

A MODA COMO INSTRUMENTO DE INCENTIVO À AUTOACEITAÇÃO EM MULHERES GORDAS

FASHION AS A INSTRUMENT TO ENCOURAGE SELF-ACCEPTANCE IN FAT WOMEN

Breno Richardson Brasil Cabral¹

Edna Maria dos Santos Silva²

RESUMO

Este artigo visa discutir sobre a exclusão de mulheres gordas, em detrimento do padrão de beleza imposto pela sociedade, ao mesmo tempo que traz discussões sobre autoaceitação, recorrendo à moda como forma de elevar a autoestima e bem-estar, através de uma percepção diferente sobre as indumentárias para este público. Para tanto, é feita a análise do comportamento destas mulheres, por meio de um questionário, para entender no que a moda pode contribuir de forma positiva, em que foram obtidos resultados satisfatórios para a pesquisa, com a validação dos objetivos que a compõe.

Palavras-chave: Moda. Corpo. Gordofobia. Autoaceitação. Representatividade.

ABSTRACT

This article aims to challenge the exclusion, due to the beauty standard of society, at the same time that women resort to fashion as a way of raising self-esteem and well-being in society, the clothes for this audience. To this end, women are analyzed, through behavior analysis, to understand what fashion can contribute in a positive way.

Keywords: Fashion. Body. Fatphobia. self-acceptance. Representativeness.

1 INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia o mundo vem sofrendo mudanças progressivamente. Junto a isso, os padrões de beleza impostos pela sociedade seguem o mesmo ritmo tornando-se mais difíceis de serem alcançados, gerando uma série de consequências que influenciam no comportamento humano como, por exemplo, a exclusão das pessoas que não se enquadram nesse ideal e,

¹ Graduando em Design de Moda no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí

² Mestra em Gestão e Tecnologia em Educação a Distância, Professora dos Cursos Técnicos em Vestuário e Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí *Campus Teresina Zona Sul*. ednamaria@ifpi.edu.br

consequentemente, sofrem preconceitos do próprio meio social em que vivem, pois encontram-se fora do que é considerado pelo senso comum como normal e agradável visualmente. Assim, passam a buscar formas de se enquadrar no sistema de beleza.

É importante ressaltar que o corpo magro é idealizado como o modelo de padrão de beleza a ser seguido pela sociedade, enquanto o biótipo oposto, o corpo gordo, atualmente definido pelo termo *plus size* é visto como diferente. Em razão disso, são várias as consequências negativas desse fato, preconceito e exclusão são os principais reflexos da negação de outros biótipos corporais, que desencadeiam uma sucessão de problemas em indivíduos que estão acima do peso.

No contexto contemporâneo, é comum encontrar na mídia a exposição do retrato da constituição física perfeita, principalmente nas plataformas digitais como o Instagram, uma vez que os usuários abusam de filtros para fazer a melhor exposição de um conteúdo, fazendo com que eles fiquem mais agradáveis aparentemente e de acordo com o que se é estabelecido. O público gordo enfrenta grandes desafios, pois são raramente representados nesses meios que visam despertar desejos nos consumidores, gerando a não identificação com o que é exposto nas telas digitais e despertando a insatisfação corporal, gerando a própria desvalorização.

Diante disso, enquanto estudante de Design de Moda, pesquisador e exercendo o papel de figurinista, que consiste em criar ideias de “looks” (termo inglês que remete ao aspecto, aparência ou visual de alguém) através de “croquis” (palavra francesa que se refere ao desenho feito ao vivo em breves traços de lápis ou pincel, ao pé da letra, “esboço”) de moda, foi possível observar que, ao atender algumas clientes gordas, há a necessidade de, juntamente ao desenho da roupa, satisfazer as que buscam por uma vestimenta que mais se enquadre no estereótipo de beleza, no caso o corpo magro, o que não condiz com as realidades corporais delas, deixando nítido a não aceitação do próprio corpo.

Com isso, buscou-se investigar: como contribuir por meio da moda, para a autoaceitação em mulheres gordas que não se enquadram nos padrões de beleza

impostos pela sociedade? Visando, por meio das metodologias adotadas para esta pesquisa, juntamente aos teóricos estudados, obter resultados satisfatórios para solucionar essa questão.

A inspiração para realizar tal pesquisa veio através da observação no cotidiano, enquanto profissional da área de moda, ao perceber que a busca feita por mulheres gordas por uma vestimenta que mais se encaixa nos padrões de beleza tido como o padrão aumenta constantemente. Acredita-se que este ato está ligado à insatisfação corporal, uma vez que ele não atende à formosura ideal.

Nos atendimentos, estas, por sua vez, comentam que gostariam que a roupa desenhada, que posteriormente será confeccionada, sejam peças que cubram mais uma determinada parte do corpo, como, por exemplo, o braço, pois ele é “muito gordo”, ou peças que “disfarcem a barriga”, no qual consideram muito vantajada. Isto gera uma série de desafios a serem enfrentados pela comunidade feminina gorda.

A dissertação sobre este assunto visa estabelecer a inclusão das mulheres gordas abordando os termos: autoaceitação e bem estar, em contraste com a idealização da perfeição, haja vista que tem o intuito de romper as barreiras e preconceitos entre as diferentes comunidades a fim de exaltar as diferenças de cada uma recorrendo à moda, paralelo a causas e movimentos de inclusão e representatividade já levantados por grupos, ativistas e pessoas do próprio meio que também lutam por questões de acessibilidade.

Para atingir o resultado desejado, este estudo tem como objetivo geral: contribuir por meio da moda, para a autoaceitação e valorização do corpo em mulheres gordas. E percorre os seguintes objetivos específicos: descrever a influência dos padrões de beleza em mulheres gordas que não se encaixam nos padrões de beleza impostos pela sociedade; identificar a importância da representatividade de mulheres gordas; verificar a contribuição da moda para a autoaceitação de mulheres gordas.

Indagar no contexto social vigente sobre as minorias - parcela da população encontrada marginalizada, ou excluída do processo de socialização, grupos que de acordo com números estatísticos são na realidade a maioria, mas que são privados de direitos por questões de gênero, orientação sexual, origem étnica, ou por

possuírem necessidades especiais, etc. - é de suma importância, visto que argumentar sobre temas que tem como foco principal essas comunidades desfavorecidas socialmente contribuirá na tentativa de amenizar os problemas e desafios enfrentados por estes no meio em que vivem. Desta forma, o presente estudo tem a finalidade de enfatizar sobre a exclusão de mulheres gordas em decorrência dos padrões de beleza.

Esta pesquisa foi baseada em alguns teóricos como Nery (2017), Frings (2012), Serrano e Waldman (2013), Neves e Mendonça (2014), Moreno (2016), entre outros. Os autores citados são de grande importância para a pesquisa pois trazem em suas investigações argumentos plausíveis que se relacionam com os temas abordados neste estudo.

2 PADRÃO DE BELEZA E GORDOFOBIA

Mudanças drásticas acontecem no mundo continuamente com o passar do tempo, os avanços tecnológicos impulsionam cada vez mais a globalização, a ciência está em constante progresso com novos conhecimentos e descobertas benéficas para a humanidade. Paralelo a isso, os hábitos e costumes dos povos também sofrem alterações, visto que cada grupo possui características e cultura própria que os diferencia dos demais.

As variações de etnias e comportamentos podem ser percebidas em diferentes locais do globo terrestre ou em épocas distintas, cada povo possui o seu modo de se portar, pensar, vestir-se e fazer várias outras coisas. Desse modo, a sociedade estabelece um padrão a ser seguido pela sua comunidade, baseando-se em regras que ditam um conceito de perfeição.

Para definir o que é padrão de beleza, Freitas, Lima, Costa e Lucena Filho argumentam que:

“Quando se fala em padrão, tem-se a ideia de uniformidade. No “campo” da Educação Física e do esporte, padrão e uniforme chegam a ser sinônimos quando usadas para se referirem à vestimenta de uma equipe desportiva, tendo que ser igual para todos. Relacionada à beleza, que é um conceito bastante subjetivo, o padrão de beleza corporal seria um conjunto de características que um corpo deveria apresentar para ser considerado como belo por um determinado grupo de indivíduos.” (FREITAS, LIMA, COSTA E LUCENA FILHO, 2010, p. 392)

A aparência de cada grupo social é um fator muito importante, cada cultura tem a sua definição do que é belo e agradável visualmente aos olhos de acordo com o seu contexto social, cultural e histórico, assim é criado o padrão de beleza que se torna almejado por indivíduos que fazem parte da sociedade. Rocha, Santos e Maux (2019) defendem que “o conceito de beleza é algo cultural e depende do contexto sócio-histórico no qual esteja inserido”.

A idealização da beleza varia de sociedade para sociedade. Dessa forma, o que é considerado belo em uma pode não ser na outra, pois cada uma possui os seus critérios de beleza, por exemplo: na Rússia, a pele clara, olhos verdes ou azuis e traços faciais finos são exaltados; na China, o corpo extremamente magro e fino, a pele mais branca possível, e os cabelos lisos são valorizados; a naturalidade, como um leve bagunçado no cabelo e pouca maquiagem deixam as mulheres mais elegantes na França; os rostos femininos são mais valorizados no Irã, pois são as partes que ficam visíveis devido as leis rígidas sobre as roupas, cuidados com a sobrancelha, olhos e o nariz com a forma correta podem ser considerados até sinais de riqueza; já no Brasil, existe uma variedade de raças e diferentes corpos, mas as curvas generosas definem a beleza da mulher, os corpos atléticos e sarados de academia também vem ganhando mais espaço.

O padrão de beleza também varia e pode ser percebido no decorrer do tempo. “O ideal de beleza e de perfeição reflete os valores culturais e religiosos cultuados em cada época, muitas vezes, traçados ou tatuados no próprio corpo” (GARRINI, 2018)

Na pré-história, as mulheres obesas representavam o ideal estético perfeito, pois eram associadas a disponibilidade de recursos alimentícios, que eram considerados de difícil acesso na época; a beleza na idade média foi marcada pela obediência, devoção, pureza e castidade; no renascimento, a estética da antiguidade retorna e novamente a obesidade, representando riqueza e ostentação.

A moda também influenciou na beleza, através de diferentes tipos de indumentárias que marcaram vários períodos. O período Belle Époque foi marcado por influência do estilo do Rei Eduardo VII, a silhueta marcada em forma de ampolheta era muito valorizada, as cinturas femininas chegavam a medir 40 centímetros devido ao uso exagerado do espartilho.

No final dos anos 1910, a silhueta tubular consolidou-se com linhas funcionais, práticas e simples, tratava-se de uma cintura deslocada para baixo na altura dos quadris, as curvas na cintura não havia mais.

Na década de 1990, a liberdade estava em alta e era refletida na forma que as pessoas se vestiam, não havia mais a ideia de seguir um estilo como modelo, agora era adotado um estilo próprio composto com peças que expressassem uma identidade individual e quebrasse o preconceito.

Observando o contexto histórico da moda e alguns períodos específicos percebe-se que ela contribui para a construção de estereótipos porque está sempre em constante mudança, seja criando uma tendência para o futuro ou fazendo uma releitura do passado, que serão seguidas por pessoas que querem estar sempre acompanhando-a, aderindo o que todos estão usando no determinado momento conforme o padrão social, como bem explica Frings.

“Mais do que apenas o capricho de um designer, a moda é um reflexo das forças sociais, políticas, econômicas e artísticas de um determinado período. Os estilos que se desdobram dessas forças nos contam sobre os eventos históricos de maneira tão contundente quanto livros, revistas, jornais ou outros periódicos. Ao longo do tempo, espelhos de camarins refletiram as tendências de como as pessoas pensam, vivem e amam.” (FRINGS, 2012, p. 4)

Na conjuntura contemporânea, o ideal de beleza consiste em ostentar um corpo magro, extremamente esculpido, com leves curvas, lindo e saudável, este vem sendo almejado pela maioria dos povos, haja vista que é exposto frequentemente nos meios de comunicação. “A referência central do corpo contemporâneo é o corpo magro, leve, flexível e, ao mesmo tempo, rígido” reafirma Santos (2008).

Em decorrência disso, a procura por meios que possibilitam a obtenção do corpo tão almejado está mais do que nunca sendo adotada. As cirurgias plásticas, a harmonização facial, lipoaspiração e os implantes de silicone são alguns dos vieses para a transformação estética e reafirmação de valentia, diferente do que significou no século XIX, conforme explica Santos (2008).

“Enquanto o corpo magro já significou um símbolo de fraqueza no século XIX, hoje, o ato de emagrecer é uma perseguição que cada vez mais se acentua nesta virada de século e atrai mais adeptos sobrepondo as distintas categorias de classe, etnia, gênero e geração.” (SANTOS, 2008, p. 31)

No Brasil há um crescimento na busca por processos estéticos, de acordo com a Rádio Agência Nacional – Agência Brasil, publicado no dia 03 de junho de 2021, o número de procedimentos estéticos por ano no país supera 1,5 milhão, dados da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica. Este dado é o reflexo da insatisfação com a própria aparência, muitas vezes causada pelas redes sociais que expõe a imagem do biótipo magro, frequentemente com pouco espaço para representatividade de outras formas corporais, gerando nas pessoas desfavorecidas o desejo de obter o estilo de vida que domina as telas, ocasionando uma obsessão pelo corpo perfeito, como bem explica Rocha, Santos e Maux.

“As cobranças pelo corpo perfeito, na sociedade em que vivemos, estão se tornando cada dia mais precoces. São reforçadas e ganham um motor “especial” quando as estratégias da indústria da beleza ganham espaço no inconsciente das mulheres, com o auxílio e respaldo da vinculação excessiva do corpo “certo” em grandes veículos de comunicação” (ROCHA, SANTOS E MAUX, 2019, p. 9)

Sobretudo, é notório que há impactos negativos oriundos do sistema de beleza criado pela sociedade, já que geram a exclusão de pessoas que não possuem a aparência exigida por este sistema que estabelece o que é belo e considerado reflexo de qualidade de vida, logo que atender aos requisitos de formosura ideal significa que há posse de disponibilidade de recursos, retratando a posição social e a classe que está inserida.

Portanto, é de suma importância indagar sobre os que se encontram excluídos deste estereótipo. As mulheres gordas são uma parcela das minorias que sofrem com esse referencial de beleza, pois estão longe de ter um corpo magro, bem acinturado, possuem um biótipo que contrasta com o perfeito visto como desqualificado, caracterizado como sinônimo de preguiça, sedentarismo e receptáculo de doenças que podem ser geradas a partir do consumo exagerado de alimentos que as definem como gulosas. A respeito disso, Moreno explica que:

“as gordas passam a ser vistas como relaxadas ou como mulheres que compensam frustrações diversas por meio da comida. Não estão “de bem com a vida” e levam a culpa pelo sobrepeso, que nada mais traduz do que seu desequilíbrio psicofísico-emocional.” (MORENO, 2016, p 18)

Estar acima do peso considerado ideal pela sociedade tem como consequência diversos fatores negativos. Na comunidade feminina, estar fora do

modelo ditado pela sociedade gera o desejo de atingi-lo partindo da insatisfação com o próprio corpo, pouco visto na mídia. “O ideal de beleza cria um desejo de perfeição, introjetado e imperativo. Ansiedade, inadequação e baixa autoestima são os primeiros efeitos colaterais desse mecanismo.” Rachel Moreno (2016)

Além disso, o estigma do corpo gordo está também vinculado ao bullying sofrido nas escolas e universidades durante a vida acadêmica e até mesmo no ambiente de trabalho, pois decorre do fato de não estar incluso no padrão social fazendo com que os outros impliquem com as condições corporais das pessoas gordas e pressionem esteticamente esse grupo. Com efeito, os desafios no meio social enfrentados pela comunidade gorda ocasionam traumas que podem levar para o resto da vida. Depressão, ansiedade, estresse e isolamento social são alguns resultados da discriminação contra o indivíduo com excesso de peso.

Sobre o preconceito, Nery diz que:

“Todo esse preconceito pode gerar danos psicológicos irreparáveis a vítima. No caso da criança, são notadas alterações no comportamento, gerando transtornos alimentares como bulimia e comportamentos de risco como tabagismo, alcoolismo, e práticas nutricionais erradas, a fim de obter o emagrecimento. Além disso, o bullying de forma geral também pode influenciar no desempenho da criança na escola. Os danos se estendem para a vida adulta. Muitas pessoas gordas preferem se esconder em casa para evitar olhares estranhos, não gostam de comprar roupa porque se sentem mal ao pedir os tamanhos necessários. Outro fato relatado é ter vergonha de ir a restaurantes, de comer em público porque se sentem vigiados e julgados. Esses fatos podem acarretar depressão, crise do pânico ou crise de ansiedade.” (NERY, 2017, p. 10)

Questões de acessibilidade também é uma pauta a ser discutida a respeito da comunidade com excesso de peso. São vários os casos em que esta não consegue ter conforto em lugares comuns devido ao corpo avantajado. Situações como passar na catraca do ônibus ou fechar o cinto de segurança de uma poltrona de avião pode ser constrangedora. O volume corporal ainda pode provocar a negação de oportunidades fundamentais para o desenvolvimento social enquanto cidadão, há relatos de pessoas gordas que não conseguem emprego devido à sua aparência física, mesmo tendo o perfil exigido pela empresa contratante, assim como relata Nery.

“As pessoas gordas também sofrem para conseguir emprego. O preconceito

também está enraizado no mercado de trabalho, mesmo que este não tenha relação nenhuma com a moda, os empregadores também fazem suas escolhas com base na aparência física. Uma pesquisa chamada Profissionais Brasileiros – Um Panorama Sobre Contratação, Demissão e Carreira, realizada pela Catho em 2013, mostra que 6,2% dos empregadores assumiram não contratar obesos. Uma das justificativas das empresas, segundo o site beleza sem tamanho, é que os obesos não conseguem se equiparar na agilidade motora dos magros em cargos que exigem isso, bem como profissionais obesos têm maiores índices de comorbidade ao trabalho relacionadas a problemas de saúde e maiores índices de licenças médicas.” (NERY, 2017, p. 11)

Inquestionavelmente o padrão de beleza contribui para a prática da gordofobia que caracteriza-se como um preconceito em relação as pessoas gordas em decorrência do padrão de beleza imposto pela sociedade, este vigora desde a década de 90, onde a obesidade passou a ser vista pela medicina como um mal a ser combatido ao mesmo tempo que o corpo magrou tornou-se almejado. A cobrança pela boa aparência está atrelada às regras que a constituem, fazendo com que outras pessoas discriminem o corpo gordo e não aceitem as diferenças, se apropriando de atitudes que insultam o próximo.

2.1 Representatividade de mulheres gordas

Não é raro encontrar, atualmente, lutas e protestos de grupos minoritários que clamam por respeito, igualdade, inclusão e mais tolerância, isso ocorre em razão do contexto histórico e cultural no qual a sociedade está inserida, onde algumas culturas são vistas como superiores a outras.

É primordial ressaltar que no processo histórico da evolução humana ocorreram vários fatos que refletem às condições de vidas atuais. O eurocentrismo marcou a construção histórica quando os europeus resolveram conquistar territórios além das fronteiras no século XVI. Através das grandes navegações, a chegada dos europeus no continente americano estabeleceu a sua imposição às outras culturas e, como resultado, surgiu o etnocentrismo, que define a cultura europeia como superior às demais e a centralização do mundo moderno, designando um tipo de preconceito.

Um fator importante que se pode perceber o preconceito oriundo do etnocentrismo era na maneira como era retratada a cultura africana a partir do imaginário europeu, no período de colonização do continente africano. Lá, havia imagens de pinturas de idealizações, onde os negros eram representados como

monstros, seres imundos e desprovidos de conhecimento, e associavam o continente até mesmo ao inferno devido ao clima quente. Serrano e Waldman enfatizam:

“[...] Recorde-se que, em passado recente, foram abundantes nos meios científicos europeus as vezes que advogavam, por exemplo, baixa capacidade intelectual, passionalismo e preguiça como decorrentes da tropicalidade e da elevada umidade do ar. Ademais, para a cristandade europeia, as temperaturas altas possuem de um ponto de vista cultural, sentido simbólico negativo. Ao calor associa-se a sensualidade, igualmente repudiada pelo pensamento cristão. Não por acaso, o cristianismo criou expressões como *o fogo* ou *o calor dos infernos*.” (SERRANO E WALDMAN, 2013)

Dessa forma, nota-se que alguns grupos são mais favorecidos do que outros em detrimento dos conceitos criados ao longo da história. Na tentativa de estabelecer a igualdade, as pessoas que fazem parte dos grupos minoritários se organizam e criam movimentos com foco em proporcionar mais inclusão da sua comunidade nos diferentes âmbitos sociais, iniciando busca por representatividade, uma vez que é pouca a visibilidade destes indivíduos desfavorecidos.

A representatividade visa inserir cada vez mais pessoas suprimidas nos meios sociais, seja nos campos artísticos, cargos importantes ou na política, como uma forma de valorizar as identidades, proporcionando mais direitos, autoridade e liberdade de expressão para que os outros se espelhem e busquem se impor. Batista bem explica como a representatividade pode ser compreendida:

“A representatividade pode ser compreendida como a qualidade de alguém ver-se e sentir-se contemplado com a presença de determinados atores, com os quais se identifica, em determinados ambientes. Pode-se dizer que é a experiência de se enxergar e se ver no outro, sentir-se pertencente a algo, e tem seu valor medido pela quantidade e qualidade da informação passada.” (BATISTA, 2016, p. 24)

A mídia costuma exibir pessoas brancas com lugar de destaque em anúncios, propagandas e revistas de beleza, nas artes estas pessoas com estereótipos privilegiados pela sociedade, encontram-se como protagonistas em tramas de novelas, filmes, livros etc., deixando para os excluídos papéis secundários de pouca importância.

É comum nas telas a imagem da pessoa gorda ser representada associada à

gula e à preguiça, compondo o elenco para o brilho da protagonista com o biótipo perfeito. Nery exemplifica uma situação em que é notório o preconceito contra a pessoa gorda na mídia:

“Muitos filmes também alimentam uma visão deturpada das mulheres gordas, colocando-as em situações humilhantes e criando uma imagem pejorativa destas. Um exemplo disso é a trama ‘O Amor É Cego’, na qual o personagem principal Jack Black é visto como herói por ter escolhido namorar com Rosemary, uma mulher gorda. Durante todo o filme, ele a enxerga como uma mulher magra. Além do título e da história da trama serem completamente ofensivos para com a Figura feminina da mulher gorda, em diversas situações a personagem passa por situações constrangedoras - como o episódio em que ela quebra uma cadeira por conta do seu peso – que solidificam ainda mais o preconceito da gordofobia na TV e sociedade.” (NERY, 2017)

A internet tem grande importância atualmente, pois oferece o uso das plataformas digitais, que possibilitam a conexão virtual da humanidade. O uso das redes sociais, como o Instagram, por exemplo, possibilita a aparição de pessoas que compõem as minorias, por meio de um perfil virtual como usuário da plataforma em que agem como influenciadores digitais, expressando-se por meio de posts de fotos e vídeos expondo o seu posicionamento, enquanto influenciador, inspirando outros que compartilham dos mesmos ideais. Desse modo, várias personalidades das minorias começaram a ter uma imagem ativa na internet, mostrando seus talentos, habilidades e posicionamento, expressando seus valores e conhecimento, provando que merecem respeito e direitos na sociedade. Assim, percebe-se um aumento na criação de perfis de pessoas gordas, que fazem destes, locais de combate à gordofobia, conforme Nery enfatiza.

“[...] A criação de páginas no facebook e instagram são práticas cada vez mais comuns para compartilhar o cotidiano, bem como para combater o preconceito da gordofobia, identificando usuários gordofóbicos e encorajando as mulheres a aceitarem seu próprio corpo.” (NERY, 2017, p. 17)

Influenciadoras digitais femininas que se identificam como gordas e contrárias ao padrão, são personalidades importantes na caminhada por igualdade e abolição do preconceito, pois podem promover por meio do relato da experiência de vida, mais aceitação em outras mulheres gordas que se sentem oprimidas diante da pressão estética.

Os movimentos também são contribuintes para a conformidade das mulheres gordas quanto a aparência física. Já existem alguns movimentos que buscam a extinção dos estigmas do corpo avantajado. Dentre os movimentos que já estão levantados em razão da comunidade gorda encontra-se o *Fat Pride*, que Neves e Mendonça dissertam e explicam:

” O movimento *fat pride* surgiu por volta de meados da década de 60 do século passado, nos Estados Unidos, com manifestações públicas contra discriminação e pela aceitação social da obesidade. Uma das organizações que sobrevive até a atualidade, e pode ser considerada um grande expoente deste movimento é a *National Association for Advance of Fat Acceptance* (NAAFA), fundada em 1969, e que apresenta como objetivos principais a construção de uma sociedade na qual os indivíduos “de todos os tamanhos” possam ser aceitos com igualdade e dignidade.” (NEVES E MENDONÇA, 2014, p. 628)

Nesse interior, podemos encontrar o *body positive* que tem como foco a valorização dos corpos em geral.

“A criação do *body positive* começou em 1967, com uma campanha contra a discriminação pública de pessoas obesas e a luta por seus direitos. Mais tarde, ativistas começaram a exigir respeito não apenas para pessoas com obesidade, mas também para aquelas com deficiências, cicatrizes, queimaduras, transgêneros, etc. O que parece muito lógico, já que neste caso estamos falando de características que não podem ser mudadas. Assim, o *body positive* ajuda as pessoas a superar seus conflitos com a aparência, para que possam viver uma vida plena e feliz.” (LIMA, 2019, p. 9).

A representatividade das minorias vem crescendo progressivamente, isto pode ser percebido ao ver na atualidade o novo posicionamento da marca de lingerie e produtos de beleza *Victoria's Secret*, por exemplo, que resolveu promover mais inclusão a partir da adoção de sete ativistas de diferentes países para o seu time para colaborarem na criação de coleções com produtos inovadores com o objetivo de inspirar e apoiar as mulheres e passaram a representar a marca no lugar das modelos com asas de anjo.

Dentre as sete ativistas contratadas, está a modelo *plus size* britânica Paloma Elsesser, que usa o seu perfil nas redes sociais para expor o seu posicionamento e ideias, além de posar com muito estilo em suas fotos, usando a moda para se expressar e inspirar outras mulheres com mensagens positivas, e ainda ter desfilado na semana de moda de *Nova York*, estampando editoriais da *Vogue* americana e ser um dos rostos da *Fenty Beauty*, marca de maquiagem da cantora Rihanna.

Enfim, é de grande relevância a participação de pessoas com voz ativa nos meios de comunicação que se encontram discriminadas pelo sistema estabelecido pela sociedade, pois podem contribuir para ajudar outras pessoas que tenham problemas em identificar-se com o padrão.

2.1.1 Moda como instrumento de expressão e autoaceitação para mulheres gordas

A necessidade do homem em se vestir para cobrir a nudez e se proteger do frio no início da humanidade, foi um dos primeiros manifestos da moda. A partir de então criou-se a definição deste termo que passa a definir as tendências de cada época, como também outros fatores.

“Ela não é apenas o ato de vestir, ela carrega com si um conjunto de informações que nos conduzem aos costumes e comportamentos que variam de acordo com o tempo. Estão incluindo a música, arte, literatura, economia, história e tudo que se pode mudar com o tempo de cada época, está conectado com as crenças em um determinado período.” (VILLELA, 2019, p. 17)

A moda também é uma das causas de exclusão das mulheres gordas, uma vez que é difícil encontrar tamanhos e modelos de roupas em lojas que se enquadrem ao gosto da cliente que veste um tamanho maior, e são poucas as lojas que vendem para este público.

A dificuldade em encontrar uma roupa adequada pode gerar frustrações e constrangimentos em que algumas mulheres preferem não entrar em uma determinada loja pois sabe que não encontrará o produto desejado. Em decorrência disso, as mulheres gordas passam a sofrer de baixa autoestima, considerando-se feias e ficam insatisfeitas com a própria aparência.

A falta de roupas adequadas no mercado faz com que as mulheres gordas optem por mandar confeccionar peças sob medidas, que se realiza por meio da compra de tecido e mão de obra de uma costureira, que confeccionará a peça de acordo com as medidas da cliente.

As mulheres gordas também procuram profissionais da área da moda, como, estilista, *personal stylist* e consultores de imagem, para melhor se vestirem e passarem a ter uma aparência mais agradável, por meio do conhecimento desses

profissionais.

2.1.2 Moda *Plus Size*

Durante muito tempo a indústria do vestuário ignorou as mulheres gordas que não atendiam ao Padrão de beleza, eram mínimas as marcas que fabricavam tendo este tipo de público como alvo, o que as deixava privada de uma certa forma de utilizar a moda no cotidiano, visto que para os seus biótipos ainda existiam restrições de modelos, como o pretinho básico, peças com cores mais escuras, evitar o uso de estampas grandes, listras só se fossem na vertical, pois acredita-se que essa é a melhor forma de valorizar o corpo gordo e não submetê-lo a uma aparência maior ainda.

Diante das necessidades das mulheres que vestem tamanhos bem maiores, pessoas e grupos foram se movimentando para que estas fossem atendidas no ramo do vestuário, a partir disso surge a moda *plus size*, disseminada pela designer norte-americana Lane Bryant, a primeira a usar o termo em 1920, possuía uma loja que foi aberta em 1904, onde produzia roupas para mulheres gestantes e posteriormente objetivou fornecer roupas de boa qualidade e dentro das tendências da moda para mulheres que se encontravam fora das medidas.

De acordo com MARTINS (2015) “O termo *plus size*, pertinente à moda, nasceu nos Estados Unidos na década de 1970. No entanto, foi só na década de 90, com o seu uso em revistas nacionais e internacionais, que ele ganhou mais importância”. MARTINS ainda enfatiza que:

“*Plus Size* significa o “tamanho mais” ou tamanho maior, considerado assim a partir do tamanho 44 de manequim, nas antigas referências de tabela de medidas seria um corpo com cintura de medida superior a 88 cm [...]”. (MARTINS, 2015, p. 19)

A moda *plus size* já tem grande relevância no cenário contemporâneo na tentativa de desconstruir e revolucionar o ideal de beleza atual com a realização de eventos voltados para o público específico como bem diz NERY (2017) “Outro fato que contribui para a desmistificação dos padrões de beleza impostos pela mídia e para a elevação do perfil da mulher gorda é o concurso Miss *Plus Size*. A disputa, que ocorre desde 2011, surgiu após os realizadores perceberem o crescimento da

moda *plus size* em todo o mundo. O concurso dá a oportunidade para mulheres que vestem a partir do tamanho 44 mostrarem seu corpo na passarela. Segundo o organizador, as grandes lojas de moda já estavam sentindo necessidade de colocar modelos com corpo mais real, que se parecessem com a clientela.” (NERY, 2017, p. 15)

Levando em consideração que a moda consiste em comunicar-se com o meio social através da indumentária, a sociedade busca consumir os produtos da moda como forma de mostrar status ou a classe na qual pertence, ao adquirir uma marca de alto valor ou estar sempre acompanhando as tendências, ou também buscando apenas transmitir mensagens e uma identidade pessoal por meio da roupa. BÜTTNER explica sobre o consumo:

“O consumo de moda pode ser definido pela compra e uso de roupas ou artefatos portados no corpo pelos consumidores, que auxiliam na expressão de sua identidade. Isto se traduz nas quantidades de itens possuídos, no uso das roupas que se tem, no gosto por comprar roupas novas, no tempo dedicado à compra e no reconhecimento do seu self através do vestuário.” (BÜTTNER, 2019, p. 25)

Outrora, eram poucas as marcas que fabricavam com foco na moda *plus size*, mas devido a uma demanda significativa as empresas de moda passam a considerar, cada vez mais este público “O mercado de moda *plus-size* vem crescendo nos últimos anos. Alguns fatos são visivelmente marcantes nesse percurso, como grandes marcas internacionais passarem a confeccionar roupas em tamanhos *plus-size*, uma das mais conhecidas lojas de departamentos do mundo, a Saks Fifth Avenue, em Nova York, passar a vender tamanhos *plus-size* de grandes marcas, a Vogue Itália fazer uma capa com modelos *plus-size* e, nesse ano, uma marca exclusivamente de moda *plus-size* desfilando no calendário oficial da Semana de Moda de Nova York, uma das mais importantes do mundo. Isso apenas nos últimos três anos, o que demonstra como de lá para cá o mercado avançou muito para incluir consumidoras *plus-size*.” (BARD, 2013, p. 17).

O segmento para alguns foi uma nova forma de inclusão e evolução no que diz respeito a moda e a quebra de paradigmas, no entanto para outros não é bem assim, pois estes afirmam que ainda há carência neste ramo e que é notório até mesmo um certo “padrão” dentro deste segmento, alegam que o público *plus size* é

feito por mulheres gordas, mas com uma silhueta ampolheta, enquanto muitas possuem realidades de biótipos bem difusos, o que torna mais difícil ainda a busca pela roupa perfeita. NERY faz uma passagem em que podemos observar o descontentamento de alguns com o termo *plus size*:

“Porém, por outro lado, uma das maiores inquietações nessa temática é que, muitas vezes, as ativistas gordas não se sentem representadas pela moda *Plus Size* e até repudiam o termo utilizado, pois estas afirmam que a moda *Plus Size* não abrange os corpos extremamente gordos, por exemplo, acima do tamanho 56. Também estão sempre em constante conflito com a mídia, que impõe constantemente o que deve ou não ser padrão de beleza.” (NERY, 2017, p. 15)

Por conseguinte, o âmbito *plus size* está em ascensão, visando atender as necessidades das consumidoras que sofrem com a falta de tamanhos maiores, gerando mais inclusão dos corpos fora do tipo ideal, porém ainda há uma parcela que não consegue se satisfazer no quesito vestuário.

3. METODOLOGIA

De acordo com PRODANOV E FREITAS (2013) “Método científico é o conjunto de processos ou operações mentais que devemos empregar na investigação. É a linha de raciocínio adotada no processo de pesquisa”. Levando em consideração a importância dos caminhos a serem percorridos para executar este trabalho, aqui estão descritos os meios usados para a chegada ao resultado.

No que se refere à abordagem da pesquisa, essa é do tipo qualitativa que “tem o ambiente como fonte direta dos dados. Nela, o pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo. [...] (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 70).

Quanto ao caráter da pesquisa, essa é bibliográfica, pois faz uso de informações encontradas em livros, artigos dissertações e teses, e é baseada em poucos estudos, objetivando contribuir para outras investigações futuras. Sobre a pesquisa bibliográfica, Severino afirma que:

“É aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, e documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utiliza-se dados ou de categorias teóricas já trabalhados por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos.” (SEVERINO, 2007, p 122)

Ademais, trata-se de uma pesquisa exploratória, pois “busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando, assim, um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto. Na verdade, ela é uma preparação para a pesquisa explicativa.” (SEVERINO, 2007, p. 123).

Buscando validar os objetivos propostos, que constituem esta pesquisa, foram utilizados métodos que se acredita serem viáveis para um resultado satisfatório destas indagações. Para tanto, aplicou-se um questionário com 21 mulheres gordas de Teresina - PI, onde foram coletados dados no qual foram analisados e discutidos neste estudo. Quanto a escolha das participantes, o questionamento central desta obra surge a partir da observação do comportamento delas, para coletar dados no qual foram analisados e discutidos.

No questionário, fez-se a inclusão de questões que utilizam a Escala de Silhuetas de Stunkard, um tipo de questionário que visa identificar o biótipo físico do sujeito a ser questionado, bem como o biótipo desejado por ele, para identificar o nível de satisfação corporal do participante.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esta pesquisa de cunho qualitativo foi realizada com 21 mulheres gordas, residentes de Teresina-PI, onde foi aplicado um questionário online do *Google Forms* para a obtenção de dados que servissem de solução para contribuir por meio da moda, para a autoaceitação e valorização do próprio corpo em mulheres gordas.

O questionário foi enviado às participantes por meio de um link, por meio de mensagens via *WhatsApp* e *Instagram*, sendo composto de 20 questões, que variam entre abertas e fechadas. No total, foram enviados 26 questionários, no qual resultou na obtenção de 21 questionários respondidos. É importante ressaltar que a escolha das participantes se deu a partir do biótipo. A seguir é analisado os resultados do questionário.

Iniciou-se a investigação perguntando a faixa etária e o peso das questionadas, e observou-se que estas possuem a faixa etária entre 22 e 50 anos, e quanto ao peso, há uma variação entre 58,9Kg a 104Kg.

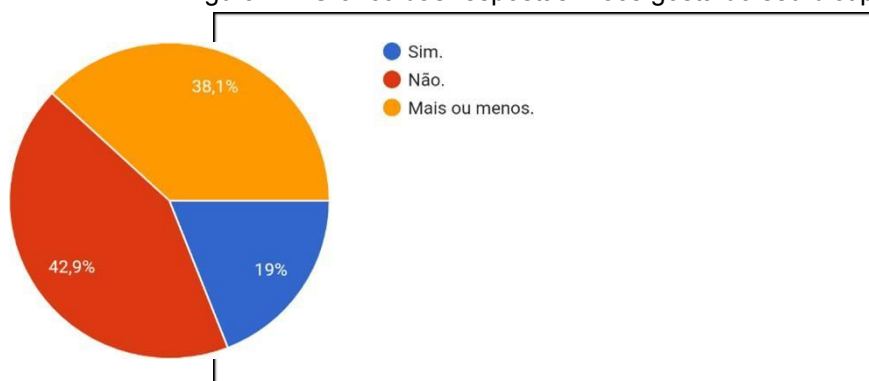
Em seguida, questionou-se se elas se consideram gordas e como respostas, a maioria, ou seja, 95% afirmaram que se consideram e apenas 4% disseram não se considerar.

De acordo com as respostas, a maioria reconhece que é gorda assumindo a sua diferença diante do padrão social. Ao assumir que é uma pessoa gorda, é refletido o reconhecimento do seu próprio corpo.

“Entre as diversas culturas que atravessaram as civilizações – nos seus diferentes momentos históricos e nos mais variados espaços geográficos –, muitas e particulares foram as formas de conceber o corpo, por vezes sujeitando-o ou omitindo-o, por vezes valorizando-o ou exaltando-o. Por mais ricas e múltiplas que sejam as concepções sobre o ser humano, e por mais que sejam divergentes as formas de pensar e agir entre os próprios seres humanos, é esse corpo humano o que identifica e até define a espécie humana. São diferentes os aspectos étnicos, são diferentes as constituições físicas, são diferentes as relações individuais e coletivas com o corpo. Contudo, é necessário um corpo para que possamos ser definidos e reconhecidos como seres humanos que sentem, pensam e agem a partir desse aparato, até certo ponto comum à espécie humana, ainda que com todas as diferenças percebidas em maior ou menor grau, o que confere a cada uma sua unicidade, apesar da semelhança da espécie.” (CONTE, 2011, p.38).

A próxima pergunta direcionou-se ao biótipo das participantes. Nela, questionou-se se elas gostam dos seus biótipos. Como respostas, a maioria (42,9%) delas afirmam gostar mais ou menos e 38% dizem não gostar do seu biótipo (Figura1).

Figura 1 – Gráfico das respostas: Você gosta do seu biótipo?



Dados: Autor

De acordo com os dados, observa-se que as mulheres podem ou não gostar do seu biótipo ou não saberem se realmente estão satisfeitas, o que já pode dar indícios de uma não aceitação do próprio corpo, que pode estar relacionada com o meio opressor em que vivem, em que são cobradas diariamente para que sejam perfeitas.

Em seguida, para complementar a questão a respeito do seu biótipo, caso elas afirmassem gostar dele, foi pedido para que descrevessem as características corporais que mais gostam no seu corpo. Como respostas, algumas descreveram:

- Quadril largo.
- Eu gosto do fato de “ter tudo” bumbum, seios, pernas, inclusive a barriga. Porém, é em exagero.
- Apesar de me aceitar mais ou menos, gosto do meu corpo, há algumas coisas que me incomodam, mas eu gosto dele mesmo assim.
- Gostaria de ser um pouco mais magra.
- Sou satisfeita com todo meu corpo.
- Minhas pernas.
- Gosto do meu corpo como todo. Não tem uma parte específica.
- Cintura fina e quadril largo.

Observou-se diante das respostas que algumas delas estão bem com o seu biótipo, outras gostam apenas de características específicas e algumas queriam poder ter outro tipo de biótipo.

Para descrever a influência dos padrões de beleza em mulheres gordas que não se encaixam nos padrões de beleza impostos pela sociedade, foi perguntado se existe alguma característica corporal que não lhe agrada, 85% responderam que sim e 14% que não.

Além disso, foi pedido que especificassem qual era a característica, caso a resposta fosse “sim”. Como respostas elas disseram que o que não lhes agrada é a barriga, que algumas até chamaram de gordurinha abdominal, as coxas, os braços, bumbum e seios muito grandes.

A partir destas respostas, em que 85% das participantes afirmaram possuir características em seu corpo que não lhe agradam, é notório que muitas mulheres gordas se queixam dos seus membros avantajados, em especial, da barriga, onde é mais fácil notar a gordura corporal localizada e poucas se sentem bem resolvidas com o corpo que possui. “O fato é que o tamanho da barriga ou o valor do peso não justifica o quão saudável a pessoa é, o que vai determinar se ela está saudável ou não são exames médicos, como o que detecta o colesterol e percentual de gordura.” (NERY, 2017, p. 17)

Logo mais, veio a questão que perguntava qual era a opinião delas sobre o padrão de beleza imposto pela sociedade, se este tem alguma influência em relação a vida da mulher gorda, e que elas justificassem suas respostas. Foram verificadas as seguintes respostas:

- Sim, ficamos fora da realidade.
- Sim, pois a moda é pra quem é padrão. Não fazem roupas pensando em quem é acima do peso.
- Sim, se a mulher não tiver auto estima ela irá ficar incomodada com comentários, com roupas que não tem para o seu padrão.
- Com certeza, onde as mulheres tem que ter a barriga chapada, o corpo violão, o seio e o bumbum durinho, nós mulheres mais cheias sentem meio que como uma obrigação emagrecer, fazer tratamentos estéticos... Ou caso contrário, seremos rotuladas como alguém que não cuida do próprio corpo.
- Sim, pois muitas vezes não encontramos roupas adequadas em lojas de departamentos mais comuns.
- Com certeza. Vivemos numa sociedade que dita esse padrão, o estereótipo de mulher “bonita” ser aquela que usa o 36,38.. É frustrante ir comprar roupas, muitas das lojas não tem os tamanhos maiores, e quando tem nem sempre são os modelos que estão na “moda”, e não todas, mas a grande maioria é um absurdo em quesito valores.
- Sim, porque pelo que vivemos atualmente, parece que a pessoa gorda não precisa ter uma roupa de um caimento legal, sabe? Parece uma penalização por ser gordo(a).
- Sim. Porque é mais fácil encontrar roupas com números menores.
- Claro! A sociedade cria padrões e formas de viver e a partir disso faz julgamentos e exclui as que não se encaixam na beleza perfeita.
- Com toda certeza. Não falo por mim, pois eu já cansei de lutar contra isso, apenas tento evitar lidar com o preconceito de frente. Mas falo por aquelas que lutam ou não sabem como se defender; acredito que a falta de respeito é o grande mau da sociedade, pq não é tão difícil entender que

cada um é diferente.

- Muito, a sociedade possui um padrão de que toda mulher precisa ser magra.

- Sim, preconceito principalmente , pois sempre foi imposto pela sociedade a magra como sendo certo , isso faz que quando as pessoas vêem alguém acima do peso discrimine tal pessoa. Mas eu em questão não me incomodo sempre fui gordinha e gosto de mim assim.
- Sim, a sociedade impõe um padrão que a maioria das pessoas não se encaixa seja elas muito gordas ou muitos magras, e com isso muitas adolescentes que querem se enquadrar nesse padrão acabam se martirizado ou até mesmo se ferindo e afetando sua saúde para tentar se adequar a esse biótipo imposto.
- Sim, existe ainda muito preconceito e acredito que mesmo a mulher gorda lutando por mais aceitação, e o mercado da moda cada vez mais evoluindo a moda *plus size*, sempre vai existir uma parcela da população que rejeita, pratica bullying... e há muitas mulheres inseguras com isso justamente por isso.
- Creio q não! Hoje em dia temos as modelos *plus size* aos poucos a coisa ta mudando...
- Sim, pois a auto estima fica afetada e a sociedade impõe um padrão de beleza.
- Sim. Porque cada mulher possui um biótipo e nem sempre consegue se adaptar ao padrão de beleza imposto.

Nos argumentos das participantes é visível que o padrão de beleza tem grande influência na vida das mulheres gordas, e descrevem vários exemplos que deixam explícito os desafios enfrentados por esta comunidade como a dificuldade mais comum que é encontrar roupas para o seu tamanho, e descrevem que a moda está para manequins menores, que se enquadram como perfeito. E ainda há as que acreditam que uma mudança vem acontecendo e citam a moda *plus size* como exemplo e forma de mais inclusão. A respeito disso, pode-se concluir que:

Neste início do século XXI, vivemos um momento de culto social ao corpo perfeito, com a hegemonia da tríade “beleza, juventude e saúde”, em um movimento sustentado pelo meio científico e pela mídia. Os indivíduos passam a ser considerados responsáveis pelo desenvolvimento dos valores fundamentais desta tríade em seu corpo, e são culpabilizados pela sociedade caso não consigam imprimir em seu corpo esses valores. (NEVES; MENDONÇA, 2014, p. 623)

Os problemas vivenciados são resultados do padrão de beleza estabelecido pela sociedade e enriquece a pesquisa em relação a descrever a influência do padrão de beleza em mulheres gordas.

Posteriormente, foi indispensável saber se as participantes já haviam sofrido com alguma situação desagradável por ser gorda. Destas, 81% responderam sim e 19% disseram que não. Ao mesmo tempo, pediu-se que fosse relatado a situação

vivenciada por elas, no que resultou nas seguintes respostas:

- Piadas e comentários sobre gordas.
- Uma vez fui a uma loja de biquínis bem conhecida na época pelos modelos inovadores, ao chegar lá, já senti uma indiferença por parte das atendentes e, quando perguntei se tinha meu tamanho, na época era o G, ela foi rápida em dizer que só vendiam até o tamanho 42. Bom, em um cenário cotidiano isso é normal, mas só quem sofre preconceito que entende a entonação de uma resposta preconceituosa.
- Ao passar na roleta do ônibus, o condutor perguntou se eu não estava grávida. Falou que eu poderia descer pela frente.
- Prefiro não comentar.
- Já estudei em uma sala de aula onde todos os garotos da turma não falavam comigo por eu ser gorda e as garotas não queriam ser minhas amigas. E isso me afetou muito emocionalmente e me mudei de escola.
- Quando uso vestido, me perguntam se estou gestante.
- Na época de escola por ser a mais gordinha sofri algumas agressões verbais e piadas pelo meu peso.
- Perguntaram se estou grávida.
- Nossa como você estar gorda! Estar grávida? Porque não faz regime e outros tantos
- Eu estava no circo e o palhaço me chamou de baleia na frente de todos, fiquei muito triste.
- Entrar em alguma loja e a pessoa dizer que lá não tem roupas pro meu tamanho, só o que acontece.
- Em lojas, relacionamento, no meio de “amigos”, na escola.
- Meu ex-namorado sempre falava que eu precisava ir a academia. Mesmo eu me sentindo bem com o meu corpo. Parecia que ele só queria namorar alguém, se ela fosse magra. Minha família também, criticava muito por eu estar mais gorda do que antigamente.
- A situação mais comum as roupas não caberem quando experimentadas, mesmo quando são plus size.
- Perceber que os manequins atuais, estão cada vez menores e que o design das roupas para gordo(a), são ridículos nem parece que foi feito para pessoas.
- Numa loja do shopping fui procurar uma blusa e a vendedora me olhou da cabeça aos pés, já falando que não vendia moda *plus size*, nossa sai dali e fui direto pra casa, fiquei constrangida.
- As pessoas cederem a vez ou lugar em filas por pensarem que estou grávida. Kk

O relato feito pelas participantes mostram que sofrem com os mais variados tipos de constrangimentos, que vão desde o bullying na infância à situações “cômicas” vividas já na fase adulta, como serem confundidas com gestantes em razão do seu peso corporal, bem como se submeter aos maus olhares em lojas que não possuem roupas para atender os seus desejos e insatisfações em relação a vestimenta, e também a pressão de uma dieta para emagrecer como sinônimo de felicidade que pode ser cobrada em relacionamentos e até de seus entes familiares, o que se caracteriza como gordofobia. Assim, como Arruda e Miklos 2020 afirmam “A gordofobia também acontece dentro do próprio ambiente familiar e nos relacionamentos amorosos” (ARRUDA; MIKLOS, 2020, p. 118) e NERY ao descrever

mais afundo este tipo de comportamento: “A gordofobia, muitas vezes, vem atrelada

de justificativas e dá para ser percebida nos pequenos detalhes. Atitudes como piadinhas de gordo ou até mesmo comentários que, aparentemente, não são maldosos podem afetar a vida de pessoas obesas. A gordofobia vem disfarçada de justificativas, em que o acusador parte do princípio de que sempre há um malefício em ser gordo(a)". (NERY, 2017, p.8)

Ao relatar as situações desagradáveis que viveram, percebe-se que realmente o padrão de beleza afeta a vida da mulher gorda. Ainda sobre padrões de beleza fez-se necessário questionar se as participantes mudariam o seu biótipo para estar dentro do padrão de beleza imposto pela sociedade. Como respostas, 38% responderam que sim e 61%, ou seja, a maioria disseram que não.

Para entender melhor tal mudança ou não, foi pedido a justificativa da resposta dos diferentes posicionamentos. Viu-se as seguintes argumentações:

- Bom, por mim não. Mas as pessoas criticam meu corpo diariamente, assim deixando minha autoestima já afetada. Então sim, eu mudaria, pra poder ficar em paz.
- Eu mudaria pois tenho muita dificuldade em encontrar roupas que me agradem e fiquem bem em mim, antes de engordar era fácil encontrar roupas que me caíam bem.
- Não. Por que o look é que tem que ser adaptado ao meu biótipo
- Tenho o pensamento que, se eu estou bem e me sentindo confortável, já é o suficiente. Claro que a saúde também conta. Mas jamais pensaria em emagrecer por conta que A ou B me acham gorda demais. Eu mudaria se fosse caso de saúde ou se eu não estivesse confortável e de bem com minhas medidas atuais.
- Já fiz isso várias vezes, ser gordo(a), é sofrido e martirizante. Mas não é uma escolha, cada um tem uma realidade.
- Eu gosto do meu corpo, só me incomoda a barriga, mas mesmo assim não queria ser magra, acredito que haja beleza em qualquer corpo é só saber usar a roupa certa.
- Se for por questões de saúde.
- Por motivos de saúde sim. Mas por pressão da sociedade não!
- Por que as vezes é muito cansativo ser diferente.
- Não. Porque tenho que emagrecer para o bem da minha saúde.
- Só para me sentir bem comigo mesma e não precisar passar por situações constrangedoras.
- Não pois me amo assim como sou, demorei muito pra me aceitar, agora não tenho medo ou vergonha, me amo assim.
- Para mim cada pessoa tem sua beleza própria, seja pelo tamanho da roupa, altura, cor ou gênero.
- Ser magro não é uma obrigatoriedade, eu busco mudar meu biótipo por saúde e pra me auto sentir melhor, e não por questão da sociedade.
- Mudaria pela saúde, jamais para agradar aos outros.
- Não mudaria meu biótipo para estar dentro do padrão de beleza imposta pela sociedade acho um pouco demais! Mais com exercícios físico tento melhorar meu peso! Ser gordinha e encontrar roupa adequada não é tão fácil!

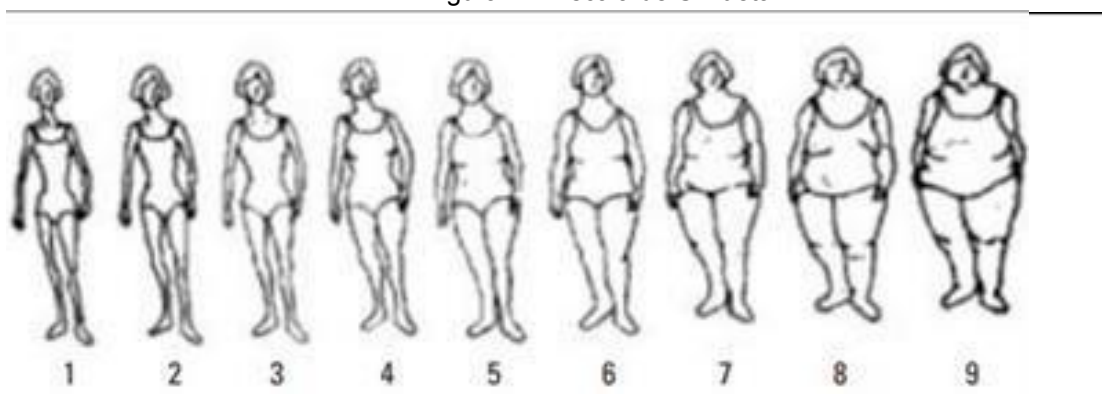
- Mudaria por questões de saúde e não para agradar a sociedade uma preconceituosa.

- Se entendi a pergunta direito, eu não faria plástica para me adequar ao padrão imposto.

As participantes que consideram a possibilidade de mudar o seu biótipo deixam claro que seria por causa do padrão, pois veem no enquadramento do sistema a possibilidade de fugir do preconceito, ser menos cobrada e viverem em paz, como também por questões de saúde. Em grande parte, outras afirmam que estão bem consigo mesmas e não sofrem mais com este assunto.

Para verificação da autoimagem, particularmente, da percepção da imagem corporal real e ideal foi utilizada a escala proposta por Stunkard et al. (1983). Esta escala consiste em um conjunto de silhuetas (figuras humanas), numeradas de 1 a 9, representando um contínuo desde a magreza (silhueta 1) até a obesidade severa (silhueta 9), conforme Figura 2.

Figura 2 – Escala de Silhueta

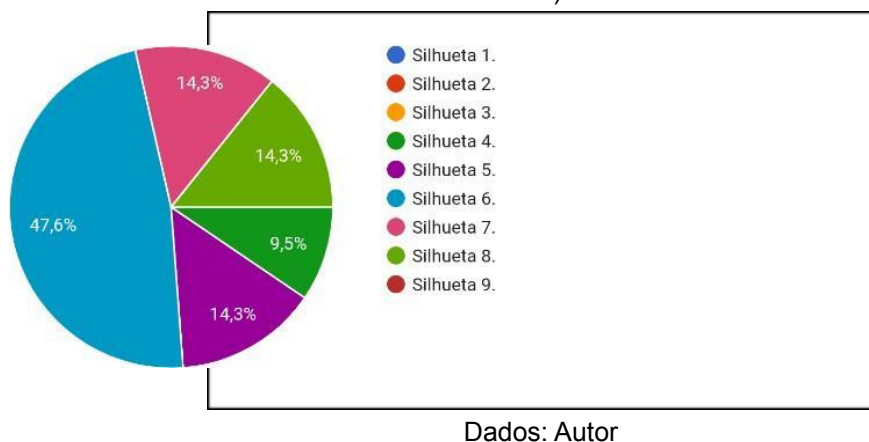


Fonte: Stunkard

A partir da observação da imagem, as participantes deveriam responder à duas questões: a) Qual a silhueta que melhor representa a sua aparência física atualmente (silhueta real)? (Figura 3); b) Qual a silhueta que você gostaria de ter (silhueta ideal)? (Figura 4).

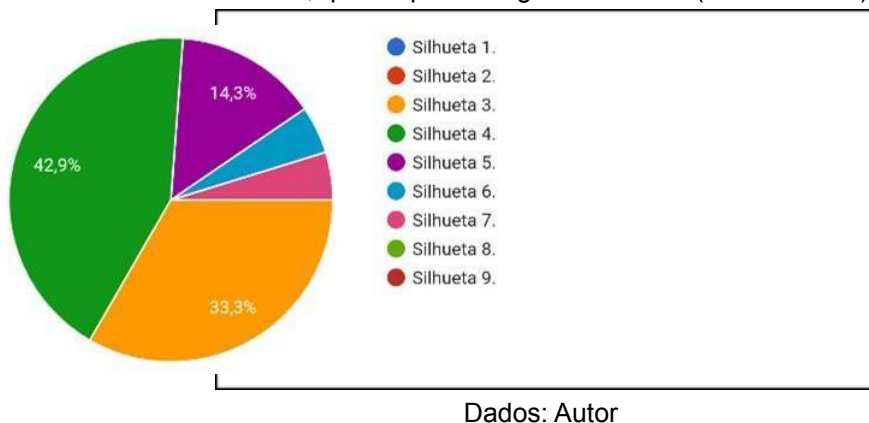
De acordo com o gráfico que mostra os resultados da alternativa “a”, percebeu-se que o biótipo das mulheres que responderam ao questionário variou e abrangeu diferentes formas.

Figura 3 – Gráfico das respostas: Na escala de silhuetas de Stunkard, qual a que melhor representa a sua aparência física atualmente (silhueta real)?



Na alternativa “b”, foi possível perceber que elas mudariam para 3 tipos de silhuetas: 3, 4 e 5. A silhueta 4 se sobressaiu com 42,9% de preferência, o que pode indicar que há ainda uma insatisfação corporal, pois, as silhuetas de ambas as alternativas não coincidem.

Figura 4 – Gráfico das respostas: Na escala de silhuetas de Stunkard, qual a que você gostaria de ter (silhueta ideal)?



De acordo com Buttner,

“A moda é feita para um corpo padrão magro. Aparentemente, a indústria da moda exclui as pessoas obesas por não se enquadrarem nos padrões de beleza partilhados por grande parte da sociedade. Com isto esta pessoa perde a possibilidade de usar a moda como autoexpressão. Uma pessoa segregada do mercado de consumo de moda pode se sentir infeliz não apenas por ter opções limitadas de roupas, mas também pela restrição à expressão do seu Eu.” (BÜTTNER, 2019, p.25)

A respeito disso, veio a indagação sobre o quesito vestimenta, se as

participantes possuem dificuldade para encontrar roupas para o seu tamanho, e o

resultado foi: 71% afirmaram que sim e 28% que não. Isso mostra como a moda exclui esse público, que também precisa vestir-se e estar com a sua autoestima elevada.

Em outra questão buscou-se saber qual era o tipo de mercado (lojas físicas ou virtuais) que as participantes compram suas roupas e o porquê. Elas descreveram:

- Físicas, porque prefiro experimentar e vê como vai se ajustar ao meu corpo.
- Lojas de departamento.
- Físicas, fica mais fácil para fazer a prova da roupa.
- Prefiro comprar em lojas físicas, onde existem variações de roupas e eu possa experimentar. Para não correr o risco de vir pequena.
- Físicas, pois tem como provar e vê se me agrada.
- Compro em lojas especialmente para pessoas gordas, são as lojas *Plus Size*. Prefiro dessa forma pq a maioria das lojas não tem nosso tamanhos, e quando tem não são tão bonitas. Essas lojas virtuais de moda plus são as que mais chegam perto do meu gosto pra roupa.
- Pela internet, pois como tô usando tamanhos maiores é mais fácil de encontrar roupas bonitas e de qualidade por um preço mais acessível.
- RENNER, Marisa, eu faço também.
- Algumas em Lojas de departamento como Renner, Riachuelo e outras mando confeccionar.
- Compro nas lojinhas de bairro, por possuírem tamanhos grandes com valores acessíveis.
- Qualquer loja com roupas que me agrada.
- Normalmente compro em lojas normais mesmo, só que as vezes um pouco complicado encontrar, mas não tem uma loja específica.
- Não tem um específico, ando de loja em loja até achar o tamanho que se adeque ao meu tamanho.
- Lojas de departamento, por que sempre encontro peças no GG que me vestem.
- Virtual, geralmente as físicas são um absurdos.
- Lojas Renner, Paraíba, Riachuelo, Marisa.
- Em lojas físicas, quando encontro e nas específicas ao meu tamanho é muito caro, as vezes ando muito para encontrar algo que eu gosto.
- Lojas que possuam roupas *plus size*. Porque são as que possuem roupas mais adequadas ao meu tamanho.

Identifica-se que há uma variação na escolha do tipo de mercado no qual as mulheres gordas consomem, visto que, conforme bem explica Martins:

“Hoje é fácil ver várias lojas que vendem roupas *plus size*, é um apontador que aumenta cada vez mais. Lojas e sites que atendem exclusivamente este público são cada vez mais frequentes nas grandes cidades e por consequência e a procura também aumentou. A tendência é que continue aumentando inclusive nas cidades do interior.” (MARTINS, 2015, p. 25)

Seguindo com o questionamento, a próxima questão perguntava onde as

questionadas preferiam comprar roupas. Nesse caso, foram dadas algumas alternativas, como podem ser vistas na Figura 5. Quanto aos resultados, 33,3% afirmaram comprar em lojas específicas que atendem as suas características

corporais, 38,1% disseram frequentar várias lojas, independente do segmento, 19% optam por mandar confeccionar peças sob medida e 9,6% disseram outros, que foi especificado: na internet.

Figura 5 – Gráfico com as respostas: Onde você prefere comprar roupas?

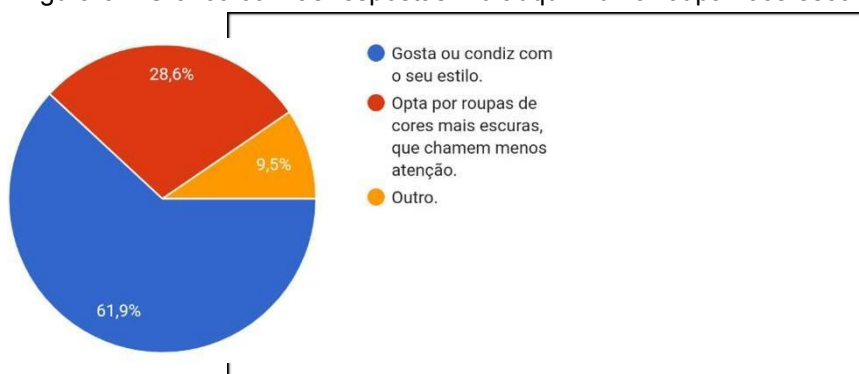


Dados: Autor

A respeito do consumo deste público, questionou-se se elas adquiririam uma roupa ou escolhem uma peça que: Gosta ou condiz com o seu estilo; Opta por roupas de cores mais escuras, que chamem menos atenção; Outro. E se a resposta fosse “outro” que fosse especificado.

Os resultados foram: 61,9% gostam ou condizem com o seu estilo; 28,6% optam por roupas de cores mais escuras, que chamem menos atenção (Figura 6).

Figura 6 – Gráfico com as respostas: Ao adquirir uma roupa você escolhe uma peça que.



Dados: Autor

Ainda sobre a escolha da peça de roupa, 9,5% das participantes que responderam “outro” especificaram:

- Gosto de roupas mais escuras, mas que também tenham a ver com o meu estilo também.

- Uma vez eu ouvi que gordo usa o que dá e não o que quer, e geralmente isso é verdade. Não é fácil encontrar roupas bonitas e acessíveis pra gordo.

Se é acessível é um look bem básico e você acaba montando seu guarda-roupa com as peças que vão encaixando em você.

De acordo com Martins,

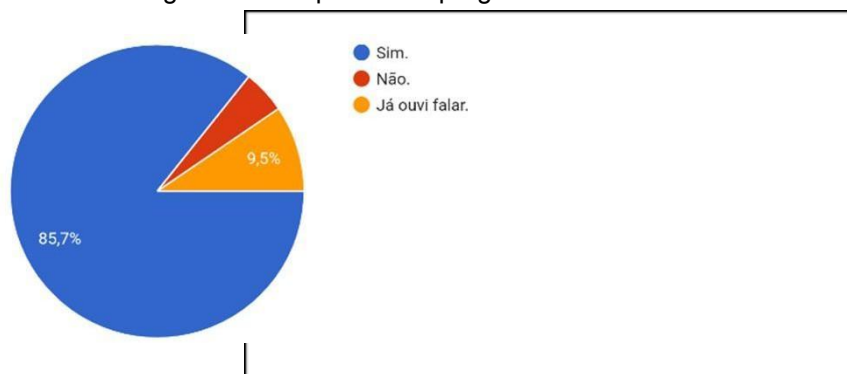
“Até pouco tempo as gordinhas usavam roupas largas, longas e pretas para camuflar algumas partes do corpo que não queriam revelar. Atualmente não todas, mas muitas desejam roupas das últimas tendências para exibir looks diferenciados e com uma variedade tão grande quanto uma pessoa que usa manequim que não é considerado *plus size*.” (MARTINS, 2015, p. 25).

Isto explica o fato de 61,9% adquirem roupas que gostam ou condizem com o seu estilo pois estão buscando expressar identidades através da moda “O advento da moda *plus size* (tamanho maior, tamanho grande ou tamanho especial) disseminado pela americana Lane Bryant em 1920 deu início a uma espécie de resistência ao padrão do corpo magro e “perfeito”, aliado à vontade das mulheres mais gordas de também se vestirem como desejavam.” (SOUZA, 2018, p. 45).

Visando identificar a importância da representatividade de mulheres gordas, foi feita perguntas voltadas para este ramo. Foi perguntado se as participantes conhecem a moda *plus size*.

A respeito disso observou-se o seguinte: 85% conhecem; 9% disseram não conhecer e 4% já ouviu falar (Figura 7).

Figura 7 – Respostas da pergunta: Você conhece a moda *Plus Size*?



Fonte: Autor

Foi pedido, também, que as participantes questionadas falassem um pouco a respeito da moda *plus size*, se soubessem, e obteve-se estas argumentações:

- São roupas produzidas para o público gordo.
- Que são roupas dedicada a mulheres acima do peso. Para que elas se sintam encaixadas na moda assim como qualquer outra mulher.
- São roupas para as pessoas acima do peso.
- São looks com modelagens amplas.
- Sei que são as roupas de tamanhos maiores, como se fosse um meio de representatividade, para nós que somos “acima do peso” padrão.
- Que deveria ser para pessoas gordas, mas com estilo, mas que na prática, nem sempre acontece.
- É um seguimento voltando para pessoas que usam tamanho maior que 44, 48 .
- São roupas tamanhos grandes para mulheres gordas.
- É um mercado que estar ainda sendo explorado, porém existe demanda para isso.
- São roupas voltadas para pessoas gordas e isso é uma grande vantagem.
- Não conheço.
- É a moda com pessoas acima do peso, que são consideradas gordas.
- Sei que é um tipo de moda voltada pra pessoas como eu , acima do peso.
- Eu vejo a moda plu size bem nova no mercado, porem vem ganhando cada vez mais espaço, principalmente porque estão fabricando peças mais joviais e estilosas para atender este público. Antes era bem mais difícil.
- Roupas que valoriza o biotipo com estilo.
- Acho bem legal a moda *plus size*! A sociedade é formada de mulheres com corpos variados então nada melhor que a moda *plus size* para que as mulheres mais cheinhas sejam bem representadas!
- Loja especificas para pessoas gordas, mas infelizmente as nossas fábricas não tem uma modelagem que explore o biotipo corporal, eles fazem uma modelagem sem se preocupar que o gordo também quer se sentir elegante e se vestir bem e está na moda. Já comprei uma blusa muito grande e apenas coloquei umas pences e a blusa ficou ótima.
- É a moda feita para pessoas com tamanhos maiores e fora do padrão.

Seguindo, foi curioso saber se as mulheres se identificavam com a moda *plus size*. 66.7% disseram que se identificam e 33,3% que não se identificam.

Diante das respostas, vimos que nem todas as participantes se identificam com a moda *plus size*, o que pode estar relacionado “A demanda por um mercado de moda *plus size* mais diversificado, colorido e que acompanhe as variações sazonais estão presentes nos discursos de algumas mulheres que desejam sentirem-se bonitas, querem acompanhar as tendências da moda do mesmo jeito que as magras acompanham.” (SOUZA, 2018, p. 47). Em contradição, a maioria a reconhece como um meio de inclusão.

Logo mais, foi investigado a opinião das participantes, sobre se é possível uma roupa deixar uma mulher gorda com uma aparência mais magra. Das respostas, 71,4% acreditam que sim e 28,5% acreditam que não. O fato de acreditarem ser possível pode estar ligado as crenças de que o pretinho básico, modelos com cores mais escuras e que chamem menos atenção podem realçar a

silhueta gorda, o que na verdade ocorre em alguns casos.

A próxima pergunta foi se acreditavam que uma mulher gorda possa vestir o mesmo modelo de roupa usada por uma mulher magra, sendo apenas adaptada para um tamanho maior e que justificassem a resposta no qual puderam se expressar. Com isso, obteve-se as seguintes expressões:

- Com certeza. Mas acho que dependendo do tecido pode não ter o mesmo caimento ou resultado esperado.
- Impossível, pode até usar mas não vai cair bem.
- Acredito que sim, mas com a ressalva de que depende muito do modelo, pois existem roupas que só caem bem em quem tem pernas longas por exemplo, ou pouco peito ou uma cintura fina.
- Sim, muitas vezes o modelo e o caimento da roupa fica bem independente de ser gorda.
- Sim, não vejo necessidade de diferenciação de roupas para pessoas magras e roupas para pessoas gordas. As duas podem usar modelos iguais, em tamanhos proporcionais ao seu biotipo.
- Não, existem roupas que mulheres magras usam e não combinam com mulheres gordas, na minha opinião.
- Sim, existe vários modelos de roupa que vai ate o gg, xgg... mas tem um porém, não é todo modelo ou modelagem que vai cair bem. Tem alguns que não valoriza.
- Sim, se for preto e de elastec.
- Sim, sem dúvida! Acompanho no insta e vejo que fica muito legal o fato de ser gordinha ã quer dizer q ã possa ser elegante!
- Sim, estilo e gosto de roupa deve ser para todos os tamanhos e gostos, não deve haver distinção.
- Sim, temos modelos de roupas no mesmo nível só está faltando bom senso em algumas indústrias.
- Sim. Acredito que a valorização da auto estima é exatamente não excluir por modelos de "gordas" e sim modelos que se adaptem ao corpo porém que prevaleça o estilo de quem usa.
- Sim , acho que a gente pode usar o que quiser.
- Sim, basta serem modeladas em tamanhos maiores
- Pode sim. E falo isso com prioridade, pois vivo isso.
- Com certeza, tudo ajustado pode servir. Às vezes, um modelo fica bem melhor em um tamanho maior.
- Nem sempre. Vai depender do modelo, da modelagem, do tipo físico da pessoa gorda, etc.
- Sim, vejo isso com uma grande necessidade de dizer que a mulher gorda, pode e deve ter estilo.
- Sim acredito pois vai depender de um estudo do biótipo e uma boa modelagem com recortes, pode sim chegar a uma peça elegante.
- Sim, a modelagem correta pode adequar a qualquer corpo.

Esta questão dividiu muitas opiniões, umas favoráveis e outras não, pois umas acreditam que a roupa pode ser usada por todas, independentemente do tamanho advindo de uma questão de gosto, estilo e conforto, já outras argumentam

que a maior falha é da indústria do vestuário, por não proporcionar uma variedade de modelos

para tamanhos maiores, como os infinitos que são criados para tamanhos menores e padrão. A ideia é mostrar que:

“A silhueta *plus size* há algum tempo vem sendo descoberta e se permitindo conhecer e sentir a variedade de looks disponíveis e compreendendo que tudo lhe cai muito bem. O manequim grande que outrora usava roupas lisas e na maioria das vezes escuras também está aos poucos despertando para a moda, quebrando paradigmas e mitos. As cores e estampas fazem parte do universo da moda e deve ser aproveitada por todas.” (MARTINS, 2015, p. 60)

E ressaltar que “Estar fora dos padrões não quer dizer que não possa se sentir bela, elegante e vestir-se de forma adequada, sem regimes alimentares que prejudiquem sua saúde.” (MARTINS, 2015, p. 21)

Sobre a percepção da moda, foi perguntado se, na opinião das participantes, a moda pode através da roupa elevar a autoestima da mulher gorda e proporcionar um bem-estar. Como resposta, 100% afirmaram que sim. No entanto, se é esperado da pesquisa, nos indica que as participantes acreditam que a moda pode elevar a autoestima da mulher gorda. Não há necessidade das mulheres com biótipo fora do padrão se acanharem em relação à moda, pois “A moda é forma de linguagem em que todos possuem o objetivo de se comunicar. Os símbolos transmitem as mensagens e precisam ser compartilhadas para haver significados.” (VILLELA, 2019, p. 21)

NERY diz que “A gordofobia também vem sendo amplamente combatida por mulheres gordas que são empoderadas e que vem ocupando espaço na sociedade ao ignorar julgamentos e preconceitos.” (NERY, 2017, p. 7) Diante disso, foi de extrema relevância saber qual a opinião das participantes interrogadas a respeito da representatividade das mulheres gordas na moda, nos dias de hoje. Elas enfatizaram:

- Acho muito importante mostrar corpos reais.
- Muito importante gordinhas na moda algo que nós precisamos hoje em dia, aceitação. Que em todas as lojas tenham moda *plus size*
- Acho incrível, faz com as outras mulheres que também estão acima do peso, se sintam confiantes e representadas. Chega do padrão de que mulher só é bonita se for magra. Somos bonitas com corpos reais.
- Acho muito importante, pois muitas vezes a pessoa não emagrece não por falta de vontade e sim porque não conseguem mesmo, o biotipo sempre é mais cheio que as demais mulheres, é muito bom vê que só pelo

fato de ser gorda você pode andar na moda, bem vestida e se sentir bem consigo mesma, se achar bonita mesmo sabendo que está acima do peso, precisamos de referências no ramo da moda com esse intuito de nos representar.

- É bastante significativa, pois esse é um público exigente e como qualquer outro público merecem ter suas necessidades atendidas.
- Apesar de hoje em dia ter muitas lojas virtuais que trabalham com essa moda Plus, ainda dá um déficit muito grande. Lojas grandes e renomadas, que poderiam ofertar isso, ainda insistem em botar o “corpo padrão da sociedade “ como ponto principal. Mas com as poucas lojas que conheço e das que compro, me sinto “satisfeita”, pena que a informação não é pra todos, mesmo vivendo em um mundo tão atual. Sinto que sobre esse quesito, os fabricantes pecam muito, não existe corpo e tamanho ideal.
- Elas existem, mas poucas com estilo. Porque parece que o estilo para pessoas gordas tem que ser sempre caro. O que de certa forma, excluem várias outras mulheres que não tem tanta condição.
- Ainda está fraca, pois mesmo com todos os esforços para a quebra do padrão magro, ainda há uma resistência enorme por diversas marcas, que possui o seguimento *plus size*, porém as roupas não são tão bonitas e com informação de moda como para as pessoas magras.
- Mostra para a sociedade que as mulheres gordas também podem se vestir bem com roupas da moda que valorizam o seu corpo.
- Atualmente existem várias bandeiras e movimentos para todos os tipos de preconceitos sejam sociais, raciais e outros; e, algumas mulheres se empoderam e lutam através das redes sociais mostrando seu corpo. E a moda estar em movimento através de eventos os quais evidenciam o *plus size*, mas acredito que seja mais pelo mercado mesmo.
- Importantíssima! Somos consumidoras e queremos nos vestir bem com roupas feitas pra isso, para nos fazer bem, e não nos sentir deslocadas.
- Eu acho lindo mulheres gordas usando as tendências da moda. Eu admiro.
- Muito necessário e inspirador .
- Não sei muito sobre o assunto, porém acho de bastante importância, pois nós mulheres gordas devemos servir de exemplo para outras para elas não se sentirem inferiores e nem menos mulher por ser acima do peso, e a aceitação também.
- Atualmente há uma visibilidade maior para as mulheres mais gordas, porém ainda são escassos as lojas voltadas para esse público de mulher, principalmente em cidades pequenas como Timon, onde a visibilidade desse público é tão pouca.
- Que estava mais de que na hora disso acontecer. Sei que sempre vamos ter que lutar por isso, sempre vai existir o olhar preconceituoso; mas a MODA ela tem um poder muito grande de ajudar na questão da imagem de uma pessoa, e ela é uma grande auxiliadora na representatividade das mulheres gordas com a sua evolução para este público. Hoje em dia encontramos muitas roupas maravilhosas, antes não, eram cortes retos, mangas grandes... sem estilo e identidade nenhuma.
- Esta faltando representante nesse meio, não consigo enxergar nenhuma influência boa nesse meio.
- Acho bem legal, assim as gordinha se sentem representadas...

Pode-se dizer que a representatividade de mulheres gordas só tem a contribuir para a inclusão destas, pois outras se sentem inspiradas e realizadas ao ver pessoas na qual se identificam ocupando postos de destaques, podendo gerar

uma influência positiva. Observa-se a respeito da representatividade atual que:

“Os posicionamentos de mulheres gordas, que atualmente são ouvidas no Instagram por milhares e até milhões de pessoas é sobre serem saudáveis, terem uma vida ativa, mas a imagem desta pessoa não precisar encaixar em nenhum modelo preestabelecido por uma indústria que adoece mulheres lindas que se veem feias por não entrarem nesse modelo padrão. Mulheres lindas que dançam, buscam visibilidade, inspiram outras mulheres. Entre elas está Alexandra Gurgel, 31 anos, jornalista, escritora, youtuber e criadora de conteúdo que em seu canal e no seu perfil do Instagram demonstra o quanto ser saudável perpassa longe de um corpo padrão. Isabella Trad, 26 anos, modelo e influenciadora digital, também faz parte do grupo dessas mulheres que falam sobre a autoestima da mulher gorda, uma musa que sempre mostra seu corpo, dança e perpetua a ideia da beleza realmente não ter tamanho. Raissa Galvão, jornalista, designer de moda e influenciadora digital, traz diversos conteúdos sobre body positive em seu Instagram, fala sobre moda consciente, saúde mental e mostra que para ser estilosa e bonita nunca precisou ter quilos a menos.” (SOUSA, 2020, p. 26)

Dessa forma:

“As redes sociais seriam, então, a forma de dar voz a corpos reais e explicações sobre o que é realmente ser saudável, o que é a gordofobia, que é algo muito além de não gostar do corpo gordo, mas passa em questões de constrangimento que essa pessoa gorda vive, como não passar em uma catraca muito estreita, não conseguir achar roupas, sempre ter que ouvir comentários sobre seu corpo como se ele fosse um bem público, o que não é o caso. A pressão estética, algo que atinge a todas, é a pressão para estar no padrão, difundida nas mulheres de diversas maneiras, diferente da Gordofobia que diz respeito a toda uma construção social que ensinou que o corpo gordo era sinônimo de algo vergonhoso.” (SOUSA, 2020, p. 26)

Levando em consideração que a análise dos dados coletados é de suma importância para os resultados do pesquisador, constata-se neste capítulo os diferentes posicionamentos e opiniões das mulheres gordas que participaram do questionário sobre os temas que fundamentaram esta pesquisa, conjuntamente com as interpretações feitas a fim de entender e relacionar tais argumentos com os objetivos deste estudo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo propôs uma discussão sobre o comportamento de mulheres gordas, que possuem de alguma forma uma insatisfação corporal, diante do padrão de beleza imposto pela sociedade, além de serem privadas de utilizar a moda como bem queriam em razão desta ser feita para os que se encaixam no padrão, ao passo que vem evoluindo.

Os termos e as temáticas abordadas fazem compreender sobre o motivo da negação das diferenças corporais que as mulheres gordas possuem, juntamente com a análise dos questionários aplicados a este público e os argumentos dos autores referenciados. Foi perceptível, de acordo com a bibliografia desta investigação, que os padrões de beleza são a causa da exclusão e dos olhares tortos direcionados a este grupo. Assim sendo, o objetivo específico: descrever a influência dos padrões de beleza em mulheres gordas que não se encaixam nos padrões de beleza impostos pela sociedade, pôde ser atendido.

Evidenciou-se também que a representatividade das mulheres gordas é de suma importância para a quebra de paradigmas, já que ocupar um espaço ou posição influente, seja na mídia, no campo artístico ou em cargos superiores de uma empresa, pode resultar na identificação de outras, pois estas sentem-se inspiradas a adotarem uma nova postura diante da sociedade que as reprimem, afirmação essa que podemos chegar a partir da busca feita sobre o tema e de algumas respostas obtidas no questionário, em que algumas participantes clamam por mais representatividade de mulheres gordas, o que torna este assunto de alta relevância, bem como pretendia-se identificar a importância da representatividade de mulheres gordas.

Contudo, quando pessoas desse grupo em questão aparecem usando a moda para se comunicar e se expressar, como quando, uma digital influencer gorda faz um post “*look do dia*” no Instagram com *looks* diferentes, no qual estas pessoas acreditavam que não poderiam usar, conseqüentemente outras podem ver que podem sim usar a moda a seu favor, ocasionando uma autoaceitação com o biótipo e uma percepção diferente sobre a moda, prova disso foi a resposta do questionário com 100% de confirmação, quando foi perguntado se na opinião das participantes, a moda pode através da roupa elevar a autoestima da mulher gorda e proporcionar um

bem-estar. Com base nisso, foi possível verificar a contribuição da moda para a autoaceitação de mulheres gordas.

Em âmbito de mercado e consumo, observou-se na análise dos resultados dos questionários aplicados, a carência das mulheres gordas por usar roupas com cortes e modelagem que valorizem mais o corpo com modelos estilosos, ao invés dos modelos básicos que tentam disfarçar e realçar a silhueta, um fato negativo que pode ser identificado na área da moda.

Portanto, conclui-se diante deste estudo que contribuir, por meio da moda, para a autoaceitação e valorização do corpo em mulheres gordas pode ser possível, juntamente com diversos outros fatores. Em uma perspectiva acadêmica esta arguição pode contribuir para investigações futuras incentivando pesquisas relacionados a esse tema.

REFERÊNCIAS

- ALEIXO, Marcos. **Número de procedimentos estéticos por ano no Brasil supera 1,5 milhão.** Radioagência Nacional, 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/saude/audio/2021-06/numero-de-procedimentos-esteticos-por-ano-no-brasil-supera-15-milhao>. Acesso em: 25.08.2021.
- ARRUDA, Agnes de Sousa; MIKLOS, Jorge. **O peso e a mídia: estereótipos da gordofobia.** São Paulo: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, 2020.
- BARD, Natasha Lis Streit. **A moda como representação de identidade em consumidoras plus-size.** Porto Alegre – RS: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2013.
- BATISTA, Gabriela Scotti. **Composição urbana como mobilizador social de representatividade da mulher na mídia.** Brasília: Universidade de Brasília, 2016.
- BÜTTNER, Ana Julia. **Bem-estar no consumo de moda plus size.** São Paulo: ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING – ESPM, 2019.
- CONTE, Adriana Job Ferreira. **Conceito de moda e corpo por quem faz moda: corpo e identidade em perspectiva.** Caxias do Sul – RS: UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL, 2011.
- FREITAS, Clara Maria Silveira Monteiro de; LIMA, Ricardo Bezerra Torres; COSTA, Antônio Silva; LUCENA FILHO, Ademar. **O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC.** São Paulo: Revista brasileira de educação física e esporte 24, 2010.
- FRINGS, Gini Stephens. **Moda: Do conceito ao consumidor.** Tradução Mariana Belloli. São Paulo: Bookman, 2012.
- GARRINI, Selma Peleias Felerico. **Do corpo desmedido ao corpo ultramedido: As narrativas do corpo na revista brasileira.** Paraná: Appris, 2018.
- LIMA, João Pedro Feitosa. **“Alexandrismos” e movimento body positive: Um estudo sobre a superação da gordofobia.** Alagoas: UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS, 2019.

MARTINS, Jucilene Bizerra. **Princípios de consultoria e desenvolvimento de roupas para tamanhos *plus size* visando otimizar a imagem pessoal**. São Paulo: FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA, 2015.

MORENO, Raquel. **A beleza impossível: Mulher, mídia e consumo**. São Paulo: Ágora, 2016.

NERY, Joseanne de Oliveira. **Gordofobia: discursos e estratégias de empoderamento de mulheres gordas ao preconceito**. Encontros de Iniciação Científica UNI7, 2017.

NEVES, Alden dos Santos; MENDONÇA, André Luís de Oliveira. **Alterações na identidade social do obeso: do estigma ao fat pride**. Rio de Janeiro: Artigos de Tema Livre, 2014.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Rio Grande do Sul: UNIVERSIDADE FEEVALE, 2013.

ROCHA, Ana Beatriz Pereira; SANTOS, Michelly; MAUX, Suelly. **Indústria da Beleza como vetor da pressão estética: A influência das novas mídias na impressão de padrões**. Maranhão: Intercom, 2019.

SANTOS, Ligia Amparo da Silva. **O corpo, o comer e a comida: um estudo sobre as práticas corporais e alimentares no mundo contemporâneo**. Salvador: EDUFBA, 2008.

SERRANO, Carlos; WALDMAN, Maurício. **Memória d'áfrica: a temática africana em sala de aula**. Cortez, 2013.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Editora CORTEZ, 2007.

SOUSA, Layane Silva de. **Corpo casa**. Goiânia: PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS, 2020.

SOUZA, Taynara Vívian da Silva. **Mulheres gordas e o consumo de moda *plus size* no DF**. Brasília: UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 2018.

VILLELA, Renata Mantovani Espíndola. **Moda: uma forma de comunicação e expressão cultural**. Minas Gerais: CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS-UNIS/MG, 2019.