas como “A Cigarra” e “Fon-Fon” já anunciavam em meio às suas páginas, soluções para controlar o peso e afinar o corpo. As mais comuns eram anúncios de remédios emagrecedores, cintas modeladoras para afinar a cintura (as substitutas do espartilho) e charges cujo tema central era o formato do corpo feminino. “O peso dos imaginários tradicionais subsiste, tanto as referências aos velhos ressecamentos quanto às velhas tonificações.”¹⁰²

Figura 2 - Revista “Fon-Fon”, n. 2, de 10 de janeiro de 1920

PORQUE RAZAO ENGORDAR?

Quando hoje é tão facil á mulher conservar a elegancia ea graça do corpo com o uso da

Oxydothyryna Pâris

duas pilulas por dia d'este producto sem rival bastam para manter a harmonia das linhas e obstar á opulencia exagerada das formas.

Preço do frasco de 50 pilulas : 10 fr.
A'venda em todas as boas pharmacias.
Especificar bem: *Oxydothyryne Pâris*,
Deposito geral : Laboratorios André Pâris,
1, Rua de Châteaudun, Paris (FRANCA).

Agente geral no Brasil, Alexis de Cournaud,
Caixa Postal, 438 — Rio de Janeiro.

Fonte: Biblioteca Nacional¹⁰³

¹⁰⁰ De acordo com o que pregava a Revista *Votre Beauté* (edição de outubro de 1933), um periódico parisiense de publicação mensal.

¹⁰¹ VIGARELLO, G. *História da beleza*. Rio de Janeiro: Ediouro Publicações, 2006. p. 152.

¹⁰² VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente. Da Idade Média ao século XX*. Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012. p. 284.

¹⁰³ Disponível em:

http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/fonfon/fonfon_1920/fonfon_1920_002.pdf. Acesso em: 30 set. 2019.

Figura 3 - Revista "A Cigarra", ano 17, n. 375, de junho de 1930



Fonte: Arquivo Público do Estado de São Paulo¹⁰⁴

Nesse sentido, o mercado de moda *e-commerce*, alternativa à pouca variedade disponível nas lojas físicas, vem crescendo nos últimos anos. Segundo reportagem publicada no jornal Folha de São Paulo, “O *e-commerce* é uma modalidade mais viável de consumo para um grupo que relata sofrer preconceito e desatenção de vendedores e encontrar pouquíssimas opções nas lojas físicas conhecidas.”¹⁰⁵

A matéria também relata que muitos vendedores não estão preparados para atender a este público específico, de modo que o *e-commerce* seria a solução para uma experiência de compra que não remetesse à vergonha e à frustração, mas sim à satisfação de encontrar um modelo de roupa no tamanho desejado. Dessa forma, a cliente que estiver à procura de determinado tipo de roupa, acessa o *site* da marca e seleciona a peça; na hora de escolher o tamanho, há uma tabela de medidas do corpo para que a escolha seja certa.

¹⁰⁴ Disponível em: <http://200.144.6.120/uploads/acervo/periodicos/revistas/CI193006375.pdf>. Acesso em: 30 set. 2019.

¹⁰⁵ RANGEL, A. Crescem na rede marcas pequenas “plus size”. *Folha de São Paulo*, ano 96, nº 20.669, SQ8, 01 ago. 2016. Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/mercado/2016/08/1797027-marcas-pequenas-de-moda-plus-size-crescem-na-internet.shtml>. Acesso em: 30 set. 2019.

Outro fator responsável pela ascensão do *e-commerce* no segmento *plus size* diz respeito às blogueiras, que posteriormente se tornaram influenciadoras. O acesso à internet e a popularização das redes sociais facilitaram o caminho para mulheres – que anteriormente se sentiam excluídas da sociedade por serem gordas – tornarem-se protagonista de um movimento que só aumentou nos últimos anos.

Os *blogs*, que deram início a essa caminhada no começo do século XXI, eram *sites* repletos de sessões de beleza, moda, *looks* do dia¹⁰⁶, autoestima, comportamento e sexo, voltados a mulheres gordas, claro. Na sessão de dicas de moda, muitas blogueiras publicavam os *looks* do dia em parceria com alguma marca *plus size*, no intuito de mostrar que era possível ser gorda e usar roupas com informação de moda. Até que, anos depois, os *blogs* foram substituídos pelas redes sociais.

As influenciadoras, geralmente meninas gordas entre 20 e 30 anos, passaram a usar as suas redes sociais (Youtube, Instagram, Facebook e Twitter) para se comunicar com este grupo específico. Deborah Lupton, em seu artigo intitulado “Mídia digital e peso corporal, forma e tamanho: introdução e revisão”, explica que a

Mídia e dispositivos digitais contemporâneos fornecem diversos espaços para as pessoas se representarem ativamente, compartilhem suas métricas e experiências corporais e encontrar outras pessoas parecidas para obter apoio, conselhos, amizade ou ativismo político.¹⁰⁷

O Instagram, por exemplo, é a rede mais usada pelas influenciadoras. É fácil, prático e intuitivo postar uma foto, escrever uma legenda memorável e colocar *hashtags* bem-humoradas e motivacionais. A parceria com lojas também ficou mais simples. Basta marcar, na foto, o perfil da loja à qual as roupas pertencem. Assim, as interessadas conseguem acessar o perfil da marca por meio da indicação da influenciadora.

O Youtube, plataforma de vídeos, é o preferido daquelas que têm um canal e postam vídeos recorrentes sobre os mais variados temas. Normalmente, meninas gordas que possuem um canal no *site* também falam para um público específico. Os assuntos mais usualmente abordados nos vídeos são basicamente os mesmos

¹⁰⁶ Combinação de peças de vestuário que constroem e compõem a imagem final da produção utilizada pela pessoa em um dia.

¹⁰⁷ LUPTON, D. Digital media and body weight, shape and size: an introduction and review. *Fat Studies*, v. 6, n. 2, p. 119-134, 2017. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21604851.2017.1243392>. Acesso em: 02 fev. 2020.

escritos anteriormente nos *blogs*: moda, comportamento, sexo, beleza e autoestima. Contudo, o conteúdo visual chamou mais a atenção das seguidoras, haja vista ser uma forma mais rápida e eficiente de comunicação.

Estudar a história do corpo e seus desdobramentos é importante porque, por intermédio dela, também se consegue compreender aspectos da sociedade que, às vezes, estão internalizados e parecem não ter explicação. Tal como já dito anteriormente, por meio do corpo é possível conhecer a história da alimentação, dos distúrbios alimentares, a história da higiene, da nutrição, da moda, do gênero e das classes sociais. Portanto, mesmo sendo um vasto e recente campo de estudos, ele tem sido explorado profunda e incansavelmente.

Na presente pesquisa, entender a história do corpo gordo é investigar os motivos pelos quais a sociedade não aceita que alguém fora do padrão normativo vigente tenha a mesma trajetória de uma pessoa considerada “normal”, sem que sofra estigmas¹⁰⁸. Aqui, identificamos que o gordo é uma pessoa ativa, que trabalha, que tem acesso a lazer, que pode contribuir positivamente para a sociedade.

A aversão ao gordo, ou à gordura, foi algo construído ao longo dos anos e atualmente ocupa grande espaço em debates sobre saúde, moda, gênero e alimentação. A internet proporciona acesso a inúmeros estudos acadêmicos sobre a pessoa gorda na sociedade; porém, é também fora da academia que essas discussões se intensificam, principalmente por meio de redes sociais e de portais de notícias, cada vez mais engajados a excluírem os constantes conteúdos gordofóbicos disponibilizados ao longo dos anos.

Segundo Soares,

A gordura, hoje, converteu-se no grande mal a ser combatido, um mal que, aliado ao sedentarismo, outro vilão contemporâneo, torna-se objeto de combate incessante desde a mídia até programas e políticas de saúde pública. Típico de uma sociedade da abundância, o modelo de magreza torna-se imperativo e ocorre de cima para baixo. Nele a gordura e a obesidade são consideradas ruins e até vulgares. Mais amplamente, pode-se falar em uma “estética da magreza” - que se impõe, sobretudo, às mulheres, mas não somente a elas - cuja ampla divulgação se dá pelo sistema midiático, o qual opera uma espécie de “intimação” aos “santuários do culto ao

¹⁰⁸ GOFFMAN, E. *Estigma*: notas sobre a manipulação da identidade. Tradução Mathias Lambert. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

corpo” locais que sempre apresentam alguma “novidade”, seja ela adequada à estação, ao que está na “moda” em outros países etc.¹⁰⁹

Assim, a intenção deste primeiro capítulo foi demonstrar que o corpo gordo passou por uma trajetória turbulenta para que pudesse chegar no nível de discussões que se encontra atualmente. Não marginalizar esse corpo, e sim torná-lo protagonista de sua história abriu caminhos para que fossem realizados estudos que desconstruíssem a máxima de que todo corpo gordo é doente. Outros avanços deste campo foram/são as pesquisas empreendidas por estudiosos das ciências humanas.

¹⁰⁹ SOARES, C. L. Pedagogias do corpo. *Labrys Estudos Feministas*, v. 4, ago./dez., 2003. n.p. Disponível em: labrys.net.br/labrys4/textos/car1.htm. Acesso em: 30 jun. 2020.

CAPÍTULO 2 PRODUÇÕES BIBLIOGRÁFICAS AFIRMATIVAS

“Mas veja o senhor, o que nos irrita, e se torna com os anos dilacerante, é passar a adolescência, a juventude, a bela idade, a quarentena, sem nunca conhecer exaltação de uma aventura galante, verdadeira, dessas que lhe pões no coração a alegria de ser o preferido!”¹¹⁰

Henri Béraud
O martírio do obeso
(1987, p. 9)

Desde o final do século passado, graças à difusão das redes sociais e de compartilhamentos, há uma crescente produção bibliográfica e artística sobre a estética e o corpo gordo voltada para o público interessado neste tema. Tem sido cada vez mais frequente a publicação – nos principais veículos de comunicação, principalmente *online* – de notícias e de reportagens sobre *plus size*, gordofobia e sobre o movimento *Body Positive*.

A tentativa de dar visibilidade afirmativamente aos gordos é antiga, embora tenha sido minoritária. Ela já mereceu a atenção literária na França da década de 1920, com o livro “O martírio do obeso”, de Henri Béraud¹¹¹. Vencedor do prêmio Goncourt¹¹² em 1922, Béraud narra as aventuras de um homem gordo que acompanha uma mulher casada que foge do marido. No desenrolar da história, o narrador é chamado de várias expressões que se referem ao formato do seu corpo - como “bom gordo” - dando a ideia de que este é sempre simpático, divertido, acolhedor e protetor. Claude Fischler, em seu texto “Obeso benigno. Obeso maligno”, escreveu sobre pesquisas feitas em vários países que indicam “pessoas com o físico um pouco arredondado são, via de regra, percebidas como de convívio mais amável, mais abertas à comunicação e à empatia do que as magras”¹¹³. Ou seja, veremos no decorrer deste capítulo que, quase um século após a publicação de “O martírio do obeso”, pouca coisa mudou e que ainda há estigma sobre o corpo gordo.

¹¹⁰ BÉRAUD, H. *O Martírio do obeso*. Tradução Ariovaldo Vidal. Rio de Janeiro: Globo, 1987. p. 79

¹¹¹ BÉRAUD, H. *O Martírio do obeso*. Tradução Ariovaldo Vidal. Rio de Janeiro: Globo, 1987.

¹¹² Prêmio Literário da França.

¹¹³ FISHLER, C. Obeso benigno, obeso maligno. In: SANT’ANNA, D. B. de. (org.). *Políticas do Corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 69.

Dentre os textos que problematizam o conjunto de temáticas sobre o corpo gordo, destacamos resumidamente aqueles que abordaremos na presente pesquisa; são produções artísticas realizadas na segunda década do século XXI, portanto, muito recentes. Apesar da crescente produção de conteúdo sobre o tema, escolhemos livros, músicas e vídeos da plataforma Youtube.

Quando iniciamos o processo de seleção de livros para serem discutidos nesse trabalho nos deparamos com uma quantidade razoável de obras sobre o tema, porém eram obras de auto ajuda que visavam auxiliar os leitores a emagrecerem. Como o nosso objetivo nessa pesquisa não é analisar o corpo gordo por meio desse viés, elencamos três livros escritos por mulheres de diferentes profissões. A saber: “Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo” é escrito por quatro atrizes, “Gorda não é palavrão: como ser feliz gostando do seu corpo como ele é” é escrito por uma modelo *plus size*, e “Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário” é escrito por uma jornalista e influenciadora.

2.1 Livros

A seguir, destacamos uma parcela da bibliografia que trata do tema principal desse trabalho. Esses perfis constituem parte importante da bibliografia para uma historiografia sobre o corpo gordo.

“Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo”.
Mariana Xavier, Simone Gutierrez, Cacau Protásio, Fabiana Karla

O livro “Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo” foi escrito por quatro atrizes brasileiras gordas. A obra é dividida em introdução e mais oito capítulos, contendo temas diferentes – tais como infância, *bullying* e sexo. Cada uma das autoras assina um texto dentro de cada capítulo, relatando suas diferentes perspectivas sobre o tema principal. “Este livro também nasceu desse movimento de libertação de não nos deixarmos calar diante de qualquer tipo de preconceito.”¹¹⁴ Em sua introdução, há a apresentação do motivo pelo qual as atrizes se uniram para

¹¹⁴ XAVIER, M.; GUTIERREZ, S.; PROTÁSIO, C.; KARLA, F. *Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo*. 1. ed. São Paulo: Planeta, 2017. Posição 183.

redigir uma matéria de uma revista feminina, afirmando que “mulheres acima do peso só deveriam ir à praia se ficassem enterradas na areia com a cabeça de fora, escondendo seus corpos rechonchudos.”¹¹⁵. Esse tipo de reportagem não é novidade. Sant’Anna afirma que desde “Entre os anos 1930 e 1940, a ideia de que ‘engordar é envelhecer, é perder a elegância e a esbelteza’ começou a se espalhar nos conselhos dirigidos às mulheres e em artigos sobre higiene e saúde.”¹¹⁶ E que “[...] o corpo jovial, magro e bronzeado transformou-se num grande símbolo de beleza, saúde e sensualidade.”¹¹⁷

Ao lermos os capítulos do livro redigido pelas atrizes, deparamo-nos com diferentes situações de vida experienciadas por cada uma delas, desde as primeiras dificuldades no mercado de trabalho, até problemas de autoestima, relacionamentos e relações familiares. Ainda que tenha sido publicado recentemente¹¹⁸, o livro não está isento de questionamentos e lacunas.

Ao longo da obra, as autoras constantemente fazem comparações negativas com mulheres magras, tornando-as quase que rivais. Especificamente sobre relacionamentos, atividades físicas e saúde. Destacamos a seguir alguns trechos: “faço melhor que a magrinha...”; homens “que se frustraram com magrelas que eram frias e que tinham criatividade nenhuma na hora H. Ou seja, as donas do *shape* perfeito deixaram a desejar (e muito)”; “amigos que se decepcionaram na hora H [...]”; “[...] então me exercito para manter minhas taxas maravilhosas (de dar muita inveja a muito magro por aí)”.¹¹⁹

Não apenas no decorrer do livro, mas, também em outras publicações, é muito comum depararmos com esse tipo de situação, sugestiva da necessidade de autoafirmação e defesa. Por exemplo, em entrevista ao jornal Folha de São Paulo, a cantora Preta Gil defendeu: “Gordinha? Sou. Mas e daí? Tenho celulite, mas tenho

¹¹⁵ XAVIER *et al.* *Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo*. 1. ed. São Paulo: Planeta, 2017. Posição 46. A matéria à qual as autoras se referem foi publicada na revista Glamour e encontra-se disponível em: <https://revistaglamour.globo.com/Lifestyle/noticia/2013/12/manual-de-autoajuda-das-ferias.html>. Acesso em: 25 set. 2019.

¹¹⁶ SANT’ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos: uma história do peso no Brasil*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016. p. 72. A autora se refere a uma reportagem da Revista da Semana, Rio de Janeiro, ano XLII, n. 10, 8 mar. 1941, p. 50.

¹¹⁷ SANT’ANNA, D. B. de. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014. p. 128.

¹¹⁸ O livro teve sua primeira publicação em 2017.

¹¹⁹ XAVIER *et al.* *Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo*. 1. ed. São Paulo: Planeta, 2017. Posição 539.

caráter. Conheço muita mulher que é seca, esquelética, e não tem um pingote de caráter. Minha celulite não mede nada”¹²⁰.

Assim como Gil, outras mulheres gordas, ao afirmarem o tamanho de seus corpos, justificam que são assim, porém, que estão saudáveis, pois praticam esportes e comem de forma balanceada. É uma maneira de tentar evitar que sejam feitos comentários ou críticas sobre a sua saúde, já que esse é um dos principais “questionamentos e preocupações” de quem lê uma reportagem sobre o tema.

Uma das características marcantes nos textos das atrizes-escritoras é o uso constante de sinônimos para a palavra “gordo”, adjetivo ainda usado de maneira pejorativa, visando ofender alguém. Na obra, encontramos substitutos como “gordinha, rechonchudinha”¹²¹ e fofinha¹²², termos empregados no diminutivo como forma de “amenizar”, de “deixar o texto mais leve e divertido” e, assim, aproximar o leitor das autoras.

Atualmente, ainda para tirar o peso das reportagens, a palavra “gordo”, muitas vezes, é substituída por *plus size* – expressão constantemente utilizada de forma equivocada, se levarmos em consideração que o termo é oriundo da indústria têxtil. Porém, algumas pesquisas defendem que o intuito seria não ofender a pessoa ao chamá-la de gorda e, desse modo, buscariam ressignificar a palavra. A este respeito, Nechar afirma que

O significado do *plus size* não se limita somente a um número, ele também é relacionado a movimentos sociais que se formaram a partir de pessoas que possuem um perfil estereotipado e negativo de corpo, consideradas socialmente como pessoas gordas, fora do peso e de um padrão ideal de corpo. Estes movimentos sociais são grupos de pessoas que buscam na sociedade a inclusão de padrões corporais mais amplos, militam a favor de uma aceitação em relação ao tamanho do seu corpo, discutem sobre a segregação e o estigma em relação ao corpo estereotipado de tal forma e questionam sobre os padrões corporais apresentados nos meios midiáticos como revistas, televisão e internet.¹²³

¹²⁰ FOLHA DE SÃO PAULO. “Tenho celulite, mas tenho caráter”, diz Preta Gil. *Folha de São Paulo*, ano 92, n. 19.142, E2, 27 maio 2012. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/1096406-tenho-celulite-mas-tenho-carater-diz-pret-gil.shtml>. Acesso em: 10 ago. 2019.

¹²¹ XAVIER *et al.* *Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo*. 1. ed. São Paulo: Planeta, 2017. Posição 162.

¹²² XAVIER *et al.* *Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo*. 1. ed. São Paulo: Planeta, 2017. Posição 254.

¹²³ NECHAR, A. P. *Culturas e comunicações do universo plus size: uma cartografia do corpo nos discursos nas redes sociais*. 2015. 177 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015. p. 32.

Ou seja, a expressão *plus size* saiu de seu lugar original e acabou por abarcar não apenas uma estética ou um biótipo, mas, também, uma postura social e uma afirmação em relação ao corpo. A mulher que se afirma *plus size* tem orgulho de ser quem é e, por conseguinte, não tem vergonha de se mostrar para a sociedade. Pelo contrário, ela faz questão de afirmar seu formato como parte de sua personalidade. Ela não se esconde por ser *plus size*, não tem vergonha de entrar em lojas de roupas de “tamanhos especiais” ou de “tamanhos grandes”; ela tira fotos de corpo inteiro e posta em suas redes sociais, pois não se preocupa com comentários negativos. A mulher *plus size* tem a coragem que, muitas vezes, a mulher gorda não tem. Talvez isso se dê devido à conscientização feita por meio do acesso às leituras, às reportagens¹²⁴, aos filmes¹²⁵ e às séries¹²⁶ com protagonistas gordas.

Em suma, o termo *plus size* contém nele uma positividade e uma imagem “empoderada” da mulher, tendência está muito atual e bem vista socialmente.

Ainda sobre a obra “Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo”, as autoras abordam outra questão importante, qual seja: o estereótipo da gorda engraçada, aquela que faz as piadas para não ser o alvo ou para fugir do *bullying*.

As pessoas também precisam quebrar esse tabu de que ser gorda tem a ver com ser engraçada. Tem gente que acha que se você emagreceu não vai poder mais fazer comédia na vida. Não se deixa de ser engraçada porque perdeu alguns quilos.¹²⁷

E mais: “Na vida dramaturgica ainda vale quase sempre a taxaço (ou maldiço) de que todo gordo tem que ser engraçado.”¹²⁸. E ainda: “Esse é, infelizmente, mais um pensamento derivado da famosa (e tantas vezes) tenebrosa ‘lei da compensação.’”¹²⁹ Contudo, nos últimos anos, tem havido um movimento para acabar com esse e mais alguns outros rótulos comuns¹³⁰ no meio social e artístico.

¹²⁴ Por exemplo: o portal Universa, integrante do UOL, tem uma grande quantidade de reportagens sobre a mulher gorda. Este tema será abordado no próximo capítulo.

¹²⁵ Alguns filmes: “Sexy por acidente”; “As férias da minha vida”; “Garotas Formosas”; “Armadas e Perigosas”; “Dumplin’”; e “Megarrromântico”.

¹²⁶ Algumas séries: “Drop Dead Diva”; “My Mad Fat Diary”; “Dietland”; “This is us”; e “Shrill”.

¹²⁷ XAVIER *et al.* *Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo*. 1. ed. São Paulo: Planeta, 2017. Posição 275.

¹²⁸ XAVIER *et al.* *Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo*. 1. ed. São Paulo: Planeta, 2017. Posição 405.

¹²⁹ XAVIER *et al.* *Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo*. 1. ed. São Paulo: Planeta, 2017. Posição 408.

¹³⁰ Os mais comuns são: pegadora, engraçada, preguiçosa e durona. Cf.: NORONHA, H. “*Nem toda gorda é engraçada: é hora de parar de estereotipar essas mulheres*”. Portal Universa. 17 abr. 2019.

O estereótipo do gordo engraçado não é recente. Do “Gordo e o Magro” aos vários personagens recentes da dramaturgia nacional e internacional, é muito comum apresentar os corpulentos como bem-humorados, expansivos e amáveis. Na década de 1920, Béraud já afirmava por meio de seu livro que seu protagonista gordo “é engraçado até na hora da morte”¹³¹. Ao gordo é atribuída a característica de *bon vivant*, aquele que está sempre alegre, que tem um gosto pela boa mesa e pelo convívio¹³².

Mas, na época atual, a justificativa dada para toda essa “alegria” ainda tende, várias vezes, a ser a de que, na verdade, o gordo é uma pessoa doente e depressiva que, por não ser magro, esconde-se por trás de uma máscara da sociedade. Em reportagem do portal Universa, a psicóloga Marjorie Vicente defende que “estamos tão acostumados a acreditar que só sendo magro se é feliz hoje em dia que acaba sendo difícil acreditar que alguém possa fugir à regra e ser bem resolvida.”¹³³

Em uma sociedade coberta pela busca da alegria e da saúde crescentes e de valorização do corpo magro, tal como a atual, é difícil desvincular alguém de sua imagem social e sair desse lugar-comum. Ainda mais quando, quase um século depois, as pessoas gordas ainda precisam explicar que não são apenas alegres ou tristes, elas não tem necessariamente um problema específico, exótico, excepcional; elas são normais.

“Gorda não é palavrão: como ser feliz gostando do seu corpo como ele é”. Fluvia Lacerda

Já este livro é escrito pela modelo *plus size* brasileira Fluvia Lacerda, mais conhecida no exterior do que no Brasil. Tal fato se dá em razão de a moda *plus size* estar consolidada em países como o Canadá e os Estados Unidos, enquanto no Brasil ela ainda está em crescimento. Ou seja, nesses países é mais fácil encontrar roupas

Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/04/17/estereotipos-que-todo-mundo-deveria-parar-de-aplicar-as-mulheres-gordas.htm>. Acesso em: 25 set. 2019.

¹³¹ BERAUD, H. *O martírio do obeso*. Tradução Ariovaldo Vidal. Rio de Janeiro: Globo, 1987. p. 22.

¹³² FISHLER, C. Obeso benigno, obeso maligno. In: SANT’ANNA, D. B. de. (org.). *Políticas do Corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 69-80.

¹³³ NORONHA, H. *Nem toda gorda é engraçada: é hora de parar de estereotipar essas mulheres*. Portal Universa. 17 abr. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/04/17/estereotipos-que-todo-mundo-deveria-parar-de-aplicar-as-mulheres-gordas.htm>. Acesso em: 09 out. 2019.

de “tamanhos grandes” em diversas lojas¹³⁴ que se adequaram aos diferentes tipos de corpos, pois tais empreendimentos comerciais perceberam que o mercado consumidor de moda *plus size* vem aumentando a cada ano.

A modelo resgata sua trajetória, desde a infância até começar a seguir a carreira de modelo nos Estados Unidos. Ela, inicialmente, não tinha a intenção de seguir essa profissão, visto que só começou a se interessar por essa possibilidade ao ser “descoberta” por um agente quando estava andando de transporte público.

Segundo as reportagens sobre Lacerda, ela teria o corpo gordo “padrão”: em formato de pera¹³⁵. Possui quadris largos, cintura fina, pouco seio e barriga, e ombros estreitos. É o corpo curvilíneo, diferente da “mulher violão”¹³⁶, mas, mesmo sendo gorda, atrai olhares. É o corpo fetichizado, arredondado e rico em curvas¹³⁷. A cintura fina, objeto de desejo em várias épocas, é como um prêmio da loteria genética. Há tempos que ter a “cintura” de pilão é algo recomendado às mulheres. No século passado, até certo ponto, era aceitável ter uma barriga avantajada, contanto que houvesse a devida marcação de cintura. De acordo com Vigarello, o corpo da mulher no século XIX será amplamente idealizado tendo como referência a imagem de uma flor: parte alta à mostra e cintura fina, da mesma maneira que Christian Dior lança o *New Look* no final da década de 1940. Os espartilhos do início do século XX, que eram feitos para dar forma ao corpo feminino, sufocavam e limitavam os movimentos, tendo sido rapidamente substituídos pela cinta. A cinta segura a barriga, e de acordo com a sua propaganda, ela traz sensualidade, feminilidade e elegância¹³⁸ ao corpo feminino.

A modelo relata que o impulso para começar a escrever seu livro se deu em razão de dois episódios que ocorreram em sua vida: o primeiro foi quando sua mala foi extraviada ao desembarcar no Brasil e, então, ela não conseguiu comprar roupas em lojas de *shopping*, visto que estas não tinham o seu tamanho. “Como as gordas fazem no Brasil? Andam peladas?”¹³⁹, questionou. O segundo ocorreu quando ela

¹³⁴ Principalmente as lojas de departamento, tais como: H&M, Forever 21, Mango, Nordstrom e Torrid.

¹³⁵ Outras denominações para esse tipo de corpo: A ou triangular. É o formato de corpo em que o busto e a cintura são mais estreitos que o quadril e o peso visual se concentra na parte inferior.

¹³⁶ Corpo ampolheta, tem a cintura bem marca e quadril e ombros com a mesma proporção.

¹³⁷ SANT’ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos: uma história do peso no Brasil*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016. p. 32.

¹³⁸ SANT’ANNA, D. B. de. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014. p. 101.

¹³⁹ LACERDA, F. *Gorda não é palavrão: como ser feliz gostando do seu corpo como ele é*. 1. ed. Paralela, 2017. Posição 20.

entrou em uma loja e foi destratada pela vendedora, pois havia perguntado sobre uma peça de roupa. “Nós não temos seu manequim nesta loja”¹⁴⁰ – foi o que ela ouviu da vendedora.

Além de contar a sua história, Fluvia também fala de amor-próprio, autoaceitação e autoestima. E, ao contrário do outro livro anteriormente citado, ela relata que nunca teve problemas com o seu corpo, sempre soube que era gorda, mas não se sentia mal por isso.

Lacerda morou nos Estados Unidos de 1995 a 2018; dois terços da população desse país são classificados como obesos. Portanto, acerca de alguns pontos, as discussões sobre o corpo gordo estão mais avançadas lá do que no Brasil. Por exemplo, em 1999, a escritora Marilyn Wann, autora do livro “*Fat! So?*”¹⁴¹, denunciou à imprensa norte-americana “o fato dos gordos americanos estarem sendo submetidos a preconceitos.”¹⁴²; ou seja, o tema é mais comum nos EUA, sendo que a militância tem se organizado há mais tempo. Certamente, o debate ainda gera polêmicas, mas está mais “normalizado”. Já no Brasil, fala-se de *plus size* há pouco mais de 10 anos.

No decorrer do livro, a autora aborda também a palavra gorda que, ainda hoje, é vista por grande parte das pessoas como uma ofensa. Ela questiona que é apenas um adjetivo, como qualquer outro, e deveria ter seu uso naturalizado – e não empregado para diminuir ou humilhar alguém.

Ao contrário das autoras de “Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo”, que usam constantemente os termos “gordinha”, “rechonchudinha” e outros, Fluvia critica os eufemismos para a palavra gorda: “cheinha” e “fortinha”. A seu ver, é muito pior usar essas palavras para definir uma pessoa: “Ser gorda é ser gorda e pronto. Digo isso de boca cheia. Sem preconceito, sem meias palavras, sem duplos sentidos, sem medo de ser quem eu sou.”¹⁴³ Tal como o título de sua obra – direto e sem rodeios, ela esclarece que o corpo gordo deve ser chamado da maneira que realmente é: gordo.

¹⁴⁰ LACERDA, F. *Gorda não é palavrão: como ser feliz gostando do seu corpo como ele é*. 1. ed. Paralela 2017. Posição 34.

¹⁴¹ WANN, M. *Fat! So?: because you don't have to apologize for your size!*. New York: Random House Digital Inc., 1998.

¹⁴² VASCONCELOS, N. A. de; SUDO, I.; SUDO, N. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. *Mal-Estar e Subjetividade*, Fortaleza, v. 4, n. 1, p. 65-93, 2004. p. 87.

¹⁴³ LACERDA, F. *Gorda não é palavrão: como ser feliz gostando do seu corpo como ele é*. 1. ed. Paralela 2017. Posição 353.

O livro, de leitura fácil e rápida, não ensina “como ser feliz gostando do seu próprio corpo como ele é”, como prometido no título, encaixando-se mais como uma autobiografia do que um livro de autoajuda¹⁴⁴; não fornece dicas de como se sentir bem, como se aceitar e como se amar, é mais um conjunto de memórias de Lacerda ao longo da sua vida pessoal e da carreira.

“Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário”.
Alexandra Gurgel

Outra obra importante dentro do material pesquisado é o livro “Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário”. Nele, a jornalista, *youtuber* e ativista Alexandra Gurgel relata a sua batalha diária para conviver e aceitar o seu corpo. A obra percorre a infância e a adolescência da escritora no Rio de Janeiro, desde o seu dia a dia na escola até o primeiro namorado, a entrada na faculdade de jornalismo, a mudança para a casa da avó, as relações familiares e, principalmente, a forte presença da religião em sua vida. Todo esse pano de fundo é protagonizado pela não aceitação do seu próprio corpo. “Eu me odiei por 26 anos”¹⁴⁵ é a frase que ela inicia o seu livro.

Já adulta, em meio à pressão familiar, social e sob muitas dietas e restrições alimentares, Gurgel viveu repetidas tentativas frustradas de emagrecer até que sua mãe lhe ofereceu de presente uma lipoescultura e uma plástica nos seios. Após o procedimento cirúrgico, a jornalista relembra que, “Do dia para a noite, eu estava desenhadinha, feito uma Barbie e, ao que me parecia, finalmente, MAGRA!”¹⁴⁶. Contudo, o corpo magro não veio agraciado com satisfação e paz de espírito; deste modo, ao não se reconhecer no novo corpo, Gurgel voltou a engordar e, após dois meses da cirurgia, tentou se suicidar.

¹⁴⁴ “O discurso de autoajuda, de uma forma geral, sustenta que o segredo para que qualquer um consiga melhorar de vida, alcançar o sucesso, ganhar muito dinheiro, etc. está na crença incondicional na realização dos sonhos, do projeto de vida, dos desejos, etc. Assim, quem acredita que vai conseguir, consegue e quem duvida, não. Trata-se, portanto, de uma questão de fé, de crença absoluta e, essencialmente, de jamais duvidar do poder que se tem de mudar a realidade. Cf.: BRUNELLI, A. F. “O sucesso está em suas mãos”: análise do discurso de autoajuda. 2004. 149 f. Tese (Doutorado em Linguística) - Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004. p. 7.

¹⁴⁵ GURGEL, A. *Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário*. 3. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2018. p. 15.

¹⁴⁶ GURGEL, A. *Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário*. 3. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2018. p. 22.

Após algum tempo e parcialmente recuperada, Gurgel começou a estudar sobre o movimento *Body Positive*, recém-chegado ao Brasil. Então, criou o canal “Alexandrismos”¹⁴⁷ no *Youtube*, e atualmente se dedica a falar principalmente sobre aceitação corporal, autoestima, imagem pessoal, pressão estética, feminismo e machismo.

Gurgel afirma que sua obra é a primeira *Body Positive* do Brasil, pois tem o intuito de compartilhar sua história e ajudar outras pessoas. O livro foi escrito após o sucesso de seu canal no *Youtube*. E, de fato, ela foi uma das precursoras no tocante à disseminação do movimento recém-chegado ao Brasil; em 2016, ela postou em seu canal o primeiro vídeo que aborda o tema.

Em suas páginas iniciais, Gurgel faz a seguinte pergunta: “Já ouviu aquela frase ‘o que você está buscando por você?’”; e responde: “É disso que se trata.” Ao darmos continuidade à leitura, parece que o livro não é nada além de uma autobiografia, que relata como ela conseguiu se “livrar” dos padrões estéticos impostos pela sociedade. A narrativa é a partir do ponto de vista da própria autora, de acordo com a sua realidade; ela menciona como se deu seu processo de autoaceitação. A obra, no entanto, não “ensina” como parar de se odiar. Talvez se o título fosse substituído por “Parei de me odiar”, o conteúdo teria atendido à proposta do livro.

“Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário” tem uma escrita de fácil entendimento. O internetês¹⁴⁸ é encontrado com frequência no decorrer de suas páginas, dado que a maioria de seu público é constituído de jovens que a conheceu por meio das redes sociais. Ao final da obra, há um FAQ (*Frequently Asked Questions*) com perguntas mais frequentes que a ativista recebe de seus seguidores. Alguns exemplos: “Como eu faço para me aceitar?”¹⁴⁹; “Qual a maior dificuldade em ser *body positive*?”¹⁵⁰; “Existe um limite no *body positive*? (por exemplo, se a pessoa é muito gorda, ela não tem que perder peso?)”.¹⁵¹

¹⁴⁷ O canal foi criado em 09 de outubro de 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC2LQ5jMieMZjb5k5Gprp2JQ/featured>. Acesso em: 29 set. 2019.

¹⁴⁸ Língua portuguesa produzida em ambiente digital.

¹⁴⁹ GURGEL, A. *Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário*. 3. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2018. p. 122.

¹⁵⁰ GURGEL, A. *Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário*. 3. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2018. p. 120.

¹⁵¹ GURGEL, A. *Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário*. 3. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2018. p. 122.

Adiante, há um guia para colocar em prática o amor-próprio, com “dicas reflexivas, práticas e com muita vivência para tirar esse projeto de aceitação do papel e começar a experimentar tudo!”¹⁵².

Ao todo, são 15 dicas, a saber:

- 1) Você não pode dar aquilo que não tem;
- 2) Pare de se comparar com outras mulheres;
- 3) Reconheça pessoas tóxicas em sua vida;
- 4) Pare de se comparar com sua versão anterior;
- 5) Como lidar com uma família que não te aceita e pode ser tóxica;
- 6) Pare de seguir e consumir conteúdos que te fazem mal;
- 7) Busque representatividade;
- 8) Comece a ver beleza em você;
- 9) Treine bastante;
- 10) Vai feia mesmo!;
- 11) Dias de luta, dias de glória: a *bad* real;
- 12) Você não precisa de um relacionamento para ser validada pessoalmente;
- 13) Talvez você ainda comece a se amar sozinha, em casa e na rua ainda se sinta mal;
- 14) Crie uma rede de apoio e preste atenção aos ambientes que frequenta;
- 15) Pare de se odiar.

As dicas – que são acompanhadas do uso constante do pronome “eu” e de poucos exemplos externos – podem ser vistas como uma forma de “manual do amor-próprio”, isto é, siga o passo a passo para encontrar a liberdade. Por ser um livro recente, lançado em 2018, ainda não é possível verificar a eficácia das dicas, se foram ou não seguidas pelos leitores. O que sabemos é que o livro está na terceira edição e a jornalista já está preparando a sua segunda obra. Há sem dúvida um aspecto autoajudatório no texto, o que combina com vários outros sobre a produção do corpo na época contemporânea.

¹⁵² GURGEL, A. *Pare de se odiar*: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário. 3. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2018. p. 127.

Após leitura e análise das obras, conseguimos identificar alguns pontos em comum que as autoras possuem, mesmo que em épocas e contextos distintos. São eles:

- As três obras são escritas por mulheres gordas (exceto Simone Gutierrez, coautora do livro “Gordelícias: Crônicas de quatro mulheres felizes com os seus corpos”). Este é um ponto importante, visto que há representatividade de lugar de fala sobre o tema. A mulher gorda que ler qualquer um desses livros consegue se imaginar em algumas das situações descritas pelas autoras. Principalmente as questões que se referem ao dia a dia, que é o próximo ponto que destacaremos.

- Todos os livros abordam algumas situações do cotidiano. Seja na infância, na escola, com a família e amigos, nos relacionamentos amorosos ou no trabalho. Alguns exemplos são negativos e envolvem *bullying*, mas, também, há aqueles usados como “aprendizado” e “lição para a vida”.

- As autoras falam sobre saúde, se tem ou não a ver com o peso, se é necessário emagrecer para ser saudável e feliz. Em determinado ponto de seu livro, Lacerda defende que não precisa explicar a saúde para ninguém, pois a modelo magra nunca é questionada sobre esse assunto: “Ninguém pergunta a elas sobre consumo de drogas para emagrecimento”¹⁵³. Como citado anteriormente, as Gordelícias também falam de saúde e não fogem das comparações com as “magrinhas”; Gurgel segue a mesma linha de pensamento.

- São obras autobiográficas e grande parte das situações descritas são de fácil imaginação por parte dos leitores. Assim, a realidade não é muito discrepante.

- Todas as autoras afirmam que escreveram os livros porque é algo que “devem aos seus seguidores”, seja pelo apoio nas redes sociais ou na televisão. Constituem, portanto, um mercado, vinculam-se a estratégias de venda de certos produtos e imagens.

- Resolvem escrever porque viveram situações específicas relacionadas aos seus corpos e acreditam que, desta maneira, podem ajudar os leitores a superar obstáculos, promovendo autoajuda, autoaceitação, amor-próprio e outros assuntos relacionados ao corpo gordo. Nesse aspecto, tem-se a constituição de si como sujeito

¹⁵³ LACERDA, F. *Gorda não é palavrão: como ser feliz gostando do seu corpo como ele é*. 1. ed. Paralela, 2017. Posição 276.

do próprio corpo na medida em que se conquista o controle, real ou ilusório sobre o mesmo, conseguindo um público e fidelidade desse público nas redes sociais

As autoras dos livros utilizados nessa pesquisa escrevem a partir de experiências vividas na carne e acabam por fabricar seus perfis, afirmar seus lugares junto aos fãs, leitores e seguidores. Em suma, mais do que expor o corpo gordo, trata-se aqui de construir uma imagem de si, que expressa algum aprendizado pessoal e a conquista da autoestima.

2.2 Produções Artísticas

2.2.1 Música

Certamente, a música é uma forma de se expressar e de participar da construção da identidade de uma pessoa ou de determinado grupo social. Até os anos 1980, os gêneros musicais eram elementos primordiais para entendermos as chamadas tribos urbanas, isto é, os grupos de pessoas com interesses em comum, tais como ideologias, modas e preferências. Apesar de as tribos, nos anos 1990, não terem continuado com o mesmo formato, ainda conseguimos perceber que a música constitui fator importante no crescimento e no amadurecimento de certos grupos e pessoas.

Sendo assim, o *rap* e o *hip hop* também foram responsáveis por essa diferenciação.

O *rap* caracteriza-se pela re-invenção do cotidiano através da oralidade de pessoas comuns que denunciam em suas canções problemas graves vivenciados nas situações sociais extremamente adversas e totalmente negligenciadas pelos Donos do Poder. Os *rappers* narram com as suas próprias vozes e olhares o cotidiano das cidades contemporâneas transfigurando-se em instigantes cronistas e críticos da modernidade.¹⁵⁴

Com expressões marcantes, frases de efeito e palavras de ordem, o *rap* deu voz àqueles que não eram ouvidos e que se encontravam à margem da sociedade. O gênero cresceu longe da mídia, ganhando visibilidade por meio das batalhas de rimas

¹⁵⁴ CONTIER, A. D. O rap brasileiro e os Racionais MC's. In: SIMPOSIO INTERNACIONAL DO ADOLESCENTE, 1., 2005, São Paulo. *Proceedings online*. Disponível em: http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=MSC000000082005000100010&lng=en&nrm=abn. Acesso em: 06 ago. 2019.

espalhadas pelas periferias de grandes cidades. O *rap* é um estilo musical cantado majoritariamente por homens e, no Brasil, destacou-se na década de 1990, com Mano Brown e os Racionais MC's, ao lançarem, em 1997, o marcante CD intitulado "Sobrevivendo no Inferno". Contudo, atualmente já é possível encontrar mulheres na cena¹⁵⁵, como é o caso do *Rap Plus Size*.

O *Rap Plus Size*¹⁵⁶ é formado pela dupla Jupitter Zamboni e Sara Donato. Unidas com o objetivo de denunciar o machismo e fortalecer o feminismo no movimento artístico, elas também falam sobre gordofobia e representatividade. Zamboni e Donato ficaram mais conhecidas na internet após lançarem o clipe da música Toda Grandona¹⁵⁷, encomendada pelos idealizadores da festa homônima.¹⁵⁸

Após a realização de buscas, encontramos algumas letras de músicas do *Rap Plus Size* cujas temáticas são relevantes para esta pesquisa.

Toda Grandona

Jupitter Zamboni

Ô! E aí parça? Ô, cê viu aquela festa lá?
Eu vi parceira, cê loko mano, vô chegar como?
Ô toda grandona

Tô pesadona
Gostosa
Toda grandona
Sou gorda
Joga a bundona
Joga na nuca
Quica na ponta

E é o bonde do quadril largo
Embrazando na pista
Só as mais grandonas, mais cremosas, mais bandidas
Brincando com a bunda ela faz uma magia
Vem sentando na minha cara
Quer ser minha academia

¹⁵⁵ Alguns exemplos: Tássia Reis, Preta Rara e MC Carol de Niterói.

¹⁵⁶ Instagram da dupla está disponível em: <https://www.instagram.com/rapplussize>. Acesso em: 08 out. 2019.

¹⁵⁷ Abordaremos a festa Toda Grandona, de modo mais aprofundado, no terceiro capítulo desta pesquisa.

¹⁵⁸ VIEIRA, J. *Rap Plus Size*: 'Ouvir de mulheres que você salvou a vida delas é algo muito profundo'. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2018/08/rap-plus-size-ouvir-de-mulheres-que-voce-salvou-a-vida-delas-e-algo-muito-profundo>. Acesso em: 06 ago. 2019.

Só as gorda terrorista
 Tacando fogo na pista
 Rebola, joga, empina
 Respeita o corpo das mina
 Revolução começa no ato de se aceitar
 Ser gorda não é ruim, e cês tem que respeitar

Não quero buxixo, só quero sarrar
 Meu corpo é livre atura ou surta!
 Atura ou surta!

Tô pesadona
 Gostosa
 Toda grandona
 Sou gorda
 Joga a bundona
 Joga na nuca
 Quica na ponta

Toda grandona caralho!
Plus size porra
 E pra me engolir vai ser foda, hein?
 Grandona pra caralho!¹⁵⁹

A música é, até o momento da redação dessa pesquisa, a mais conhecida da dupla e também a que tem o maior número de visualizações¹⁶⁰ no *Youtube*. A letra fala sobre chegar em algum lugar sendo quem você é, sem medo de sofrer qualquer tipo de preconceito.

A dificuldade de ocupação do espaço público pelas pessoas gordas, sejam bares, festas ou restaurantes, não é assunto recorrente quando falamos em acessibilidade e visibilidade. A letra de “Toda Grandona” discorre sobre a ocupação de um território e sobre o acolhimento feito por meio deste; é como se fosse um espaço alternativo em meio a uma sociedade gordofóbica e cada vez mais exigente com a aparência corporal¹⁶¹.

Rap Plus Size (part. Sara Donato)

¹⁵⁹ Letra da música Toda Grandona. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/rap-plus-size/toda-grandona>. Acesso em: 10 set. 2019.

¹⁶⁰ Até o presente momento, foram 784.799 visualizações. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=v1bZ-tfP98w>. Acesso em: 08 out. 2019.

¹⁶¹ VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente*. Da Idade Média ao século XX. Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012. p. 12.

Jupitter Zamboni

Tijolada verbal de peso com força em excesso

Com argumento coeso e raciocínio em excelsior
É meu sinhô, vim tomá de assalto privilégio
Dos tiozão alienado no ato do alto do prédio

Sem remédio no protesto dentro do *shopping* detalhe
Leitor da Veja que é cego e a revista não é em Braille
Catch'a fire, nas toneladas dos bloco das placa em pacote
De aço, no arregaço de encalço dos MC de holofote

Que quer que eu me comporte, mas minhas rima é cachalote
Seus compartimentos não comportam o meu grande porte
Sei quem não me suporta, só que eu também não aguento
Hipocrisia forjada em militância de apartamento

Rima antifa pró perifa, antirracismo ou transfobia
Rangendo placa tectônica das mente da burguesia
Que não sai da academia, e nunca colou na quebrada
Acostumada com os halteres se impressiona com as pesada

De quem não se encaixa nos seus padrões magazine
Viemo pôr pra baixo suas loja e vitrine
Não se aproxime, essa etiqueta é pra quem pode
Meu *rap* é *plus size*, tamanho *hip hop*

Sou *plus size*, sim!
Qual o problema?
Guarda a raiva pra otro dia
Que hoje você não tenta
Sou *plus size* sim!
Agora aguenta!
Meu *rap* é *plus size*
Muito além de vestimenta

A dose que faz diferencia entre remédio e veneno
Nem me venha com tamanho PP - pensamento pequeno
Extra grande são sentimentos bons na mema sintonia
Visto a camisa, que costurei com ritmo e poesia

Plus size é nosso tamanho, nosso *rap* então sustenta
Sua gordofobia nojenta não sairá daqui isenta
Bato pé e você recua, sou antifalcatrua
Rapper branco e *boy* apoiando ditadura?

Censura nas telas, uma sociedade indigesta

Pela fresta enxergo que não posso dá brecha
 Me expresso, me estresso, põe na balança esse verso
 Pesa na mente e reflete sobre o que emana pro universo

3 Mina com excesso de ideias pesadas
 Rumo ao topo sem preguiça pra subir escadas
 Sem moleza quando assunto é mina no mic
 Artilheira igual a Marta pra *bic* fazer *strick*

Não estraga minha autoestima, não vou abaixar a cabeça
 Com sua dieta fajuta querendo que eu enlouqueça
 Quanto menor seu manequim, mais *like socialite*
 Não vou ter gula pra engolir seu *hip hop light*

Sou *plus size*, sim!
 Qual o problema?
 Guarda a raiva pra outro dia
 Que hoje você não tenta
 Sou *plus size*, sim!
 Agora aguenta!
 Meu rap é *plus size*
 Muito além de vestimenta

Muito além de vestimenta as mina representa
 Sem câmera lenta a batalha é sangrenta
 Dá audiência meu corpo preso na roleta
 Olhares de sentença mas não abaixei a cabeça
 Entenda, vaga cancelada piada sem graça
 Não vai me intimidar mato na paulada
 Sou guerreira no feminismo a militância
 E da infância guardo poucas lembranças
 O ponteiro anda vou crescendo e aprendendo
 Respeito e equidade de gênero não tá tendo
 Vai vendo, somos rosas rumorosas
 Revivendo um filme triste pique preciosa
 Cada um com seus problemas esse é o tema
 Cuidar do próprio rabo é o esquema
 Não tema e nem fique chorando as mínguas
 Sou do tamanho do meu sonho e não da sua língua¹⁶²

Na letra supratranscrita, assim como nas outras, as palavras versadas que podem ser usadas para definir uma pessoa gorda são colocadas em outro contexto. Alguns exemplos: tonelada, cachalote, grande porte.

¹⁶² Letra de Rap Plus Size. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/issa-paz/rap-plus-size>. Acesso em: 10 set. 2019.

São levantadas também outras bandeiras além da gordofobia, tais como antifascismo, antirracismo e antitransfobia, o que demonstra que há uma preocupação também com outros problemas sociais. A ironia e a brincadeira são mais presentes na arte do que nos conselhos de vida dado as gordas nas redes sociais.

Em um determinado momento da letra, o tema tratado é a moda e, mais uma vez, há a afirmação e o orgulho de as autoras serem *plus size*. Assim como nos primeiros versos, elas também usam palavras do universo da moda para se referirem a outras situações (“tamanho PP – pensamento pequeno”).

A letra de *Rap Plus Size* é longa e passa por 3 momentos, quais sejam: mostram quem são; associação à moda; e abordam censura, ditadura e uma sociedade que não quer enxergar além. E mais, afirmam que não vão ser apagadas, que não vão ter mais vergonha de seus corpos e não vão abaixar a cabeça e aceitar o que a sociedade lhes impõe.

IMC (part. *Rap Plus Size*)

[Verso 1: Sara Donato]

O exame de sangue, detecto que tenho *rap* na veia
 A glicose é alta porque de amor pelo *rap* a veia tá cheia
 E falando de grossura, querem medir minha cintura
 E se for grossa por favor arrombado não se assusta
 Corre na esteira em busca do falso padrão perfeito
 Corre pra comprá produto milagroso com imediato efeito
 Herbalife, chá verde, tranque a boca fique sem comer
 Sem falar, reagir aqui se não tem direito de escolher
 Quis me ensiná obedece, mais nunca foi boa aluna
 Quer escondê preconceito preocupado com minha coluna
 "Sara, é a saúde, perca peso, emagreça "
 Se molde entre na faca, faz plástica e enlouqueça
 Não quero suas dicas, nem suas teorias estáticas
 Prefiro a prática e só respeito me basta
 Não aceito suas tendências, é tudo beleza enlatada
 Te recomendo fazer dieta, comece ficando de boca calada

[Refrão]

O corpo é meu
 Não gostou problema seu
 Não preciso da sua aprovação não, então valeu
 Eu corro da leste à norte
 Eu corro da oeste à sul
 E quem não gosta do meu peso
 Vai tomar no cu
 O corpo é meu

Não gostou problema seu
 Não preciso da sua aprovação não, então valeu
 Eu corro da leste à norte
 Eu corro da oeste à sul
 E quem não gosta do meu peso
 Vai tomar no cu¹⁶³

A letra fala da associação entre medicina e saúde – tema recorrente e antigo para pessoas gordas. As cantoras usam termos da medicina (exame de sangue, glicose) e mencionam produtos muitas vezes usados nas famosas “dietas milagrosas” (chá verde, Herbalife).

Retratam situações que viveram, sobre fazer dieta, plástica, emagrecer para ter mais saúde. Toda pessoa gorda já ouviu, pelo menos uma vez na vida, que precisa emagrecer em função da saúde. Fazer dieta, praticar atividades físicas e “fechar a boca”.

Mais uma vez, os versos são sobre a não preocupação em relação ao que sociedade fala sobre o corpo gordo e, por conseguinte, ter controle do próprio corpo. E também apontam o fato de o corpo não ser coletivo, não ser um bem público sobre o qual as pessoas se sentem à vontade para opinar.

Amor-próprio

[Verso 1: Jupitter Zamboni]
 Ouvi dizer muita coisa de mim mesma
 Mas o que realmente importa na missão
 É as cartas que eu coloco na mesa
 Eu passei a ver a minha própria condição
 Me olhar sem esses olhos que o preconceito pregou
 Que os comentários maldosos que acreditei propagou
 Mas hoje eu sou a voz que me liberta
 Sou a própria realeza que incorpora ao que integra
 Longe que o ego cega, navega na dimensão
 Além que me carrega, em eras de outra noção
 Me amar é crer, fazer futuro renascer
 É ver poder acumulado no mais puro acontecer
 Pus isso em mim, química alquimia concentrada
 Segurança firmada, vô prosseguir caminhada
 Valor atribuído ao que me foi concedido
 Ser contrário ao meu sentido do que me foi permitido
 E do que eu me permito, visto visto ao que eu cultivo
 Eu posso tudo, *baby*, não importa o que eu preciso

¹⁶³ Letra de IMC. Disponível em: <https://genius.com/Rap-plus-size-imc-lyrics>. Acesso em: 10 set. 2019.

Visão além do alcance, determina a direção
Me enxergar além do espelho, amor livre de padrão

[Refrão]

Eu me amo
Eu me amo
Eu me amo
Eu me amo
Amor que me dá certeza
Pra expandir o coração

[Verso 2: Sara Donato]

A odiar meu corpo fui doutrinada
E eu me odiava porque não me conhecia
Autoconhecimento me tornou determinada
Pra ser livre de tudo que me enlouquecia
Cada curva, estria, aprendi apreciar
Beleza sem tamanho sem tempo pra me moldar
Espelho meu, existe alguém mais linda do que eu
Cada beleza é rara acredite no que é seu
Acreditei, renovo o templo a cada dia
Aqui só entra quem permito e dou estadia
A porta da rua é serventia da casa
E o que me deprecia eu nem deixo criar asas
Meu olhar sorri, meu corpo é poesia
Meu sorriso é contornado entornado em energia
Estática, sem estética, essa é a tática
De que vale a teoria sem a prática?
E a mágica de ser quem se é
Eu sou tudo que eu quero, posso ser o que eu quiser
Melhorar, não pra ser melhor que você
É pra me edificar e ser o melhor que eu posso ser

[Refrão]

Eu me amo
Eu me amo
Eu me amo
Eu me amo
Amor que me dá certeza
Pra expandir o coração

[Verso 3: Preta Rara]

Bem me quer, sem mal em nome da mulher
Não importa o padrão imposto pela lei o gosto
Cintura, busto, quadril tem que me aturar
Sou preta gorda que chegou pra incomodar
Não em tom pejorativo mantenha a classe
Só que tem que ser sem disfarce
Nossa roupa não é equivalente à determinação
Tô poco ligando se me olha no busão

Aqui jaz sua ignorância primitiva
 Que me demonizou mas aqui, estou viva
 Me mantenho ativa, não me acompanhe não sou novela
 A autoestima sempre à flor da pele mais que bela
 E gela o coração daquele que não tem atenção
 Babaca quer desdenhar omite sua pretensão
 Reprodução de equivocados e desocupados
 Adoecidos em seus medos amaldiçoados
 Mantendo sempre a rara rima, matéria-prima
 Rainha da pontuação da arte à esgrima
 E não me oprima se não quiser se atrasar
 Preta Rara, mil palavras pra te incomodar

[Refrão]

Eu me amo
 Eu me amo
 Eu me amo
 Eu me amo
 Amor que me dá certeza
 Pra expandir o coração¹⁶⁴

A letra se encontra dividida em três pares, sendo que cada MC¹⁶⁵ fica responsável por uma; falam sobre aceitação, autoestima e amor-próprio, cada uma à sua maneira.

Jupitter Zamboni revela não sentir mais o peso do olhar da sociedade direcionado ao seu corpo; menciona o olhar genuíno, a descoberta do seu eu. Afirma ver um outro futuro a partir de um novo presente e, também, a conquista diária que essa busca acarreta.

Sara Donato relata como aprendeu a odiar o próprio corpo (foi doutrinada) e declara que, com o decorrer do tempo, passou a se ver de forma mais gentil. Ela começou a apreciar partes do corpo que socialmente não são bem-vindas em uma mulher (curvas e estrias).

Por fim, Preta Rara descobre uma nova mulher dentro de si. Ela já não se importa mais com os olhares dos incomodados e menciona o nascimento de uma autoestima como “a flor mais bela”.

Ao analisarmos essas letras, encontramos alguns temas em comum: na escrita – uso de palavras no grau aumentativo (pesadona, grandona, bundona), gírias, rimas,

¹⁶⁴ Letra de Amor-Próprio. Disponível em: <https://genius.com/Rap-plus-size-amor-proprio-lyrics>. Acesso em: 10 out. 2019.

¹⁶⁵ Mestre de Cerimônias.

palavrões, estrangeirismos, metáforas, palavras da área da “medicina” e de outros campos, em um novo contexto (“o exame de sangue detectou que tenho *rap* na veia” / “Rangendo placa tectônica das mente da burguesia”); em relação aos temas apresentados, as *rappers* discorrem sobre partes do corpo que são constantemente sexualizadas (bunda, peito, barriga), afirmação do corpo, autoaceitação, autoestima, impondo um discurso que exalta um novo corpo (“E pra me engolir vai ser foda, hein?”) e a militância *body positive*. Outros assuntos abordados são: racismo, antifascismo, violência, censura, feminismo, padronização do corpo, distúrbio alimentar e corporal, moda e preconceitos.

A partir da consistência e repetição dos discursos, é possível perceber que há uma certa carência no que se refere à autoaceitação e à autoestima da pessoa gorda. A todo momento é preciso reafirmar que não há nada de errado com corpos gordos, que a sociedade tem que aceitar as pessoas, tenham elas o formato que tiverem. Há a tentativa de normalizar cada vez mais esse corpo que é, há séculos, constantemente violado ou negado, desvalorizado. Mas, ao mesmo tempo, há a necessidade de expressar partes de si mesmo por meio da arte e da brincadeira, e é justamente essas duas características que fornecem um caráter paradoxal, as vezes ambíguo, às músicas.

A seguir, abordaremos o campo do audiovisual, mais especificadamente os vídeos do *Youtube*, pois este constitui uma plataforma constantemente utilizada pelas pessoas para expor suas opiniões e questionamentos sobre determinado assunto, inclusive sobre regimes ou sobre os gordos.

2.2.2 Audiovisual

O *Youtube* tem sido uma das ferramentas mais utilizadas para a disseminação de ideias, discursos e práticas, graças à simplicidade do acesso, à gratuidade e também pelo fato de que qualquer pessoa pode criar um canal. Diferentemente da televisão aberta e dos canais de TV a cabo, a plataforma *online* garante fácil acesso, a possibilidade de assistir aos vídeos a qualquer momento, bem como a escolha de poder pausar, voltar, adiantar, salvar, ou simplesmente não assistir até o final.

As formas mais antigas de mídia de massa não proporcionavam muitas oportunidades para as pessoas envolver-se em respostas resistentes ou respostas ativistas a retratos negativos de seus corpos. No entanto, mudanças nas tecnologias digitais desde o advento da Internet e a World Wide Web criou novas práticas de uso de mídia que fornecem oportunidades para uma participação muito maior do usuário. Novas mídias digitais e dispositivos, especialmente aqueles que surgiram na última década, com sua ênfase no compartilhamento de ethos e democracia participativa (Beer, 2013; Beer e Burrows, 2010; John, 2013), permitiram pessoas de todos os tipos de corpo tamanhos não apenas para consumir conteúdo de mídia, mas para criar, comentar, compartilhar e fazer a curadoria.¹⁶⁶

A criação de listas de preferências de canais também permite ao usuário acompanhar o seu *youtuber* preferido, ao ter a ciência da atualização de determinado canal. A interação dos que gravam com os que assistem também é elemento importante: basta dar um “like”¹⁶⁷ no vídeo, assinar o canal e “clique no sininho”¹⁶⁸ para garantir que os algoritmos do *Youtube* disseminem os vídeos para cada vez mais pessoas.

Como já foi explicitado no primeiro capítulo dessa pesquisa, o movimento *Body Positive* tomou grandes proporções no mundo e, no Brasil ele chegou por meio de influenciadoras a partir da segunda metade dos anos 2010. Para tanto, devido à grande quantidade de vídeos dedicados às temáticas da gordofobia e do movimento *Body Positive*, elencamos os 10 mais assistidos do *Youtube*, tendo sido estes produzidos apenas por influenciadores brasileiros. Para isso, utilizamos a expressão “movimento *Body Positive*” como descritor de busca para filtrar os resultados. A seguir, os vídeos selecionados.

¹⁶⁶ Do original em língua inglesa: “Older mass media forms did not provide many opportunities for people to engage in resistant or activist responses to negative portrayals of their bodies. However, changes in digital technologies since the advent of the internet and the World Wide Web have created new practices of media use that provide opportunities for far greater user participation. New digital media and devices, especially those that have emerged in the past decade or so, with their emphasis on the sharing ethos and participatory democracy (Beer, 2013; Beer and Burrows, 2010; John, 2013), have allowed people of all types of body sizes not only to consume media content, but to create, comment on, share and curate it.” Cf.: LUPTON, Deborah. Digital media and body weight, shape, and size: an introduction and review. *Fat Studies*, v. 6, n. 2, p. 119-134, 2017, tradução nossa. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21604851.2017.1243392>. Acesso em: 25 set. 2019.

¹⁶⁷ O *like* permite que o vídeo seja avaliado pelos usuários.

¹⁶⁸ Notifica o usuário toda vez que o *youtuber* publica um novo vídeo no canal.

1) *BODY POSITIVE*: PODE COMER O QUE QUISER? PODE SE ARRUMAR? O QUE NÃO PODE? – 50 mil – Canal Alexandrismos
<https://www.youtube.com/watch?v=chUe5VsQgKg> – 23/07/2018

O vídeo protagonizado por Alexandra Gurgel é dedicado a responder dúvidas enviadas pelo público sobre o que é o movimento *Body Positive*, principalmente quando se fala em alimentação. Ela explica que as pessoas sempre tiveram livre-arbítrio para decidirem sobre os seus corpos, mas, devido a inúmeras pressões sociais, tomamos certas decisões para nos encaixarmos e, assim, sermos aceitos em algum lugar da sociedade.

Gurgel ensina que o *Body Positive* não faz apologia à obesidade e nem a comer deliberadamente; não condena quem não cuida do corpo e da aparência. Para a jornalista, o movimento é justamente sobre equidade entre os corpos, isto é, que todos sejam respeitados e tratados da mesma forma, que tenham os mesmos direitos e que haja acessibilidade para eles. É sobre as pessoas se aceitarem e não se odiarem mais, sobre pararem de viver as insatisfações da vida.

Em um dado momento, a *youtuber* dedica-se a comentar sobre como, desde pequenas, as mulheres são ensinadas que devem estar sempre lindas e terem o corpo perfeito: o magro. E, por vezes, para atingir este objetivo, elas acabam se privando, mutilando-se e se maltratando.

Ao final, ela ainda reforça que o *Body Positive* visa parar de se odiar, parar de odiar o próprio corpo, buscando a autoaceitação e começando a enxergar o seu corpo com amor, carinho e afeto, e que ser gordo não é ser doente.

Não é de hoje que as pessoas gordas precisam “gritar” aos quatro cantos que estão bem de saúde. Sant’Anna relata um episódio ocorrido na década de 1970: “Carlos Imperial, artista conhecido na época, ‘levou à TV um grupo de gordos para protestar contra o livro¹⁶⁹, afirmando que, apesar do excesso de quilos’, ele era ‘um homem normal’”.¹⁷⁰

¹⁶⁹ O médico Nelson Senise lançou o livro intitulado “Pare de engordar: obesidade, um problema psicológico” no começo da década de 1970, tendo sido alvo de discussões e de protestos. Cf.: SANT’ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016. p. 113.

¹⁷⁰ Apud SANT’ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016. p. 113.

2) *BODY POSITIVE*: O QUE É O MOVIMENTO + 4 DICAS PARA SE AMAR! - <https://www.youtube.com/watch?v=iR9SYM3smOI> – 35 mil – 14/06/2016
Canal Alexandrismos

O vídeo começa com um toque mais intimista, com pouca iluminação, no que parece ser o quarto ou sala de estar da influenciadora. Gurgel questiona se os seus seguidores amam algumas partes de seus corpos; e, se a resposta for não, ela sugere que eles continuem assistindo ao vídeo. É uma maneira de tentar prender a atenção daquele que está tendente a sair dali, buscando que ele comece a se interessar, pois vai haver um desfecho ao final. Pelo menos é o que ela promete.

O vídeo é de 2016, ano em que a autora começou a estudar o movimento *Body Positive*. Então, ela começa a discorrer sobre e define que a ideia básica é a de que todos corpos são bons e bonitos. Ser uma pessoa *body positive* é, portanto, amar seu próprio corpo e todos os outros. A questão da representatividade também vem à tona na discussão. Gurgel exalta que há exemplos de corpos magros e brancos por toda a parte: televisão, jornais, revistas e internet, e que quem não é assim não se sente representado, visto que não se vê ali, não faz parte daquilo. Pessoas gordas e negras não são vistas em papéis de protagonismo e a ideia do movimento é haver pessoas que representem as outras para que elas se sintam amadas e normais.

Ela ressalta que mais de 50% da população está “acima do peso” e, por isso, é vista como doente. Gurgel questiona a definição de doente e defende que uma pessoa gorda nem sempre está enferma, podendo estar mais saudável que muitos indivíduos magros.

Por fim, assim como em seu livro, ela dá dicas de como ser *body positive*. É preciso: observar quem está ao seu redor, rever as amizades e verificar se todas as pessoas que estão próximas são, de fato, necessárias; acabar com o discurso de ódio contra si; todos os dias se olhar no espelho e falar “eu te amo”; valorizar-se, amar-se e fazer listas de aspectos positivos e negativos sobre si; examinar as redes sociais e analisar as pessoas que você segue, questionando se elas te deixam deprimida ou desencorajada; e começar a seguir, consumir e ler conteúdos de qualidade, que façam com que você ame o seu corpo.

3) O QUE É *BODY POSITIVE*? #MaratonaBodyPositive -

<https://www.youtube.com/watch?v=U-R8DsIWtKA&t=11s> – 33 mil

Canal Alexandrismos

Este vídeo é parte de uma série denominada *Maratona Body Positive*, protagonizada por Gurgel, possuidora do canal, e também por convidados. A proposta era a postagem de 22 vídeos durante os meses de maio e junho de 2018. Os principais temas abordados foram autoestima, pressão estética e padrões de corpos.

No caso do vídeo supracitado, Gurgel convida o influenciador e ativista Bernardo Boechat e, juntos, os dois iniciam a conversa definindo o que é o movimento, afirmando ser sobre aceitação corporal, sobre ser corpo positivo: é um caminho individual, do amor-próprio, do entender que os corpos são perfeitos do jeito que estão e que temos que gostar dele da maneira que ele são. Salientam que a sociedade deve aceitar e respeitar esses corpos, e que todos merecem ter acesso a elementos simples e banais do cotidiano, tais como: roupas, transporte público e lazer. Ressaltam também sobre a existência de várias formas de beleza.

Os *youtubers* conversam com seus seguidores sobre como a sociedade constrói os indivíduos; aprendemos, desde pequenos, como deve ser a nossa relação com o corpo. Para eles, o movimento *Body Positive* fala de autoaceitação e é para todos.

Levantam ainda a hipótese de que, mesmo sendo um conceito surgido em 1996, nos Estados Unidos, ele é embrionário. É um assunto extenso e complexo.

4) Onda #BodyPositive x Emagrecimento –

<https://www.youtube.com/watch?v=Lq-fq7B5zmA> – 23 mil

Bárbara Cavalcanti

A influenciadora carioca Bárbara Cavalcanti traz uma proposta diferente daquela dos outros vídeos citados nesta pesquisa. Ela inicia perguntando aos seus espectadores se dá para ser *Body Positive* e querer emagrecer. A resposta a essa questão parece ser muito simples quando já se sabe a definição do movimento, mas, ao que parece, muitas pessoas ainda têm dúvidas entre autoaceitação e conformismo. O *Body Positive* não defende que as pessoas devem se conformar com o que tem, e

sim aceitá-lo e, caso tenham vontade, mudá-lo, mas jamais pelos outros e pelos padrões impostos pela sociedade. A grande dificuldade dessa postura, que é comum entre os defensores do *Body Positive* é que os limites entre o que se quer e o que a sociedade impõe como querer não são sempre muito legíveis nem facilmente detectáveis.

Cavalcanti também define o que é o movimento *Body Positive* e exemplifica apontando alguns padrões, como os das atrizes de Hollywood, as quais deveriam ser magras, sem celulites e sem estrias. Ela menciona também as capas das revistas de beleza que “ensinam como acabar com os vilões” do corpo, as “imperfeições”. Em outro momento, é citado o *body shaming*: a vergonha do próprio corpo ou o ato de criticar o de alguém.

O vídeo da *youtuber* vai na contramão dos outros, haja vista que ela critica o que o movimento *Body Positive* se tornou no Brasil. A seu ver, as adeptas começaram a colocar novas imposições, que não faziam parte da concepção original, importada dos Estados Unidos. Cavalcanti explicita que, no Brasil, ninguém mais pode falar de emagrecimento, de estrias, de tratar celulites e ou de querer ficar com um corpo mais magro, ou seja, julgavam todos aqueles que não estavam satisfeitos. Ela afirma que as ativistas do *Body Positive* começaram a defender atitudes que são riscos para a saúde das pessoas.

Ela finaliza afirmando que sim, dá para ser *Body Positive* e querer emagrecer; diz que é difícil entender, porque aprendemos que precisamos emagrecer para nos gostar, mas, na verdade, é o contrário: você se gosta e emagrece. Eis aqui um exemplo da dificuldade de manter uma distinção precisa entre desejos pessoais e sociais.

5) GORDOFOBIA TÁ VIRANDO MODA? | *Body Positive* -
<https://www.youtube.com/watch?v=HAMPKiabqos> – 17 mil – vídeo retirado do ar – 10/09
Canal Alexandrismos

6) INSTAGRAM: LISTA DE PESSOAS *BODY POSITIVE* PRA SEGUIR
| #MaratonaBodyPositive | 1ª temporada -

<https://www.youtube.com/watch?v=z-p3HgkpqWM> – 16 mil

Canal Alexandrismos

Vídeo parte da maratona *Body Positive*, em que Alexandra Gurgel e Bernardo Boechat indicam influenciadores *BP* para os seguidores.¹⁷¹

7) *Body Positive*: Como aprendi a amar meu corpo #PatiAvelinoTodoDia -

<https://www.youtube.com/watch?v=0L8fIP2373g> – 13 mil

Patrícia Avelino: Beleza Negra

A *youtuber* Patrícia Avelino, possuidora do canal Patrícia Avelino: Beleza Negra, relata que tinha sérias críticas em relação ao seu corpo, bem como tinha dificuldade para tirar fotos de corpo inteiro, pois não conseguia se aceitar. Foi, portanto, por meio de um processo de autoaceitação que ela começou a olhar seu corpo com mais carinho e, por consequência, sua vida ficou muito mais leve.

Ela também explica como funciona o movimento *BP*: nasceu com o intuito de as mulheres se libertarem dos padrões que a moda impõe, ou seja, a de que a mulher perfeita é aquela que tem a cintura fina, bumbum e seios “proporcionais”. Na perspectiva de Avelino, o movimento pretende mostrar o contrário, que a beleza é aceitar o corpo do jeito que ele é, independentemente de seu formato. Ela acredita que o movimento causou mais impacto dentre as mulheres gordas porque são elas

¹⁷¹ As indicações dos *youtubers* são: Alexandra Gurgel - <https://www.instagram.com/alexandrismos/>, Bernardo Boechat - <https://www.instagram.com/bernardofala/>, Caio Cal - <https://www.instagram.com/caiorevela/>, Bia Gremion - <https://www.instagram.com/biagremion/>, Isabella Trad - <https://www.instagram.com/todebells/>, Lua - <https://www.instagram.com/luca.blog/>, Magô - <https://www.instagram.com/mulhertrans/>, Juliana Rangel - <https://www.instagram.com/eujurangel/>, Raissa Galvão - <https://www.instagram.com/rayneon/>, Luci Gonçalves - <https://www.instagram.com/lucigoncalvesa/>, Carla Galvão - <https://www.instagram.com/gordaroupa/>, Mariana Torquatto - <https://www.instagram.com/marianatorquatto/>, Mayara Efe - <https://www.instagram.com/mayaraefe/>, Jana Viscardi - <https://www.instagram.com/janaaisa/>, Ju Giampaoli - https://www.instagram.com/ju_giampaoli/, Luiza Junqueira - <https://www.instagram.com/luizajunquerida/>, Mirian Bottan - <https://www.instagram.com/mbottan/>, Thaís Carla - <https://www.instagram.com/thaiiscarlaoficial/>, Ekena - <https://www.instagram.com/falaekena/>, Juliana Romano - https://www.instagram.com/ju_romano/, Mrel Soares - <https://www.instagram.com/relaxaaifofa/>, Raquel Brandão - https://www.instagram.com/raquel_brandao/, Máira Medeiros - <https://www.instagram.com/mairamedeiros/>, Hello Bielo - <https://www.instagram.com/hellobielo/>, Preta Rara - <https://www.instagram.com/pretararaoficial/>.

que, todos os dias, veem a mídia reiterar que os seus corpos não são aceitos e que a moda não faz roupas para mulheres gordas.

A maquiadora explica que já sabia da existência do movimento, mas que só se familiarizou quando colocou a *hashtag bodypositive* no Instagram e verificou a quantidade de fotos. A partir desse momento, ela colocou uma foto com a *hashtag* em seu perfil e passou a aderir ao movimento.

8) UMA MULHER TRANS PODE SER *BODY POSITIVE*? feat. @mulhertrans
 | #MaratonaBodyPositive | 1ª temporada -
<https://www.youtube.com/watch?v=mNgVbLt3OE0> – 13 mil
 Canal Alexandrismos

Este vídeo também faz parte da maratona *Body Positive*. É apresentado por Bernardo Boechat e tem a participação de Magô, mulher trans e dona do canal Voz Trans. Magô explica o que é uma pessoa trans e fala sobre o *Body Positive*, que é entender que todos nós temos limitações e frustrações, no entanto, não devemos fingir que não existem, e sim olhar com outro viés para essas questões, começando a pensar em autoaceitação.

Magô relata que existem pessoas trans que não estão satisfeitas com os seus próprios corpos, assim como existem pessoas cis que também não estão. Em sua visão, é preciso entender que, cada vez mais, as pessoas devem ter autonomia sobre seus próprios corpos.

9) VAI TER GORDA *BODY POSITIVE*, SIM! – Alexandrismos -
<https://www.youtube.com/watch?v=kNvnUWFlaPg> – 11 mil
 Canal Alexandrismos

Alexandra Gurgel começa o vídeo afirmando que “publicações recentes de *#bodypositive* estão ocultas porque a comunidade [do Instagram] denunciou conteúdo que pode não cumprir as diretrizes do Instagram para comunidades”. Mas, ao verificar as últimas publicações com a *hashtag*, ela percebe que se trata de fotos de pessoas magras fazendo atividades físicas, ou seja, as denúncias foram para fotos de pessoas “fora do padrão”.

Ela, então, questiona o porquê de as pessoas denunciarem fotos de outras que estão felizes, satisfeitas e amam os seus corpos. Acrescenta que ainda há muita dificuldade de as pessoas entenderem o que significa ser *Body Positive*. Ela acredita que muitos ainda não sabem o que significa ser *Body Positive*, assim, faz-se necessário explicar de novo.

Gurgel critica a “geração *fit*”, pois, segundo a ativista, eles estão “putos” porque pessoas gordas estão postando fotos com a *hashtag Body Positive*. Novamente, ela defende que este é um movimento de autoaceitação, no intuito de elevar a autoestima das pessoas e entender que todos os corpos são perfeitos e devem ser aceitos.

10) Fim da mulher padrão: o que é gordofobia e *Body Positive*? | Mini Saia | Saia Justa - <https://www.youtube.com/watch?v=1kRn0R1Bzho> – 8 mil – Canal GNT

Esse programa é parte integrante de outro, o Saia Justa, do Canal GNT, e é apresentado por Monica Martelli, Astrid Fontenelle e Karol Conká. Cada edição aborda um tema diferente e traz uma convidada para falar sobre. A pauta desse vídeo foi também sobre o *Body Positive* e a gordofobia. A convidada da vez foi Vanessa Joda¹⁷², professora de yoga e militante.

Joda relata sua experiência pessoal de quando fez intercâmbio na Austrália e voltou para o Brasil um ano depois, 35kg mais gorda. O retorno ao país e o olhar pouco simpático dos conhecidos e da família foram suficientes para ela experienciar, pela primeira vez, a gordofobia. Tal como nos casos mais comuns de tentativas frustradas de emagrecer, a militante tomou remédio e fez “dietas malucas”. Ela também relatou que um acidente de carro transformou sua vida e, a partir de então, resolveu mudar: começou a praticar yoga e se tornou professora.

Joda e as apresentadoras do Mini Saia defendem que é preciso falar sobre gordofobia e normalizar o uso da palavra “gordo”. Todas trocaram experiências pessoais de casos envolvendo seus corpos, mencionando assuntos como acessibilidade e também a relação entre o corpo da mulher gorda e o fetiche.

¹⁷² O Instagram da professora Vanessa Joda está disponível em: <https://www.instagram.com/vanjoda/?hl=pt-br>. Acesso em: 04 out. 2019.

Após análise, é possível concluir que a maioria dos vídeos busca explicar o que é o Movimento *Body Positive* e como ele se dá no Brasil. Ou seja, por mais que ele tenha surgido há mais de 20 anos, aqui, este tema é tratado há menos de cinco e, portanto, ainda causa certo estranhamento. O que parece é que prevalece o receio de confundir o movimento com conformismo e, assim, o *Body Positive* acaba sendo uma justificativa para a acomodação e, por consequência, para muitas continuarem insatisfeitas com seus próprios corpos.

Em tempos de internet e de disseminação de informações, é preciso ter o devido cuidado ao escolher as palavras que serão ditas ou escritas, pois, se elas não forem explicadas de maneira clara e assertiva, podem resultar em múltiplas interpretações ou, até mesmo, em incompreensão por parte de quem lê ou assiste.

De todo modo, a produção afirmativa não escapa de questionamentos e das características da própria História do Corpo. Esse domínio historiográfico não cessou de crescer desde o final do século passado. Um dos exemplos a este respeito é o trabalho de Georges Vigarello; em seu livro “As metamorfoses do gordo: história da obesidade”, o autor discorre sobre a percepção da gordura e da obesidade ao longo dos séculos.

A preocupação com as mudanças corporais não é recente. Desde os séculos XVIII e XIX, os corpos têm sido intensamente estudados e explorados por áreas da medicina e da biologia. Surgem, então, as medidas, os números e as estatísticas. São feitos estudos que prescrevem o peso corporal ideal para cada altura.

Os corpos diferentes, aqueles que incomodam e que causam espanto em decorrência de seu tamanho, circunferência e volume, chamam a atenção dos curiosos. O autor afirma: “Só os corpos mais gordos são ‘realmente estudados.’”¹⁷³

Posteriormente, o peso torna-se importante medidor, de modo que é estabelecida uma relação entre altura e peso e até os dias de hoje, este é um fator determinante para decidir se alguém está “saudável” ou não. É muito comum, seja em entrevistas na televisão ou em redes sociais, alguém perguntar qual é o peso de alguma celebridade. A preocupação com o peso alheio é algo comum desde a popularização da balança móvel, em meados do século XX.

¹⁷³ VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente. Da Idade Média ao século XX.* Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012. p. 195.

Além do peso, outras variáveis também surgiram para se medir uma aparência agradável. A literatura descreve; a pintura mostra como as pessoas são. Elas se percebem. Olham-se no espelho e notam as mudanças nos corpos: emagrecimento ou engordamento, envelhecimento e o surgimento de novas manchas ou de linhas de expressão. Ou seja, a preocupação com a aparência é algo antigo, bem como o desprezo pelas pessoas gordas.

Fazer dieta, restrições alimentares ou passar fome também são ações que há séculos fazem parte da vida do gordo. Surgem, então, os vilões da comida. Açúcar, nem pensar! E gula é pecado.

O sofrimento recai sobre o indivíduo gordo, e não é apenas físico, mas moral e psicológico.¹⁷⁴ A pessoa com “alguma corpulência fatal”¹⁷⁵ sente-se um “verdadeiro pária social”¹⁷⁶. As queixas estão sempre associadas ao volume corporal. Como sentir-se bem em uma sociedade que não te enxerga como normal? Como resistir perante as rejeições, as zombarias e as humilhações feitas contra o gordo?

O que podemos perceber é que as situações pelas quais as pessoas gordas passam atualmente não são inéditas. A “‘invenção’ ou a ‘obrigação’ de ‘ouvir’ o corpo não surgiu recentemente. Afirmar sua novidade absoluta seria um arbítrio. As certezas que a fundam não emergiram bruscamente”¹⁷⁷; elas acontecem há séculos. A diferença é que, atualmente, os movimentos de resistência têm crescido cada vez mais – e a voz dos gordos também. Até então, o “movimento” parece estar em formação, pois se fala muito de autoaceitação, autocuidado e autoajuda, e os exemplos de “superação” são sempre particulares, isto é, não se fala de um todo, de um coletivo.

É um movimento sem liderança, mas com seguidores. É evidente que, se levarmos em consideração o tempo que se discute o corpo gordo como parte da sociedade ativa – que trabalha, que se relaciona, que socializa, e não é preguiçosa, desleixada e doente –, estamos falando de séculos e não de décadas. Contudo, é

¹⁷⁴ VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente. Da Idade Média ao século XX.* Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012. p. 238.

¹⁷⁵ VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente. Da Idade Média ao século XX.* Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012. p. 238.

¹⁷⁶ HECKEL, F., 1930 apud VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente. Da Idade Média ao século XX.* Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012. p. 238.

¹⁷⁷ VIGARELLO, G. *O sentimento de si: história da percepção do corpo, séculos XVI-XX.* Petrópolis: Vozes, 2016. p. 10.

importante afirmar que, desde o século passado a aparência e o peso dos corpos tem sido um tema constantemente trabalhado e com crescente visibilidade política, tornou-se um nicho de mercado¹⁷⁸, e, ao mesmo tempo, uma bandeira de movimentos de resistência e de afirmação de identidades.

¹⁷⁸ Analisamos a moda *plus size* e o *e-commerce* no primeiro capítulo e discorreremos sobre as feiras de moda *plus size* no terceiro capítulo desta pesquisa.

CAPÍTULO 3 ESPAÇOS DE SOCIALIZAÇÃO

Desde que tiveram início os estudos sobre o corpo gordo, diversos eventos foram realizados com o propósito de reunir pessoas, muitas vezes, insatisfeitas com a invisibilidade social e/ou curiosas acerca do que poderia haver de diferente em um lugar tão específico. Segundo Cooper,

A expressão criativa e cultural forma uma parte substancial do ativismo gordo. O trabalho cultural refere-se ao ato de fazer coisas: arte, objetos, eventos, imagens estáticas e em movimento, artefatos digitais, textos, espaços, lugares e assim por diante. A produção cultural no ativismo gordo abrange arte e fotografia que tornam visível a incorporação da comunidade ativista gorda.¹⁷⁹

No Brasil, as produções artísticas que abordam a pessoa gorda como protagonista vêm aumentando nos últimos anos, principalmente no que se refere a plataformas digitais como o Instagram e o Youtube. Músicas, livros e vídeos foram temas tratados no segundo capítulo deste estudo, mas é importante destacar que no cenário atual também existem produções independentes.

No campo do audiovisual, foi produzido o documentário intitulado “Gorda”¹⁸⁰, assinado pela influenciadora Luiza Junqueira. A obra relata a história de três meninas gordas que narram suas experiências de vida. Na fotografia, o trabalho da profissional Milena Paulina¹⁸¹ consiste em eternizar de forma artística corpos de mulheres gordas, no intuito de mostrar que mulheres, assim como ela, também existem. As bailarinas profissionais Thaís Carla¹⁸² e Júlia Del Bianco¹⁸³ também disponibilizam em suas redes sociais vídeos e fotos dançando.

Em relação aos eventos ocorridos no Brasil, a quantidade de locais esporádicos criados a fim de receber o público de pessoas gordas cresceu e teve cada vez maior aderência por parte deste. Atualmente, há uma maior diversidade de pessoas que

¹⁷⁹ COOPER, C. *Fat activism: a radical social movement*. Bristol: HammerOn Press, 2016. Posições 1450-1458 (tradução nossa). “*Creative and cultural expression forms a substantial part of fat activism. Cultural work refers to the act of making things: art, objects, events, still and moving images, digital artefacts, texts, spaces, places and so on. Cultural production in fat activism encompasses art and photography that makes fat embodiment and fat activist Community visible*”.

¹⁸⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PVoZftl7Ebs>. Acesso em: 31 abr. 2020.

¹⁸¹ Disponível em: <https://olhardepaulina.com>. Acesso em: 31 abr. 2020.

¹⁸² Disponível em: <https://www.instagram.com/thaiiscarlaoficial>. Acesso em: 31 abr. 2020.

¹⁸³ Disponível em: <https://www.instagram.com/judelbi>. Acesso em: 3 abr. 2020.

buscam acolhimento e representatividade, de modo que encontros e grupos de apoio – sejam presenciais ou não – mostram-se essenciais.

Sendo assim, o presente capítulo tem como objetivo analisar os avanços e as tentativas bem-sucedidas de pessoas gordas em meios sociais, bem como verificar a criação de espaços de socialização dedicados a este público.

A seguir, discorreremos sobre alguns eventos importantes ocorridos – e/ou que ainda ocorrem – na cidade de São Paulo e sobre suas ramificações em outros municípios. Os eventos foram divididos em três tipos, quais sejam: festas, feiras e desfiles de moda. Procedemos a um levantamento dos eventos que acontecem ou aconteceram na capital paulista, e, como este ainda é um tema relativamente novo, separamos os principais. São eles: a Festa Toda Grandona, o Pop Plus e a Fashion Weekend Plus Size.

3.1 Festa Toda Grandona

A Festa Toda Grandona é uma iniciativa de um grupo de ativistas e de influenciadores gordos que formaram o Coletivo Volume, o primeiro *Body Positive* e LGBT do Brasil¹⁸⁴. O intuito era promover espaços de socialização para pessoas que não ficavam à vontade em ambientes nos quais não se sentiam representados. Assim, no dia 24 de fevereiro de 2018, a jornalista, escritora e *youtuber* Alexandra Gurgel¹⁸⁵, os *youtubers* Bernardo Boechat¹⁸⁶ e Caio Cal¹⁸⁷, a publicitária e ativista Juliana Rangel¹⁸⁸ e o diretor criativo Ricardo Lima¹⁸⁹ anunciaram a primeira edição da Toda Grandona, uma festa “REALMENTE *body positive*”¹⁹⁰.

O evento se deu na movimentada e barulhenta Rua Augusta 584, na capital paulista, em um pequeno espaço conhecido como Bar do Netão. A escolha do endereço não poderia ter sido mais acertada, pois a Rua Augusta é muito conhecida por ser ponto de encontro de jovens que saem dos mais variados bairros de São Paulo

¹⁸⁴ Instagram Toda Grandona. Disponível em: <https://www.instagram.com/todagrandonna/?hl=pt-br>. Acesso em: 20 jun. 2018.

¹⁸⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/alexandrismos>. Acesso em 26 maio 2019.

¹⁸⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/bernardofala>. Acesso em 26 maio 2019.

¹⁸⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/caiorevela>. Acesso em 26 maio 2019.

¹⁸⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/eujurangel>. Acesso em 26 maio 2019.

¹⁸⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/ricardosml>. Acesso em 26 maio 2019.

¹⁹⁰ Primeira edição da Festa Toda Grandona, com o *flyer* lançado no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BfRWCUwFO87>. Acesso em: 18 jun. 2019.

e que, graças à estação Consolação do metrô (linha verde) e à infinidade de linhas de ônibus que cruzam a Avenida Paulista, encontram-se para ir aos bares, boates ou até mesmo para ficarem na calçada bebendo e batendo papo madrugada afora ou até a reabertura das estações do metrô.

Figura 4 - Primeira edição da Festa Toda Grandona



Fonte: Toda Grandona (2018)¹⁹¹

Já a segunda edição ocorreu em 13 de abril de 2018, também na Rua Augusta, porém, o local era um pouco mais em direção à Avenida Paulista: o Mono Club foi o lugar eleito para receber uma festa *open bar* que durou até o amanhecer.

Dois meses depois, houve mais uma edição da Toda Grandona, com a seguinte novidade: a festa agora ocorreria no mesmo dia¹⁹² do Pop Plus. Em uma ação promocional durante a feira, alguns balões com as letras TGD (Toda GranDona) circularam pelo salão do abarrotado do Club Homs; e caso alguma cliente comprasse algo no estande em que estivessem os balões, ela ganharia um ingresso VIP para a festa. Posteriormente, as calçadas da Rua Luis Murat, 370, em especial na The L Clube¹⁹³, ficaram lotadas pelo público ansioso pela festa que, dessa vez, aconteceu

¹⁹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BfRWCUwFO87>. Acesso em: 20 jun. 2019.

¹⁹² A festa aconteceu no dia 16 de junho de 2018, no mesmo dia da 21ª edição do Pop Plus.

¹⁹³ Disponível em: https://www.instagram.com/thelclub_/?hl=pt-br. Acesso em: 20 jun. 2019.

no bairro boêmio da Vila Madalena. A expectativa da noite foi o lançamento ao vivo da música, e também do clipe, da dupla Rap Plus Size¹⁹⁴, escrita especialmente para a festa e “considerada hino por quem frequenta o evento”¹⁹⁵.

Figura 5 - EVENTO NA BIO! ● CONFIRME SUA PARTICIPAÇÃO
E AJUDE A GENTE A DIVULGAR! ♡ #TodaGrandona



Fonte: Toda Grandona (2018)¹⁹⁶

Já durante o segundo semestre de 2018, foram mais duas edições da festa, sendo que ambas também ocorreram em concomitância com o Pop Plus. Agora, a Festa Toda Grandona, já conhecida e difundida pelo público que frequenta o evento em São Paulo, saiu da Vila Madalena e foi para a casa noturna Estação Marquês, na Barra Funda, bairro conhecido pela grande quantidade de boates e espaços de *shows*. Além de música, a festa teve a performance de Bielo e apresentação da *drag queen* Kika Boom.

¹⁹⁴ Para mais informações, consultar o capítulo 2 desta dissertação.

¹⁹⁵ CORTÊZ, N. *Rap Plus Size*: elas querem te fazer pensar a gordofobia e descer até o chão. 29 jun. 2018. Disponível em: <https://universa.uol.com.br/noticias/redacao/2018/06/29/esta-dupla-de-rap-quer-te-fazer-pensar-a-gordofobia-e-descer-ate-o-chao.htm>. Acesso em: 20 jun. 2019.

¹⁹⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BjIJDahRDx>. Acesso em: 20 jun. 2019.

3.1.1 Toda Grandona *Pool Party*: onde o teste da piscina¹⁹⁷ não tem vez

Graças ao sucesso das edições noturnas, o Coletivo Volume expandiu a festa também para o dia. Um ano após a primeira edição, os organizadores fundaram a Toda Grandona *Pool Party*. O evento, que inicialmente ocorreria nos finais de semana dos dias 3 e 10 de fevereiro de 2018, ganhou uma nova data, o dia 24 do mesmo mês, devido ao sucesso das vendas dos ingressos, que esgotaram em menos de doze horas. Os 3 dias de festa ocorreram no mesmo local, a Casa Híbrida, um espaço que dispõe de uma piscina grande o suficiente para abrigar muitas pessoas e receber eventos deste porte.

É fato que festas na piscina podem ser eventos frustrantes para quem não se sente à vontade frente aos olhos dos que julgam, isso não é novidade. Contudo, o coletivo organizador acertou ao oportunizar um ambiente com a premissa de que todos os corpos eram bem-vindos; sendo assim, foi certo o sucesso entre os interessados.

Nos dias em que ocorreu a festa, de fato, havia presente uma diversidade de corpos. Corpos plurais ocupando um espaço concebido precisamente para eles, sem discriminações, sem olhares tortos, sem preconceitos. As pessoas que frequentaram a festa tinham como objetivo se refrescarem do calor e se divertirem, sem a preocupação com as opiniões e os julgamentos alheios.

As edições tiveram aquilo que se espera de uma festa animada: música, bebida e piscina. É interessante notar também que os participantes utilizavam todos os tipos de trajes de banho: *shorts*, sungas, maiôs e biquínis, sendo este último uma vestimenta constantemente vetada em outras situações quando há “gordurinhas indesejadas à mostra”, como apregoam as reportagens sobre “corpo perfeito”.

O Brasil é um país de clima quente e com um verão que tem ultrapassado os 40 graus nos últimos anos, assim, buscamos nos refrescar em atividades que envolvam banhos de mar ou de piscina. Neste sentido, é natural expormos nossos corpos, a fim de driblar as altas temperaturas. No entanto, há alguns anos, desde antes de o verão chegar, era muito comum presenciarmos bombardeios por parte das

¹⁹⁷ Alusão à expressão “teste da praia”, criada por Denise Sant’anna. Cf.: SANT’ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016; e também: SANT’ANNA, D. B. de. *Da gordinha a obesa: paradoxos de uma história das mulheres*. *Labrys Estudos Feministas*, jan./jun., 2014. Disponível em: <https://www.labrys.net.br/labrys25/corps/denise.htm>. Acesso em: 28 mar. 2020.

revistas de dieta, saúde, moda e beleza, com suas reportagens insistentes para nos lembrar que deveríamos nos manter na linha.

A revista Marie Claire, por exemplo, quando foi criada na década de 1930, alertava as mulheres que estas deveriam ter cuidado com o próprio físico e investir em uma aparência sedutora. A revista Claudia, na década de 1960, tinha capas estampadas com manchetes que davam dicas de como emagrecer no final de semana, bem como oferecia tutoriais de ginástica, de beleza, receitas rápidas e dietas anticelulite. Nos anos 1970, a revista Pop foi um dos veículos que difundiu os valores de sol, juventude e liberdade, mas os ideais de corpos publicados em suas páginas eram majoritariamente magros, acentuadamente esguios e leves. Ainda segundo alguns periódicos, era importante começar o “projeto verão” com um cronograma organizado, a fim de alcançar o “corpo ideal”, ou seja, com procedimentos estéticos no outono, cirurgia plástica no inverno e, na primavera, “correr atrás do prejuízo”, isto porque esta última é reconhecidamente a estação em que a procura por academias aumenta significativamente.

As edições da Festa Toda Grandona *Pool Party* seguiram os mesmos moldes de uma tradicional festa na piscina, porém, seu sucesso se deve ao fato de que foi concebido um espaço em que as pessoas realmente se sentiam confortáveis ao usarem trajes de banho. Na criação do evento no Facebook e em sua descrição, a regra era clara: “aqui não entra gordofobia, misoginia, racismo, machismo, lgbtfobia, transfobia, capacitismo e etarismo.”

A ideia de se criar uma atmosfera de acolhimento não é uma novidade, embora não tenha vindo à tona nas últimas décadas. Segundo Cooper, as precursoras dessa compreensão foram mulheres gordas e lésbicas que conceberam um espaço semelhante na cidade de São Francisco, no estado da Califórnia, Estados Unidos, no início dos anos 1980. A intenção era acolher e “normalizar” o corpo gordo, fazendo com que as pessoas aproveitassem e se sentissem à vontade.

Em sua maioria, o público que frequentou as festas era jovem e parte da comunidade LGBTQIA+, usuários de redes sociais e interessados em assuntos relacionados à moda.

3.1.2 Festa Toda Grandona na Virada Cultural

A Virada Cultural de São Paulo teve a sua primeira edição em 2005, por uma iniciativa integral do poder público, no intuito de instigar a população a frequentar as ruas do centro da cidade de São Paulo por meio de atividades culturais. Inspirada na *Nuit Blanche* parisiense, a intenção do evento é incentivar os cidadãos a saírem de suas casas para desfrutarem das inúmeras atrações espalhadas pelo centro do município; são 24 horas de artes, música, dança e manifestações populares pensadas para reestabelecer os vínculos entre a população e a cidade.

Com o passar dos anos e o conseqüente sucesso das edições, houve um aumento significativo do público na Virada Cultural, o que fez com que o evento atraísse uma grande quantidade de turistas para a cidade. O êxito foi tamanho que a Virada se tornou um dos eventos mais procurado pelos turistas que se programam para vir à cidade, tanto que com o passar dos anos, o público tem aumentado cada vez mais. No ano de 2019, cinco milhões de pessoas¹⁹⁸ ocuparam o centro histórico da cidade.

Sendo este, portanto, um acontecimento democrático, com atividades gratuitas – ou a pequenos preços – e localizada estrategicamente em lugares próximos a estações de metrô e a pontos de ônibus, a Virada cumpre com a sua principal função: ser o espaço de/para todos, ser um lugar de igualdade e de livre expressão, haja vista a sua programação plural.

Neste contexto de diversidade, a edição extra da Festa Toda Grandona foi de caráter positivo no sentido de oferecer um espaço social seguro para o seu público. A festa ocorreu no dia 19 de maio, durante a tarde, e se localizou entre as ruas Aurora e Vieira de Carvalho. Ao contrário das edições noturnas e da festa na piscina, a edição Toda Grandona na Virada Cultural teve entrada gratuita e aberta ao público em geral.

¹⁹⁸ Disponível em: <http://www.capital.sp.gov.br/noticia/virada-cultural-2019-atrai-cinco-milhoes-de-pessoas-em-sao-paulo>. Acesso em: 24 maio 2019.

Figura 6 - @ATENÇÃO SÃO PAULO @ Já separa domingo dia 19/05 pra curtir a #TODAGRAN DONA na #ViradaCultural das 12h às 18h de graça na rua (Aurora x Vieira de Carvalho) 🍷🍷🍷🍷 ANSIOSOSSSS?



Fonte: Toda Grandona (2019)¹⁹⁹

A festa, com este formato, atraiu diversos tipos de público, desde os que conheciam a proposta do coletivo até curiosos que estavam passando pelo local e resolveram conferir a atração. Foi interessante notar que o evento encheu aos poucos e, no final da tarde, próximo do horário de seu encerramento, havia um público considerável. Outro aspecto que também merece destaque foi a diversidade de corpos neste momento: mesmo esta sendo uma festa com a proposta *Body Positive*, as outras edições contaram com uma maioria de pessoas gordas, já na versão da Virada Cultural, havia também uma certa quantidade de pessoas magras.

3.1.3 Edições no Rio de Janeiro

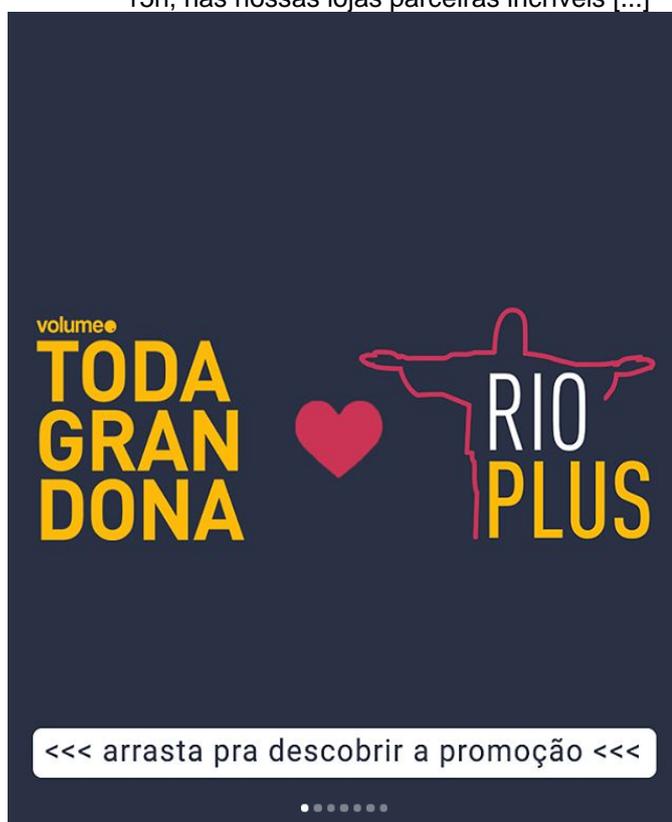
O Coletivo Volume não se limitou a lançar sua festa e ações apenas na cidade de São Paulo, pois também desembarcou no Rio de Janeiro, já que todos os seus integrantes são cariocas e se mudaram para São Paulo há menos de cinco anos. As

¹⁹⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BxPyOGuj79o>. Acesso em: 20 jun. 2019.

duas edições da festa também ocorreram nos mesmos dias do Rio Plus, outra feira multimarcas de moda *plus size*, ocorrida em Copacabana, na zona sul da cidade. A primeira Toda Grandona do Rio aconteceu no dia 18 de agosto de 2018 e, a segunda, no dia 1º de dezembro do mesmo ano, ambas no Espaço Rampa, local de festas cujo ambiente é aberto e arejado, localizado do bairro de Botafogo, ótima área para ver o sol nascer, já que fica na beira da praia.

As duas edições da festa seguiram a mesma tendência das versões paulistanas, com música *pop* e *funk* predominando na pista de dança, público diverso e casa cheia.

Figura 7 - Achou que a gente não ia fazer nada no nosso patrocinador lindo @rio.plus? ACHOU ERRADO, BB! A equipe inteira da Toda Grandona vai estar presente no evento de 12h às 15h, nas nossas lojas parceiras incríveis [...]



Fonte: Toda Grandona (2018)²⁰⁰

Além desses eventos, o Coletivo Volume investiu também na moda. Os ativistas produziram camisetas personalizadas de diversos modelos e tamanhos. Parte delas continha frases ou apenas palavras, como por exemplo: “nenhum kg a menos”, “corpo todo, corpo gordo, corpo livre”, “*fatness*”, “toda grandona”, “gordoridade” e “deus é gorda”.

²⁰⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bml2>. Acesso em: 20 jun. 2019.

Embora estes acontecimentos supramencionados tenham sido recentes, parece haver uma tentativa de se criar laços para a possível formação de uma comunidade. Parte do público que compareceu às festas também esteve nas feiras de moda, é seguidor das redes sociais tanto do coletivo como de seus integrantes e interage por meio dos comentários do Instagram.

No final do ano de 2019, o coletivo publicou um *post* no Instagram anunciando o encerramento de suas atividades. Desde então, não houve mais postagens e tampouco ações de seus integrantes.

3.2 O Pop Plus e as feiras de moda

Não é novidade que a moda ignora pessoas gordas, haja vista que a grande maioria da produção de roupas não vai além da grade tradicional de tamanhos (P, M, G), o que torna uma tarefa tortuosa e quase impossível a busca por vestimentas maiores. Há, por toda a internet, em livros e em jornais, inúmeras histórias de pessoas frustradas por não encontrarem roupas que servissem em seus corpos. A decepção com o próprio corpo em razão de não caber em uma peça de roupa é algo comum que acompanha qualquer pessoa que vista mais do que 48.

Caminhar em *shopping centers* e entrar em lojas de roupas com o intuito de comprar algo que lhe sirva, o que deveria ser uma experiência agradável e satisfatória, transformou-se para muitas pessoas em uma situação desconfortável e frustrante.

Um dos motivos pelos quais a indústria da moda *plus size* cresceu ao longo dos últimos anos foi justamente a experiência pessoal de suas idealizadoras. Um dos inúmeros casos é a história da criação da marca norte-americana *Universal Standard*, que atualmente é a varejista com maior inclusão de tamanhos do mundo; sua grade vai do 00 ao 40, o que equivale a 34 ao 74 nas medidas brasileiras. Uma das fundadoras da marca, Alexandra Waldman, não conseguia encontrar roupas para ela que não fossem infantilizadas ou sexualizadas demais.

A *Universal Standard* é uma marca ainda recente, mas vem quebrando paradigmas desde seu lançamento. Um de seus diferenciais é o *Fit Liberty*, uma linha de roupas que, pelo período de um ano, pode ser trocada sem custos, no caso de a cliente aumentar ou diminuir o número de seu manequim.

Conforme mencionado no primeiro capítulo, com a ascensão do *e-commerce* foi possível acompanhar o surgimento de várias pequenas marcas *plus size*. Estas geralmente possuem fabricação familiar e não contam um estoque de roupas. É possível citar como exemplo a *Wear Ever*, marca vegana e 100% brasileira que evita o estoque e o desperdício, haja vista que produz as peças apenas após o pagamento da cliente. A empresa, que também é familiar, dispõe de grade estendida de peças com os mesmos modelos, que vão do PP ao 4G.

Atualmente, o protagonismo em relação à moda *plus size* se concentra na capital paulista por esta reunir lojas voltadas a este público e, também, em decorrência dos eventos que tiveram início na cidade. Segundo a Associação Brasil *Plus Size* (ABPS), este segmento vem crescendo de forma constante no Brasil, sendo que, em 2018, movimentou cerca de sete bilhões de reais. Nos Estados Unidos, a indústria *plus size* espera movimentar cerca de vinte bilhões de dólares até 2020. Porém, por mais que os números atuais sejam positivos, ainda há falta de interesse por parte da moda tradicional em investir nesse segmento. Dessa forma, foi preciso encontrar maneiras alternativas para atender a essa parcela do mercado consumidor.

E foi justamente assim que surgiu o Bazar Pop Plus. Sua primeira edição se deu em dezembro de 2012, momento em que ainda pouco se falava em moda *plus size*. A fundadora da feira, Flavia Durante, relatou que começou a vender biquínis para as amigas como uma forma de ganhar uma renda extra, mas, ao começar a engordar, já depois de adulta, percebeu que as pessoas gordas eram invisibilizadas e que não havia espaços de socialização e tampouco lugares para que esse público pudesse consumir roupas. E assim surgiu a feira na cidade de São Paulo, que atualmente está em sua 27ª edição²⁰¹.

O Pop Plus, inicialmente chamado Bazar Pop Plus Size, ocorre atualmente quatro vezes ao ano (março, junho, setembro e dezembro). Já passou por diversos locais da cidade de São Paulo e agora ocupa os salões do Club Homs, na Avenida Paulista. A localização em que a feira se encontra tem uma importância simbólica, pois ter um espaço em um dos endereços mais importantes do país para pessoas marginalizadas, esquecidas ou ignoradas pela sociedade é um tanto emblemático e evidencia que esse grupo vem tendo algumas conquistas ao longo de sua história.

²⁰¹ Evento realizado nos dias 07 e 08 de dezembro de 2019.

No decorrer de suas edições, as programações variavam, mas a ideia central foi sempre a de conceber um ambiente multicultural e repleto de atrações, tais como música, dança, exposições, apresentações e, claro, moda. Dezenas de marcas foram incorporadas ao evento, desde 2012 até 2019, fato que justificou a necessidade de aumento do espaço físico em que o Pop Plus era realizado; em 2012, por exemplo, foram apenas nove expositores participantes e, já nos anos seguintes, o crescimento foi de 900%.

Atualmente, o Pop Plus não é apenas uma feira de moda, é também um lugar de acolhimento, de pertencimento, em que as pessoas se encontram, se conhecem e compartilham histórias e vivências, além de encontrarem roupas que caibam em seus corpos e de não se sentirem julgadas ao procurar alguma peça da moda. Para Durante, fundadora da feira, a expectativa do evento começa já alguns dias antes, nas redes sociais: “É uma verdadeira Disneylândia, né? Como eu costumo dizer, Disneylândia das gordas”²⁰².

O Pop Plus é um espaço de sociabilidade, pois conecta pessoas que estão presentes por terem algo em comum – sejam as histórias de vida, sejam as dificuldades de encontrar roupas e acessórios – e afinidades. Isto é, o corpo é o ponto principal e é o que conecta as pessoas que vão à feira, mas a partir dele também surgem relações que se externalizam para além deste espaço e começam a fazer parte do cotidiano dessas pessoas.

Além das atividades regulares do final de semana do Pop Plus, em algumas edições Durante também incluiu palestras e rodas de conversas. A primeira ocorreu em 5 de maio de 2016, quando o evento ainda era em um salão no bairro do Paraíso. O tema foi “Atendimento ao público *plus size*” e teve a participação de jornalistas do portal gordxs.com.br e da blogueira, modelo e consultora de moda Débora Fernandes²⁰³. Posteriormente, foi iniciada outra palestra: “Precisamos falar sobre moda para gordos”, com a discussão acerca da moda *plus size* para homens.

Desde então, outros debates surgiram. Ainda em 2016, em setembro, a mesa cujo tema era “O que é ser ‘*plus size*’?” foi mediada por Rafa Coelho, do blog Das

²⁰² DURANTE, F. Entrevista cedida a Bruna Salles Braconi de Moura. São Paulo, 13 maio 2019

²⁰³ Débora Fernandes Plus. Disponível em: <http://deborafernandesplus.com.br>. Acesso em: 20 maio 2019.

Plus²⁰⁴ e teve a participação de Patrícia Assuf Nechar²⁰⁵, e também de Glenda Cardoso, autora do *blog* Curvilíneos²⁰⁶.

Outra mesa de debate, realizada no mesmo final de semana, foi sobre “Mercado de Trabalho”, cuja mediação foi da publicitária e executiva Alcione Ribeiro Matsumoto, contando com os comentários da advogada e blogueira Vanessa Raya²⁰⁷ e de Bruno Barreto, da área de relações públicas. Abordar as dificuldades de inserção de pessoas gordas no mercado de trabalho é tema que tem sido debatido já há algum tempo; inúmeros são os relatos daqueles que passam por dificuldades para arrumar um emprego ou, quando chegam perto de conseguir a vaga, recebem uma resposta negativa da empresa. As justificativas para a recusa não faltam e até o tamanho do uniforme²⁰⁸ pode interferir na contratação de uma pessoa gorda. A entrevista de emprego também pode ser um momento constrangedor, visto que o candidato pode ser surpreendido com as perguntas dos recrutadores, principalmente quando alguma delas refere-se a quantos quilos a pessoa pesa.²⁰⁹

E, para finalizar o dia 17, a terceira mesa do evento foi sobre “A imagem gorda na cultura *pop*”, e teve Marília Almeida como mediadora e, como participantes, a blogueira e influenciadora Juliana Romano²¹⁰ e o blogueiro Thiago Barbolla²¹¹.

No dia 18, novos debates foram realizados: “Como descobrir seu estilo”, mediado pela blogueira Bia Peca²¹² e comentado por Rafa Coelho, da Dasplus, e também por Natalia Nascimento²¹³, autora do canal “Estilosos no metrô”. Por se tratar de assunto recente, as consumidoras de moda *plus size* ainda podem ter certa dificuldade ao buscarem uma peça de roupa que tenha um estilo que as agrade, pois

²⁰⁴ Rafa Coelho. Disponível em: <https://www.instagram.com/rafacoelhodiniz/?hl=pt-br>. Acesso em: 20 maio 2019.

²⁰⁵ Doutoranda do Programa de Comunicação e Semiótica da PUC-SP.

²⁰⁶ Curvilíneos. Disponível em: <https://www.curvilineos.com.br>. Acesso em: 20 maio 2019.

²⁰⁷ Sapatinho de Cristal. Disponível em: <http://sapatinhodecristal.com.br>. Acesso em: 20 maio 2019.

²⁰⁸ BRANDALISE, C. *Gordofobia: 10 frases preconceituosas que as pessoas falam sem perceber*. Portal Universa. 30 ago. 2018. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/08/30/gordofobia10-frases-preconceituosas-que-as-pessoas-falam-sem-perceber.htm>. Acesso em: 26 maio 2020.

²⁰⁹ GOMES, M; DIAS, C. “Vai entalar”: como elas lidam com a gordofobia no ambiente profissional. Portal Universa. 14 ago. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/08/14/vai-entalar-como-elas-lidam-com-a-gordofobia-no-ambiente-profissional.htm>. Acesso em: 26 maio 2020.

²¹⁰ Ju Romano. Entre Topetes e Vinis. Disponível em: <http://juromano.com>. Acesso em: 20 maio 2019.

²¹¹ Judão. Disponível em: <http://judao.com.br/author/borbs/#.XQFhshZKipo>. Acesso em: 20 maio 2019.

²¹² Mundo Plus Size 1. Disponível em: <https://www.instagram.com/mundoplussize1/?hl=pt-br>. Acesso em: 20 maio 2019.

²¹³ Estilosos no metrô. Disponível em: <https://www.facebook.com/estilososnometro>. Acesso em: 20 maio 2019.

o fato de este ser um mercado ainda carente e com poucas modelagens disponíveis, criou-se o hábito de “comprar o que tem”. Ou seja, a falta de opções diminuiu drasticamente as chances de se vestir com algo do que se gosta. Outro ponto a ser considerado é o equívoco das pessoas ao confundirem *plus size* com estilo. Durante explica que

“*Plus size*” não é um estilo único e não é um rótulo para pessoas, é somente um termo mercadológico para definir o tamanho das roupas. Existem mulheres curvilíneas e gordas que se vestem com o estilo clássico, outras, que são modernas, esportivas, românticas, vintage, sexy, hippie chic, minimalistas, alternativas; enfim, somos plurais! Parece óbvio, mas muitos ainda não entenderam isso, acham que é tudo uma coisa só e que todas querem esconder suas formas em roupas escuras, largas e sem modelagem.²¹⁴

Posteriormente, teve início o debate sobre “Acessibilidade”, com participação da jornalista Tata Correia, da ativista Rachel Patricio, da arquiteta Kaisa Tembela e da engenheira civil Vivianne Oliveira. Este tema também tem sido recorrente nas discussões. As dificuldades para se locomover usando o transporte público, por exemplo, começam já com as catracas dos ônibus ou das estações de metrô, as quais não foram desenvolvidas com espaço suficiente para que uma pessoa gorda possa, sem dificuldades, atravessá-la. As queixas também são em relação aos assentos de metrô, ônibus e aviões, poltronas de cinemas e teatros, entre outras. Para fechar as atividades deste dia, a última conversa foi sobre “Sexualidade e Relacionamento”, mediada pela blogueira Paula Bastos²¹⁵ e com a participação da também blogueira Mariana Lima²¹⁶ e também da consultora Laura Levi.

No ano de 2017, as palestras ocorreram apenas no Pop Plus de setembro. A quantidade de rodas de conversas também diminuiu, foram apenas duas: “Representatividade Asiática”, mediada por Nic Duarte²¹⁷ e com a participação de Rebeca Bex, advogada e criadora do Tabemashou – Culinária Japonesa, da projetista Nadya Gushiken e da DJ, *hostess* e *performer* Gina Yamamoto. Há na comunidade asiática um estereótipo de que todas as mulheres são magras e o debate é acerca da falta de representatividade de mulheres asiáticas gordas nesse meio; a outra roda de

²¹⁴ DURANTE, F. *Plus size não é um estilo; é um tamanho de roupa*. Portal Universa. 16 dez. 2018. Disponível em: <https://flaviadurante.blogosfera.uol.com.br/2018/12/06/plus-size-nao-e-um-estilo-e-um-tamanho-de-roupa>. Acesso em: 26 maio 2020.

²¹⁵ Grandes Mulheres. Disponível em: <https://grandesmulheres.com.br>. Acesso em: 20 maio 2019.

²¹⁶ Moda Plus Size Brasil. Disponível em: <https://www.instagram.com/modaplussizebr>. Acesso em: 20 maio 2019.

²¹⁷ O cabide. Disponível em: <http://ocabide.com/?tag=nic-duarte>. Acesso em: 20 maio 2019.

conversa teve como tema “Gordas no esporte”²¹⁸ e as convidadas foram Fabiana Martinez, do Gorda Esporte Clube, a ciclista Nieve Benedito, a corredora de rua Danielle Monteiro e também a equipe de futebol americano feminino da Portuguesa.

No ano de 2018, houve esse tipo de atividade em todas as edições. No dia 3 de março, o debate “Além do 54” foi tema principal do Pop Plus, visto que pessoas que vestem acima da numeração 54 ainda são excluídas da moda *plus size*. A mesa foi composta pela jornalista Tata Correia, pela diretora de arte e professora Drika Lucena, pela diretora do Coletivo África *Plus Size* Luciane Barros e pelo *youtuber* e ativista Bernardo Boechat. A questão é que muitas lojas, principalmente as físicas, que alegam ter “tamanhos grandes” não ampliaram a grade para além dessa numeração. Mesmo em feiras de moda *plus size* ainda é complicado encontrar roupas com tamanhos maiores que esse. Há poucas opções com informação de moda e de tendências. Além disso, há problemas também com a modelagem, já que os tamanhos não são padronizados.

No dia seguinte, houve a roda de conversa “Outras realidades”, que discutiu a moda inclusiva, ou seja, a inserção de pessoa deficiente visual, cadeirante ou de baixa estatura. O *talk* foi mediado pela criadora de conteúdo Nic Duarte e teve a participação de Heloisa Rocha, jornalista e criadora do projeto Moda em Rodas, de Michele Simões, consultora de moda e fundadora do projeto Meu Corpo é Real, da advogada Emanuelle Alkmin e de Ana Clara Schneider, idealizadora da Sondery.

Na edição de junho, o *talk* do dia 16 foi sobre “Como educar seus filhos para a diversidade”, com a participação de Carol Patrocínio e Rachel Patrício. A conversa tratou de possíveis saídas e argumentos para criar e educar crianças em um mundo diverso, buscando fortalecer a identidade e a autoestima em uma realidade preconceituosa e intolerante.

No dia 17, foi a vez do debate intitulado “Ativismo, autocuidado e saúde mental”, sobre como manter a sanidade mental em uma sociedade gordofóbica. A mesa foi mediada por Nic Duarte e reuniu o psicanalista Daniel Guimarães, a publicitária e ativista Talita Crespi Gonçalves e a blogueira Kalli Fonseca.

Em setembro, houve um debate sobre gordofobia médica e violência obstétrica, temas que surgiram após Durante, a fundadora da feira, lançar uma

²¹⁸ Programação extra Pop Plus. Disponível em: <https://popplus.com.br/2017/09/06/veja-qual-e-a-programacao-extra-do-pop-plus-de-setembro>. Acesso em: 20 maio 2019.

hashtag em suas redes sociais solicitando às seguidoras que contassem algum episódio em que passaram por essas situações.²¹⁹ O bate-papo foi mediado por Mariana Lima e teve participação da médica Denize Ornelas, da doula e consultora materna Rina Pri, da ativista Deh Bastos e da nutricionista Roberta Stella. À época, vários relatos foram feitos e Durante escreveu uma matéria para o portal Universa, explicando que

[...] mesmo que ser gordo fosse uma doença, isso não dá o direito a profissionais da saúde tratarem pessoas gordas como subumanas. É fundamental reconhecer que ser gordo não é questão de “falta de vergonha na cara”. Pessoas são gordas por diversos motivos, não só por “comerem demais”. Podem também ter metabolismo lento, passar por transtornos alimentares, terem tomado algum medicamento que desencadeou o ganho de peso, serem sedentárias, passarem por disfunções hormonais, não terem como manter uma alimentação saudável ou simplesmente por genética. E absolutamente todas merecem respeito e tratamento digno.²²⁰

Em dezembro, na última feira do ano de 2018, o primeiro dia teve como programação: debate “Gordas viajantes”, em que foram discutidos temas como acessibilidade, segurança, preconceito e tratamento às mulheres gordas em diferentes países. A mediação foi da turismóloga Alice Primo, com participação da jornalista, modelo e blogueira Sylvia Barreto, da química Tatiana Oldfield e da *youtuber* e empresária Mariana Nóbrega.

Posteriormente, teve início o “Mutirão de trabalho”, com dicas de moda, de como aperfeiçoar currículos, orientações para entrevistas de emprego etc. O debate contou com a presença da psicóloga Fabiana Souza e da consultora de estilo Isabela Frossard. Participaram da mentoria do mutirão a publicitária Ana Laura Mello, a blogueira e influenciadora Dani Rudz, a dançarina Thaís Carla e o relações públicas Bruno Barreto.

No domingo, dia 9, a psicóloga Laís Oliveira, fundadora do Psicoplus, iniciativa voltada à discussão sobre autoestima e identidade da mulher gorda, promoveu uma dinâmica entre as participantes na plateia.

Para finalizar a programação do dia e também o Pop, foi realizado o debate “Corpo gordo como resistência”, em que as pesquisadoras do tema debateram sobre

²¹⁹ Gordofobia médica. Disponível em: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17847695860304777>. Acesso em: 20 maio 2019.

²²⁰ DURANTE, F. *Gordofobia também é parte da violência obstétrica*. Portal Universa. 31 jul. 2018. Disponível em: <https://flaviadurante.blogosfera.uol.com.br/2018/07/31/gordofobia-tambem-e-parte-da-violencia-obstetrica>. Acesso em: 26 maio 2020.

as dificuldades da pessoa gorda, o crescimento do ativismo gordo na internet, a presença do corpo gordo na mídia e também avaliaram os avanços dos dez anos de moda *plus size* no Brasil. Participaram dessa mesa Patricia Nechar, como mediadora, e como debatedoras a doutora Rosane Gomes, a mestra em sociologia política Natália Rangel, a doutora em Estudos da Cultura Contemporânea Maria Luisa Jimenez e a autora da presente pesquisa.

No ano de 2019, além da versão paulistana, o Pop Plus também partiu rumo ao interior paulista. Foi organizada uma edição extra na cidade de Campinas, a cerca de 100km da capital. Com a mesma receita de São Paulo, o Pop Plus aconteceu nos dias 17 e 18 de agosto na Estação Cultura, um espaço multicultural e palco de apresentações artísticas, encontros de *food trucks* etc. Tal como ocorria no Club Homs, a entrada aqui também era gratuita. Foram cerca de cinquenta expositores espalhados pela Estação, que também contou com atrações artísticas, com atividades físicas e música. Os debates aconteceram no domingo. Foram dois: o primeiro foi “O mercado *plus size* no interior de São Paulo”, com a presença das debatedoras e influenciadoras Amanda Souza, Gabi Pereira, Musa Carol e Irene Casonato; o segundo versou sobre “A moda como aliada na autoestima”, com participação das também influenciadoras Juliana Romano e Mel Soares.

A importância de um evento deste porte na região se dá porque, além de movimentar o mercado local, também oferece oportunidade para marcas que não expuseram nas edições do Pop Plus da capital. Além disso, constitui uma maneira de levar a moda para pessoas que, por algum motivo, não conseguem ir até a cidade de São Paulo. Como já apontado anteriormente, a moda *plus size* atualmente se concentra na capital paulista, pois é onde se localiza a maior parte das lojas físicas. Parte do público que frequenta o Pop Plus é de fora do estado de São Paulo, ou seja, as pessoas se programam para viajar especialmente para fazer compras. Assim, o Pop Plus é como um *shopping center* que funciona apenas quatro vezes ao ano.

Ao ser questionada sobre a presença das consumidoras nesta programação extra supracitada, Durante afirma que essas conversas ainda não têm tanta visibilidade, mas que não vai deixar de fazê-las, pois entende que são pautas importantes e que precisam ser discutidas. Isto porque, por mais que estes sejam assuntos comuns no cotidiano de uma pessoa gorda, ainda não há tanta visibilidade

no dia a dia de pessoas consideradas dentro de um padrão normativo estabelecido. Ainda segundo a empresária,

[...] o público geralmente é de estudantes, de pesquisadoras [...] E gente que está interessada ali em pesquisar o assunto. E a gente sempre procura fazer *lives* para quem está em casa acompanhar e ficar registrado para virar fonte de pesquisa também.²²¹

Ou seja, o Pop Plus, apesar de ser a maior feira de moda *plus size* do mundo e ter uma programação extremamente plural, ainda é majoritariamente procurado para consumo, de modo que as outras atividades são deixadas em segundo plano. As pessoas que frequentam esse espaço encontram o que não há para elas fora dali: acolhimento, no sentido de encontrar roupas de diversos modelos que caibam em seus corpos, encontro de pessoas que vivenciam a mesma situação, e também a sensação de se sentirem à vontade em um ambiente que não as hostiliza. É, portanto, um lugar de encontros para afirmarem suas escolhas e seus corpos. As mudanças foram significativas, porém, por ser um movimento ainda muito recente, principalmente no Brasil, ocorrem de forma lenta e gradual.

Durante concorda e afirma que

Da mulher gorda não ser vista como um corpo que só queria ser escondido e um corpo triste, relegado, esquecido, mas como um corpo poderoso, político que também merece respeito, autonomia e quer ser visto com respeito, com dignidade e como consumidor também, né. Lógico, a gente está vivendo num mercado capitalista, então com certeza foram muitas mudanças significativas aí nos últimos dez anos.²²²

As discussões propostas ao longo dos anos no Pop Plus contribuem também para contar a história da moda *plus size* no Brasil. Relatar sobre como este segmento surgiu, o que significa *plus size*, a imagem da pessoa gorda, acessibilidade, representatividade e estilo de vida são questões que agregaram para a formação da identidade de um público que é diverso, mas que é constantemente deixado de lado. Os debates evidenciaram também que é possível levar uma vida comum e fugir do estereótipo e do estigma de se ter um corpo gordo; ser gordo não é um fator limitante para se relacionar, ser saudável, viajar ou trabalhar.

Atualmente, há um crescimento constante na criação de espaços destinados a essas questões, seja no Pop Plus, na mídia ou na academia. É um movimento que,

²²¹ DURANTE, F. Entrevista cedida a Bruna Salles Braconi de Moura. São Paulo, 13 maio 2019.

²²² DURANTE, F. Entrevista cedida a Bruna Salles Braconi de Moura. São Paulo, 13 maio 2019.

tal como ressaltado no primeiro capítulo desta pesquisa, começou na década de 1960 e continua até os dias atuais, devido à insistência e à busca pelo conhecimento por parte de seus principais interessados.

3.2.1 Outras feiras de moda

Seguindo a mesma linha proposta pelo Pop Plus, as feiras de moda *plus size* se espalharam para algumas cidades do Brasil: Rio de Janeiro, Porto Alegre e Curitiba são alguns dos lugares em que pessoas perceberam a necessidade de haver um espaço tal como o existente na cidade de São Paulo.

Na cidade do Rio de Janeiro existem duas, quais sejam: Hashtag Bazar e Rio Plus. A Hashtag existe desde 2016 e já esteve sediada no bairro do Flamengo, na zona sul, mas atualmente acontece no Clube Monte Sinai, na Tijuca, zona norte da cidade. Atualmente, a feira está em sua 38ª edição. No Instagram, a principal plataforma de divulgação da feira, as suas idealizadoras a definem com os seguintes termos: comprinhas, família, acolhimento, acessibilidade, sorriso sincero, diversão com as amigas, dança, incentivo e representatividade, dar um *close*, para todxs e desfile.²²³

Já a Rio Plus é um evento mais recente; está na sua sétima edição, tendo ocorrido pela primeira vez no início de 2018. O local em que acontece a Rio Plus é o Clube Israelita Brasileiro, no bairro de Copacabana. Ambas as feiras oferecem espaços para apresentações de dança, música e também recebem influenciadoras que, muitas vezes, são convidadas pelas próprias marcas expositoras.

Em 2017, foi a vez de Porto Alegre receber a sua primeira feira de moda *plus size*. A intenção também era movimentar o mercado consumidor da região e proporcionar espaço a marcas locais. “A BPSPOA é o lugar onde tu vais encontrar o melhor da moda *plus size* de Porto Alegre e também um espaço de convivência sem julgamentos pelo tamanho do seu manequim!”²²⁴

Ainda no sul do país, encontra-se a Fat Fair Curitiba, especificamente na capital do Paraná. A feira ainda é recente, tendo ocorrido somente duas edições até o

²²³ O que é o #?!. Disponível em: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17884237939403659>. Acesso em: 27 maio 2020.

²²⁴ Instagram BPSPOA. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bp9VFCjTST>. Acesso em: 27 maio 2020.

momento; a primeira se deu em maio de 2019 e, tal como as outras citadas anteriormente, também disponibilizou uma programação com desfiles, *food trucks* e bate-papos com diversas convidadas.

3.3 A São Paulo Fashion Week e a Fashion Weekend Plus Size: a importância da representatividade nos desfiles de moda no Brasil

3.3.1 Breve histórico dos desfiles de moda

A origem dos desfiles de moda data do final do século XIX, quando o costureiro inglês Charles Worth, residente em Paris, colocou mulheres para exibirem suas roupas para um seletivo público de clientes. O “pai da Alta Costura”, como Worth foi denominado, criava coleções de roupas que seguiam as estações do ano e as exibia nas passarelas. A partir deste momento, um importante passo foi dado no sistema da moda e os desfiles passaram, então, a seguir um calendário.

No começo do século XX, além de renomados costureiros terem adotado essa prática, grandes magazines também investiram nesse novo formato. Na cidade de São Paulo, em meados dos anos 1920, a Mappin Store – que já se encontrava consolidada no país desde 1913 – passou a realizar desfiles semestrais, abertos ao público; a Casa Canadá, localizada na cidade do Rio de Janeiro, também passou a mostrar as novidades da moda por esse meio.

Assim, durante todo o século XX, deu-se no país a popularização dos desfiles de moda até que, em sua última década, o produtor Paulo Borges e a empresária Cristiana Arcangeli firmaram uma parceria, a Phytoervas Fashion; a primeira edição do evento foi realizada em um galpão no bairro Vila Olímpia, na capital paulistana, tendo reunido diversos estilistas conhecidos e tendo durado três dias e três noites.

Em 1996, Borges deixou o Phytoervas Fashion e se juntou ao *Shopping Morumbi*, dando origem ao Morumbi Fashion Week. Com o intuito de consolidar o calendário da semana de moda brasileira, o Morumbi Fashion permanece até o ano de 2000. A importância do evento foi tamanha que, além de contar com estilistas e marcas conhecidas, também atraiu *top models* famosas, como Kate Moss, bem como abriu portas para grifes como Chanel e Gucci inaugurarem lojas no país.

No ano de 2001, a semana de moda brasileira passa a se chamar São Paulo Fashion Week, e é justamente com este nome que segue até os dias de hoje. Já foram mais de 48 edições ocorridas na capital paulista, duas vezes por ano.

Já estabelecido no mundo *fashion*, a SPFW reúne as principais marcas da moda brasileira e atrai inúmeros convidados para os desfiles. No entanto, seguindo o cenário mundial de moda, as marcas presentes no evento não diversificavam os seus *castings*, ou seja, durante muitos anos, o tipo de corpo que predominava entre as modelos era o alto, branco e muito magro; poucas marcas ousaram trazer o diferente.

Apenas no ano de 2016, e estreando na SPFW, a marca LAB, criada pelo *rapper* Emicida e por seu irmão, o também músico Evandro Fióti, colocou pela primeira vez na passarela uma modelo *plus size*. Bia Gremion, que se autointitula “modelo *plus size*, só que gorda”²²⁵, desfilou utilizando camiseta e boné pretos, tendo sido aplaudida pelo público que a assistia na passarela do evento de moda mais importante do país.

²²⁵ Frase provocação em referência ao padrão corporal de modelos *plus size* que são cotadas para desfiles e editoriais de moda. Disponível em: <https://www.instagram.com/biagremion>. Acesso em: 29 maio 2020.

Figura 8 - Modelo Bia Gremion desfilando para a LAB na SPFW N42



Fonte: Takahashi (2016)²²⁶

²²⁶ Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/n42/lab/1613995/colecao/13>. Acesso em: 29 maio 2020.

Em 2018, o estilista Ronaldo Fraga também quebrou padrões ao inserir pessoas com corpos diversos em seu desfile intitulado “As praias desertas continuam esperando por nós dois”. Em seu *casting* haviam idosos, deficientes físicos e gordos.

O desfile foi realizado na área externa do Parque do Ibirapuera, próximo ao Museu de Arte Moderna (MAM) e do pavilhão de exposições conhecido como Oca. A trilha sonora ficou por conta da orquestra mineira Já te digo²²⁷, que tocou músicas de Pixinguinha enquanto o desfile acontecia.

Figura 9 - Modelo Fluvia Lacerda desfilando para Ronaldo Fraga na SPFW N44



Fonte: Pacce (2018)²²⁸

Em 2019, a SPFW N48 bateu recorde de modelos *plus size* desfilando em diferentes marcas, a saber: Cavalaria (Rita Carreira), Isaac Silva (Akeen, Gabriela Caroli, Preta Rara e Rita Carreira), Handred (Rita Carreira) e a plataforma Free Free (Fluvia Lacerda, Mayara Russi e Preta Rara).

²²⁷ Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/JateDigo>. Acesso em: 29 maio 2020

²²⁸ Disponível em: <https://www.lilianpacce.com.br/moda/moda-praia-de-ronaldo-fraga-chegou-na-loja>. Acesso em: 29 maio 2020.

Figura 10 - Rita Carreira desfilando para Cavalera na SPFW N48



Fonte: Takahashi (2019)²²⁹

Figura 11 - Akeen desfilando para Isaac Silva na SPFW N48



Fonte: Takahashi (2020)²³⁰

²²⁹ Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/n48/cavalera/1740450/colecao/9/>. Acesso em: 29 maio 2020.

²³⁰ Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/n48/isaac-silva/1740473/colecao/28/>. Acesso em: 29 maio 2020.

Figura 12 - Gabriela Caroli desfilando para Isaac Silva na SPFW N48



Fonte: Takahashi (2020)²³¹

Figura 13 - Preta Rara desfilando para Isaac Silva na SPFW N48



Fonte: Takahashi (2020)²³²

²³¹ Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/n48/isaac-silva/1740473/colecao/20>. Acesso em: 29 maio 2020.

²³² Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/n48/isaac-silva/1740473/colecao/10>. Acesso em: 29 maio 2020.

Figura 14 - Rita Carreira desfilando para Isaac Silva na SPFW N48



Fonte: Takahashi (2020)²³³

Figura 15 - Rita Carreira desfilando para Handred na SPFW N48



Fonte: Takahashi (2020)²³⁴

²³³ Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/n48/isaac-silva/1740473/colecao/33>. Acesso em: 29 maio 2020.

²³⁴ Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/n48/handred/1740477/colecao/11>. Acesso em: 29 maio 2020.

Figura 16 - Preta Rara desfilando para Free Free na SPFW N48



Fonte: Romano (2019)²³⁵

Figura 17 - Mayara Russi desfilando para Free Free na SPFW N48



Fonte: Romano (2019)²³⁶

²³⁵ Disponível em: <http://juromano.com/moda/modelos-plus-size-na-spfw-que-show-de-representatividade>. Acesso em: 29 maio 2020.

²³⁶ Disponível em: <http://juromano.com/moda/modelos-plus-size-na-spfw-que-show-de-representatividade>. Acesso em: 29 maio 2020.

Figura 18 - Fluvia Lacerda desfilando para Free Free na SPFW N48



Fonte: Romano (2019)²³⁷

A São Paulo Fashion Week não é considerada um espaço de acolhimento ou de representatividade, ao contrário dos outros supracitados nesta pesquisa. A moda ainda é uma área muito criticada por excluir o “diferente”, embora nas últimas décadas algumas barreiras tenham sido quebradas.

Neste sentido, julgamos importante destacar a SPFW porque podemos perceber que algumas marcas participantes do desfile estão preocupadas em mostrar a diversidade de corpos em seus desfiles, uma vez que há muita cobrança por parte de segmentos da sociedade que não se sentem representados nas passarelas. E também, graças à criação da SPFW, outras iniciativas foram tomadas, como por exemplo, a Fashion Weekend Plus Size, evento que abordaremos a seguir.

²³⁷ Disponível em: <http://juromano.com/moda/modelos-plus-size-na-spfw-que-show-de-representatividade>. Acesso em: 29 maio 2020.

3.3.2 Do *blog* para as passarelas: a Fashion Weekend Plus Size

A trajetória de Renata Poskus, idealizadora da Fashion Weekend Plus Size, vem muito antes da estreia dos primeiros dias do evento. Jornalista, blogueira e influenciadora, ela também começou a sua carreira na internet.

Na época em que os *blogs* estavam na moda, ou seja, no início dos anos 2000, Poskus criou o Mulherão²³⁸, com o intuito de relatar sobre as tentativas frustradas de emagrecer. O *blog* ainda não abordava a autoestima da mulher gorda, e sim tirava sarro dos regimes que não eram bem-sucedido.

Nesta época, foi quando Poskus começou a se interessar pela moda *plus size*, em razão de ter conhecido o *Fat Pride*, movimento que surgiu nos Estados Unidos na década de 1960 e pregava a aceitação social e o orgulho de pessoas gordas. Posteriormente, a jornalista se tornou modelo da Kauê, uma marca *plus size*, e passou a se interessar mais por este universo da moda.

No final da década de 2010, Poskus lançou em seu *blog* o “Dia de modelo *plus size*”, projeto que visava reunir suas leitoras no intuito de tirar fotos profissionais. Para arrecadar fundos para o financiamento desse projeto, a jornalista conseguiu um espaço na capa do Jornal da Tarde, o que lhe trouxe a visibilidade necessária para que a proposta fosse realizada. O projeto virou um negócio e atualmente ainda existe, sendo o seu anúncio feito por meio das redes sociais de Poskus.

3.3.2.1 A Fashion Weekend Plus Size

Em 2010, Lilian Pacce escreveu em seu *site* que a “Fashion Weekend Plus Size é como uma semana de moda do calendário brasileiro.”²³⁹ Apesar da comparação, a jornalista parece não conceber o evento *plus size* como merecedor de pertencer ao cobiçado calendário de moda do país. No decorrer da reportagem, Pacce também menciona a despreensão de marcas de tamanhos grandes em seguirem tendências.

²³⁸ Disponível em: <https://blogmulherao.com.br>. Acesso em: 27 maio 2020.

²³⁹ PACCE, L. *Onde os magros não tem vez*. 24 jul. 2010. Disponível em: <https://www.lilianpacce.com.br/moda/fashion-weekend-plus-size-2010>. Acesso em: 30 maio 2020.

A primeira edição da Fashion Weekend Plus Size se deu em janeiro de 2010, na Casa das Caldeiras, espaço localizado na zona oeste da cidade de São Paulo. Desde então, foram dezenove edições.

A necessidade de criação desse evento parece ter surgido em razão do crescente mercado de moda *plus size* e também em decorrência da invisibilidade deste grupo nas tradicionais semanas de moda. Como verificado nos tópicos anteriores, a primeira participação de uma modelo *plus size* na SPFW foi somente em 2016.

Tomadas as devidas proporções, a FWPS segue o mesmo roteiro da SPFW. Contudo, além de tamanhos maiores de manequim, as modelos que desfilam na FWPS também costumam ser mais velhas do que as que o fazem na SPFW. O perfil buscado de modelos também mudou com o passar dos anos. Nas primeiras edições, exigia-se que o tamanho do manequim das modelos fosse entre o 44 e o 50. Atualmente, além de não haver limite de idade para desfilarem, a equipe de *casting* da FWPS também procura por pessoas que vistam tamanhos 54, 60 e 62, “sem limite máximo!”.²⁴⁰ Tatuagens, *piercings* e cabelos coloridos também são características bem-vindas.

Em seu primeiro ano, a FWPS reuniu cerca de quatrocentas pessoas. Atualmente, são mais de dois mil visitantes²⁴¹ que vão prestigiar a moda *plus size* no Centro de Convenções Frei Caneca, na capital paulista. Também varia o número de marcas que costumam desfilarem; em 2019, por exemplo, foram quinze desfiles.

No dia em que o evento acontece, além dos desfiles, há *workshops* e palestras ministradas por profissionais da área. O evento também funciona como um salão de negócios, com *talks* direcionados a lojistas que desejam investir no segmento, alavancar seu negócio ou aprender a lidar com a crise no varejo.

A FWPS também demonstra preocupação com os caminhos que a moda vai seguir, pois são apresentadas as principais tendências para os próximos anos. Na última edição de 2019, o evento teve patrocínio de Lojas Leader, que possuem linha de roupas *plus* em seus estabelecimentos; os tamanhos vão do 46 ao 56. O

²⁴⁰ POSKUS, R. *Quer desfilarem na Fashion Weekend Plus Size?* Disponível em: <https://blogmulherao.com.br/31405/quer-desfilarem-no-fashion-weekend-plus-size>. Acesso em: 30 maio 2020.

²⁴¹ Fashion Weekend Plus Size. Disponível em: <https://fwps.com.br/o-evento>. Acesso em: 30 maio 2020.

patrocinador também foi responsável pela palestra sobre tendências do verão 2020, com apresentação de Beatriz Novaes, estilista da marca.

Este capítulo teve a intenção de pontuar como a representatividade e o acolhimento são fatores importantes para pessoas gordas; e esses elementos podem vir de diferentes maneiras, conforme mencionado nos itens anteriores. Mostrar de forma positiva a existência desse corpo faz-se essencial para que esses espaços cresçam cada vez mais.

Evidenciamos também que é importante existir ambientes concebidos para essas pessoas, sejam festas, feiras ou desfiles de moda. No entanto, a ocupação de outros espaços pensados para o público em geral também foi uma conquista dessa comunidade, como é o caso da festa Toda Grandona na Virada Cultural de São Paulo. Ao produzir essa festa, a organização do evento demonstrou ter acertado duas vezes em seu objetivo: devolver a cidade ao cidadão e acolher aquele que é excluído.

O Pop Plus e as outras feiras de moda, além de proporcionarem uma boa experiência de compras para quem não está acostumado a encontrar no comércio tradicional o tamanho de seus manequins de roupas e acessórios que lhe agradem, também estão preocupados em propor debates e discussões sobre o corpo gordo, sob diferentes pontos de vista, criando um ambiente em que haja representatividade, afeto e trocas.

Por fim, percebemos que a moda nem sempre foi inclusiva com o corpo gordo, e prova disso são os desfiles das tradicionais semanas de moda, os quais não incluíam esse biótipo em suas passarelas. Foi apenas no ano de 2016 que uma modelo *plus size* profissional desfilou pela primeira vez na SPFW, o que abriu espaço para que diferentes marcas fizessem o mesmo em outras edições. Contudo, sabemos que isso não é o suficiente e, por essa razão, a FWPS é parte essencial dos espaços de socialização e da história da moda *plus size*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Antes mesmo de dar início à pesquisa para a presente dissertação, há cerca de dois anos, o nosso questionamento primordial era: “O que aconteceu para que aquela menina gorda postasse em suas redes sociais uma foto dela de biquíni com uma legenda positiva e motivacional?”. Em meio a uma sociedade preconceituosa e gordofóbica, e com um medo irracional de engordar, estávamos longe de encontrar uma resposta a essa indagação.

Quanto mais informações buscávamos, mais percebíamos que era necessário entender tanto a história do corpo gordo como o fato de que ela ainda está em construção. Escrever sobre o corpo gordo é de uma complexidade tamanha, principalmente quando constatamos que a percepção que temos sobre esse tipo de corpo muda ao longo do tempo. Cada momento histórico, cada época, cada conjuntura proporciona uma visão diferente sobre o corpo gordo. Ora ele é celebrado, ora é ridicularizado. O corpo gordo já significou fartura e saúde, e também doença e morte.

Mais do que nunca, o século XX foi o período em que o corpo gordo foi extremamente vigiado e julgado. A democratização do lazer, ao final do século XIX, principalmente em locais públicos de banho, durante o verão, foi em parte responsável por uma maior atenção aos corpos e a seus “defeitos”.

Abordar a história do corpo gordo no século XX é entender que esta não é recente e tampouco agradável. Percebemos isso por intermédio do escritor Henri Béraud, em seu livro intitulado “O martírio do obeso” – dedicado especialmente aos magros, que vão achar graça – no qual relata as dificuldades e as tristezas de se ser gordo no início do século passado. Além da literatura, as imagens sobre o corpo gordo publicadas em jornais e em revistas de antigamente também vinham carregadas de críticas e preconceitos, além de comentários jocosos²⁴². Eram frequentes os anúncios de remédios emagrecedores, colocando a pessoa gorda como doente, que precisa ser curada.

Parte importante dessa história é o ativismo gordo – ou gordoativismo. Desde a década de 1960, ativistas lutam pelos direitos da pessoa gorda, sejam estes relativos à acessibilidade, sejam a lazer, saúde ou trabalho. Existem poucos relatos e

²⁴² SANT’ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016.

documentos sobre manifestações como a de junho de 1967, ocorrida no Central Park²⁴³, mas os seus desdobramentos foram positivos para o futuro do ativismo gordo.

Os grupos de resistência gorda, tais como NAAFA, The Fat Underground, The London Fat Women's Group e outros, foram essenciais na formação da identidade gorda e de uma possível comunidade dessas pessoas. Isto porque eles deram espaço para que, posteriormente, movimentos como o *Body Positive*, *Body Image* e *Body Neutrality* caíssem nas graças de novas ativistas do final do século XX e XXI. Como foi evidenciado por meio de uma busca no Youtube, atualmente, o movimento *Body Positive* é o mais popular dentre os ativistas, devido tanto à quantidade de vídeos produzidos como também de visualizações.

A internet, os *blogs* e, mais adiante, as redes sociais, exerceram papel fundamental nesse caminhar. Ao seguirem a mesma trajetória de influenciadoras magras, que têm como principais pautas em suas redes moda, beleza, sexo, comportamento e autoestima, as meninas gordas conquistaram seu público abordando esses mesmos temas, mas de forma direcionada, sob a perspectiva do empoderamento. Esse é um público geralmente carente de conteúdo e de representatividade, que encontra acolhimento ao interagirem com essas influenciadoras; por meio de seus canais no Youtube, perfis no Facebook e páginas no Instagram, são tratados seus assuntos preferidos, como autoestima, amor-próprio e moda. Atualmente, a maioria das influenciadoras gordas também se identifica como *Body Positive*, ou seja, nos últimos anos, esse movimento obteve grande notoriedade.

Ainda, graças à internet e à popularização do discurso *Body Positive*, pudemos destacar algumas produções artísticas desenvolvidas a partir de 2010. Houve certa dificuldade para encontrar livros nacionais com essa temática e que não fizessem parte da seção de autoajuda; desse modo, encontramos três obras autobiográfica escritas por quatro atrizes, uma jornalista e uma modelo. Ao lermos os três livros, percebemos que mesmo sendo escritos sob diferentes pontos de vista, as histórias de vida contadas eram parecidas. Assim como há identificação entre blogueiras gordas e suas seguidoras, também podemos encontrar essa relação entre as escritoras e as leitoras dessas obras; as trajetórias similares ampliaram as redes de afeto entre esse público.

²⁴³ Abordamos essa manifestação no primeiro capítulo desta dissertação.

No âmbito deste universo *plus size*, tomamos conhecimento também da existência da dupla Rap Plus Size, formada por Sara Donato e Jupitter Zamboni. Por meio da análise das letras de suas músicas, mostramos que os principais temas versados são: feminismo, gordofobia, autoestima, autoaceitação, representatividade, racismo, transfobia e fascismo. O Rap Plus Size foi autor da música tema da festa Toda Grandona, também analisada no segundo capítulo da presente pesquisa.

Outro aspecto que mereceu destaque na história do corpo gordo foi a moda *plus size*. Já foi mencionado aqui que este é um mercado em ascensão e que anualmente movimenta bilhões. Desde 2010, o número de estabelecimentos *plus size* na capital paulista aumentou, e até foram formados dois polos de moda em bairros da cidade: um na Vila Mariana e outro no Bom Retiro. Contudo, em relação às lojas tradicionais, esse número era muito inferior, pois mesmo sendo este um mercado em crescimento, muitas marcas já existentes não desejam ter sua imagem atrelada a pessoas com corpo gordo. Dessa forma, muitos nomes da moda *plus size* surgiram nesses últimos dez anos, principalmente com a popularização do *e-commerce*, transformando esse formato de compra no predileto de pessoas gordas que não haviam tido boas experiências de compras em lojas físicas.

No último capítulo, analisamos espaços de socialização concebidos para pessoas gordas. No Brasil, principalmente em São Paulo, destacamos três: a festa Toda Grandona, a feira Pop Plus e a Fashion Weekend Plus Size. Com exceção da festa, que teve a sua última edição em 2019, a FWPS e a Pop Plus acontecem desde 2010 e 2012, respectivamente. O interessante foi notar que, em outros lugares do Brasil, as feiras de moda *plus size* também começaram a acontecer em decorrência da falta de opções de roupas de tamanhos grandes ser uma questão que percorre todo o território brasileiro. Outro ponto sobre esse item foi que, apesar de a FWPS existir há 10 anos, ela não tem o mesmo espaço na mídia que a São Paulo Fashion Week, no entanto, quando a primeira modelo *plus size* desfilou para a marca LAB, em 2016, foi grande a repercussão nos portais de notícias que cobriam o evento.

A conclusão a que chegamos nesse capítulo foi essencial para entender que a identidade gorda – que foi construída em meados da década de 1960, por meio de movimentos sociais e manifestações públicas – caminhou para o ativismo gordo que conhecemos atualmente. Seja este por intermédio das redes sociais, de livros, músicas ou eventos. Notamos também que as pessoas gordas buscam encontros,

acolhimento e representatividade nas redes sociais e/ou em espaços físicos, tal como o Pop Plus. Entretanto, a intenção desses espaços não é segregar, mas sim agregar, visto que nas últimas edições do Pop Plus também estavam presentes pessoas de corpos diversos, bem como na festa Toda Grandona que aconteceu na edição da Virada Cultural do ano de 2019.

Por fim, ao buscarmos uma resposta à questão inicial que permeou os primórdios dessa pesquisa, abrimos precedentes para uma série de outras perguntas. Por se tratar de um tema muito atual, percebemos que os caminhos traçados da pesquisa iam se modificando à medida que essa dissertação era escrita. Passamos por algumas dificuldades em relação às fontes selecionadas, pois muitas ainda são documentos vivos, que se modificam a cada passo que a história avança.

É sabido que atualmente vivemos o culto à imagem, mas a cada dia novos discursos de resistência sobre o corpo gordo surgem, sendo pauta em portais de notícias, em *blogs* e, principalmente, nas redes sociais. E esses discursos de resistência tampouco precisam ser longos textos pleno de reflexões, podem ser uma foto, uma música, um poema ou uma legenda. Nos dias de hoje, podemos ver o ativismo gordo nos detalhes do dia a dia das pessoas que querem ser vistas com respeito e humanidade, e não serem reduzidas a um corpo doente.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. *Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

BÉRAUD, H. *O Martírio do obeso*. Tradução Ariovaldo Vidal. Rio de Janeiro: Globo, 1987.

BRANDALISE, C. *Gordofobia: 10 frases preconceituosas que as pessoas falam sem perceber*. Portal Universa. 30 ago. 2018. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/08/30/gordofobia10-frases-preconceituosas-que-as-pessoas-falam-sem-perceber.htm>. Acesso em: 26 maio 2020.

BRUNELLI, A. F. "O sucesso está em suas mãos": análise do discurso de autoajuda. 2004. 149 f. Tese (Doutorado em Linguística) - Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

CANCIAN, N. Contrários à onda fitness, movimentos pregam o fim do corpo ideal. *Folha de São Paulo*. 22 ago. 2017. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2017/08/1911836-contrarios-a-onda-fitness-movimentos-pregam-o-fim-do-corpo-ideal.shtml>. Acesso em: 13 mar. 2020.

CANNING, K. The body as a method? Reflections on the place of the body in Gender History. *Gender & History*, v. 11, n. 3, p. 499-513, nov. 1999.

CAROLINE, A. *Body neutrality x body positivity: entenda a diferença entre os movimentos*. 23 jun. 2018. Disponível em: <https://revistaglamour.globo.com/Beleza/noticia/2018/06/body-neutrality-x-body-positivity-entenda-diferenca-entre-os-movimentos.html>. Acesso em: 20 abr. 2019.

COHEN, R.; IRWIN, L.; NEWTON-JOHN, T.; SLATER, A. #bodypositivity: a content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, v. 29, p. 47-57, 2019.

CONTIER, A. D. O rap brasileiro e os Racionais MC's. In: SIMPOSIO INTERNACIONAL DO ADOLESCENTE, 1., 2005, São Paulo. *Proceedings online*. Disponível em: http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=MSC0000000082005000100010&lng=en&nrm=abn. Acesso em: 06 ago. 2019.

COOPER, C. *Fat activism: a radical social movement*. Bristol: HammerOn Press, 2016.

COOPER, C. *What's fat activism?*. Working Paper WP2008-02. Department of Sociology, Working Paper Series, University of Limerick, sep., 2008. Disponível em: <http://www.ulsites.ul.ie/sociology/sites/default/files/Whats%20Fat%20Activism.pdf>. Acesso em: 3 out. 2019.

CORBIN, A.; COURTINE, J. J.; VIGARELLO, G. (org.). *História do corpo: da renascença às luzes*. v. 1. Tradução Maria Lúcia ME Orth. Petrópolis: Vozes, 2008.

CORTÊZ, N. *Rap Plus Size: elas querem te fazer pensar a gordofobia e descer até o chão*. 29 jun. 2018. Disponível em: <https://universa.uol.com.br/noticias/redacao/2018/06/29/esta-dupla-de-rap-quer-te-fazer-pensar-a-gordofobia-e-descer-ate-o-chao.htm>. Acesso em: 20 jun. 2019.

COURTINE, J. J.; CORBIN, A.; VIGARELLO, G. (org.). *História do corpo: as mutações do olhar: o século XX*. v. 3. Tradução e revisão Ephrain Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 2008.

DIWAN, P. *Corpo*. In: PINSKY, C. B. (org.). *Novos temas nas aulas de história*. Contexto: São Paulo, 2019.

DURANTE, F. *Gordofobia também é parte da violência obstétrica*. Portal Universa. 31 jul. 2018. Disponível em: <https://flaviadurante.blogosfera.uol.com.br/2018/07/31/gordofobia-tambem-e-parte-da-violencia-obstetrica>. Acesso em: 26 maio 2020.

DURANTE, F. *Plus size não é um estilo; é um tamanho de roupa*. Portal Universa. 16 dez. 2018. Disponível em: <https://flaviadurante.blogosfera.uol.com.br/2018/12/06/plus-size-nao-e-um-estilo-e-um-tamanho-de-roupa>. Acesso em: 26 maio 2020.

DURANTE, F. Entrevista cedida a Bruna Salles Braconi de Moura. São Paulo, 13 maio 2019.

ELIAS, J. Avenida Domingos de Morais, na zona sul de SP, é epicentro da moda GG. *Folha de São Paulo*, 25 fev. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/sobretudo/morar/2018/02/1957895-domingos-de-morais-e-epicentro-da-moda-gg.shtml>. Acesso em: 15 fev. 2020.

FISHLER, C. Obeso benigno, obeso maligno. In: SANT'ANNA, D. B. de. (org.). *Políticas do Corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

FLETCHER, D. The Fat-Acceptance Movement. *Time*. 31 jul. 2009. Disponível em: <http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,1913858,00.html>. Acesso em: 16 fev. 2020.

FOLHA DE SÃO PAULO. "Tenho celulite, mas tenho caráter", diz Preta Gil. *Folha de São Paulo*, ano 92, n. 19.142, E2, 27 maio 2012. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/1096406-tenho-celulite-mas-tenho-carater-diz-pret-gil.shtml>. Acesso em: 10 ago. 2019.

FOMIN, D. Mulher que veste 42 tem muita opção, ao contrário das gordas. *Folha de São Paulo*, ano 95, nº 20.397, B7. 03 nov. 2015. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2015/11/1701412-mulher-que-veste-42-tem-muita-opcao-ao-contrario-das-gordas-diz-modelo.shtml>. Acesso em: 15 fev. 2020.

GOFFMAN, E. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade*. Tradução Mathias Lambert. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

GOMES, M; DIAS, C. “Vai entalar”: como elas lidam com a gordofobia no ambiente profissional. Portal Universa. 14 ago. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/08/14/vai-entalar-como-elas-lidam-com-a-gordofobia-no-ambiente-profissional.htm>. Acesso em: 26 maio 2020.

GURGEL, A. *Pare de se odiar: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário*. 3. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2018.

LACERDA, F. *Gorda não é palavrão: como ser feliz gostando do seu corpo como ele é*. 1. ed. Paralela, 2017.

LOUDERBACK, L. More people should be fat. *Saturday Evening Post*. 04 nov. 1967.

LUPTON, D. Digital media and body weight, shape and size: an introduction and review. *Fat Studies*, v. 6, n. 2, p. 119-134, 2017. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21604851.2017.1243392>. Acesso em: 02 fev. 2020.

MONTEMEZZO, H. Movimento *Body Positive*: fuja dos estereótipos e ame quem você é. Disponível em: <https://www.dicasdemulher.com.br/movimento-body-positive>. Acesso em: 20 abr. 2019.

NECHAR, A. P. *Culturas e comunicações do universo plus size: uma cartografia do corpo nos discursos nas redes sociais*. 2015. 177 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

NORONHA, H. *Nem toda gorda é engraçada: é hora de parar de estereotipar essas mulheres*. Portal Universa. 17 abr. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/04/17/estereotipos-que-todo-mundo-deveria-parar-de-aplicar-as-mulheres-gordas.htm>. Acesso em: 09 out. 2019.

PACCE, L. *Onde os magros não tem vez*. 24 jul. 2010. Disponível em: <https://www.lilianpacce.com.br/moda/fashion-weekend-plus-size-2010>. Acesso em: 30 maio 2020.

PERROT, M. *Minha história das mulheres*. Contexto: São Paulo, 2007.

POLLI, M. *Você conhece o movimento Body Positive?*. 21 ago. 2018. Disponível em: <https://aempreendedora.com.br/voce-conhece-o-movimento-body-positive>. Acesso em: 20 abr. 2019.

POSKUS, R. *Quer desfilas na Fashion Weekend Plus Size?* Disponível em: <https://blogmulherao.com.br/31405/quer-desfilas-no-fashion-weekend-plus-size>. Acesso em: 30 maio 2020.

RANGEL, A. Crescem na rede marcas pequenas “*plus size*”. *Folha de São Paulo*, ano 96, nº 20.669, SQ8, 01 ago. 2016. Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/mercado/2016/08/1797027-marcas-pequenas-de-moda-plus-size-crescem-na-internet.shtml>. Acesso em: 30 set. 2019.

SANT'ANNA, D. B. de. (org.). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

SANT'ANNA, D. B. de. As infinitas descobertas do corpo. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 14, p. 235-249, jun. 2000.

SANT'ANNA, D. B. de. Da gordinha a obesa: paradoxos de uma história das mulheres. *Labrys Estudos Feministas*, jan./jun., 2014. Disponível em: <https://www.labrys.net.br/labrys25/corps/denise.htm>. Acesso em: 28 mar. 2020.

SANT'ANNA, D. B. de. *Gordos, magros e obesos*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016.

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

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Mercado e Vendas: conheça o potencial de mercado da moda plus size*. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/moda-plus-size-explore-este-nicho-de-mercado,5e48088ec0467410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 01 fev. 2020.

SOARES, C. L. Pedagogias do corpo. *Labrys Estudos Feministas*, v. 4, ago./dez., 2003. Disponível em: labrys.net.br/labrys4/textos/car1.htm. Acesso em: 30 jun. 2020.

VASCONCELOS, N. A. de; SUDO, I.; SUDO, N. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. *Mal-Estar e Subjetividade*, Fortaleza, v. 4, n. 1, p. 65-93, 2004.

VIEIRA, J. *Rap Plus Size: 'Ouvir de mulheres que você salvou a vida delas é algo muito profundo'*. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2018/08/rap-plus-size-ouvir-de-mulheres-que-voce-salvou-a-vida-delas-e-algo-muito-profundo>. Acesso em: 06 ago. 2019.

VIGARELLO, G.; CORBIN, A.; COURTINE, J. (org.). *História do corpo: da Revolução à Grande Guerra*. v. 2. Petrópolis: Vozes, 2009.

VIGARELLO, G. A história e os modelos de corpos. *Pro-Posições*, Campinas, v. 14, n. 2, p. 21-29, maio/ago. 2003.

VIGARELLO, G. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no Ocidente. Da Idade Média ao século XX*. Tradução Marcus Penchel. São Paulo: Editora Vozes, 2012.

VIGARELLO, G. *História da beleza*. Rio de Janeiro: Ediouro Publicações, 2006.

VIGARELLO, G. *O sentimento de si: história da percepção do corpo, séculos XVI-XX*. Petrópolis: Vozes, 2016.

WANN, M. *Fat! So?: because you don't have to apologize for your size!*. New York: Random House Digital Inc., 1998.

XAVIER, M.; GUTIERREZ, S.; PROTÁSIO, C.; KARLA, F. *Gordelícias: crônicas de quatro mulheres felizes com seu próprio corpo*. 1. ed. São Paulo: Planeta, 2017.

ZAGO, G da S. Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características. *In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 6.*, 2008, Niterói. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2019.