O Boletim de Conjuntura (BOCA) publica ensaios, artigos de revisão, artigos teóricos e empíricos, resenhas e vídeos relacionados às temáticas de políticas públicas.

O periódico tem como escopo a publicação de trabalhos inéditos e originais, nacionais ou internacionais que versem sobre Políticas Públicas, resultantes de pesquisas científicas e reflexões teóricas e empíricas.

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratizacão mundial do conhecimento.



BOLETIM DE CONJUNTURA

BOCA

Ano V | Volume 14 | Nº 42 | Boa Vista | 2023

http://www.ioles.com.br/boca

ISSN: 2675-1488

https://doi.org/10.5281/zenodo.8025483

BOLETIM DE CONJUNTURA

www.ioles.com.br/boca

OS SIGNIFICADOS SOCIAIS ATRIBUÍDOS AO CORPO GORDO AO LONGO DO TEMPO

João Henriques de Sousa Júnior[1]

Rudimar Antunes da Rocha[2]

Resumo

O arquétipo corporal é, atualmente, pauta de discussões sociais, mercadológicas e de saúde, especialmente devido à ressignificação do que ele tem representado à sociedade por séculos. O corpo gordo, isto é, o corpo que se encontra acima do peso considerado 'ideal' segundo a métrica do Índice de Massa Corpórea (I.M.C.) ou a opinião ocular social, é um dos que mais sofre com as opiniões e preconceitos sociais. Frente a esta realidade, o presente estudo caracteriza-se como um ensaio teórico cujo objetivo é traçar, a partir de uma vasta revisão da literatura científica, a evolução histórica dos significados sociais atribuídos ao corpo gordo. Os resultados confirmam que, apesar de ter momentos em que o corpo gordo foi reconhecido como uma exaltação da feminilidade e expressão da riqueza e da fartura alimentar, sempre houve, ainda que em escala muito menor do que hoje, um tipo de rechaço social às formas corporais voluptuosas. Entretanto, em nenhum outro momento reconhece-se tanta discriminação e preconceito tal como os que sofrem os indivíduos gordos na atualidade, especialmente as mulheres. Nesse sentido, este estudo contribui para a ampliação do debate corporal a fim de possibilitar reflexões que promovam ressignificações e que favoreçam o bem-estar social de todos os indivíduos, em suas infinitas pluralidades e diversidades, não apenas corporais.

Palavras-chave: Corpo Gordo; Discriminação; Diversidades; Significados Sociais.

Abstract

The body archetype is currently on the agenda of social, market and health discussions, especially due to the re-signification of what it has represented to society for centuries. The fat body, that is, the body that is overweight considered 'ideal' according to the Body Mass Index (BMI) metric or social ocular opinion, is one of those who suffer most from social opinions and prejudices. Faced with this reality, this study is characterized as a theoretical essay whose objective is to trace, from a vast review of the scientific literature, the historical evolution of the meanings attributed to the fat body. The results confirm that, despite having moments in which the fat body was recognized as an exaltation of femininity and an expression of wealth and food abundance, there has always been, albeit on a much smaller scale than today, a type of social rejection of forms voluptuous bodies. However, at no other time is so much discrimination and prejudice recognized as those suffered by fat individuals today, especially women. In this sense, this study contributes to the expansion of the body debate in order to enable reflections that promote resignifications and that favor the social well-being of all individuals, in their infinite pluralities and diversities, not just bodily.

Keywords: Discrimination; Diversities; Fat Body; Social Meanings.

INTRODUÇÃO

As discussões acerca do arquétipo corporal existem desde os primórdios da humanidade, quando o corpo ainda era associado apenas ao despertar dos desejos sexuais e à fertilidade e proliferação da espécie. Entretanto, com o passar dos séculos, o corpo começou a receber diversos outros significados perante a sociedade e passou a ser compreendido como o "mais belo e valioso objeto" (FRIZZERA, 2018, p. 23), capaz de ser utilizado como capital social e elemento de poder (GOLDENBERG, 2010).

[1] Professor. Doutor em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: sousajunioreu@hotmail.com

[2] Professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Doutor em Engenharia de Produção. E-mail: rrudimar@hotmail.com

Neste cenário, disseminou-se fortemente um padrão universal de beleza, em que foram impostas, literalmente, medidas (em centímetros) de definição quanto ao que deveria ser considerado um corpo belo e agradável, configurando-se como uma qualidade objetiva e universal associada à fama, fortuna e felicidade (SANT'ANNA, 2014; WOLF, 2020).

Diante de tal imposição, o conceito de beleza foi sendo atribuído a corpos magros ou musculosos, desde que rígidos e firmes, jovens e sem marcas indesejáveis (VENTURINI *et al.*, 2020), enquanto o seu antônimo, o corpo gordo passou a ser caracterizado como "incapaz, mole e inerte" (NECHAR, 2018, p. 3), iniciando-se um histórico social de estigmatização que se perpetua até hoje e atinge, em especial, as mulheres (MORENO, 2008; DEL PRIORE, 2013; SIMILI; SOUZA, 2015; OLIVEIRA, 2018; SOUSA JÚNIOR, 2020; VENTURINI *et al*., 2020).

Sobre esse aspecto, Silva, Farias e Sousa Júnior (2020) advertem que a aparência estética é um ponto relevante na visão pessoal e social do indivíduo e apresenta influência direta em seu comportamento de consumo e acrescentam que os indivíduos realizam práticas sacrificiais na tentativa de se enquadrarem aos padrões impostos na sociedade e se sintam aceitos e reconhecidos.

Essa é uma perspectiva encontrada no estudo de Flor (2009), a qual abordava que a questão da estética corporal se trata, na verdade, de uma forma de dividir a sociedade entre quem pertence ao padrão aceitável e quem não pertence, excluindo assim, as pessoas que têm arquétipos corporais distintos daquele difundido no 'mito da beleza'. De acordo com Mirzoeff (2003), isso ocorre porque a sociedade pós-moderna se caracteriza como sendo ocularcêntrica, ou seja, centrada na idolatria às experiências visuais construídas.

Por isso, o corpo gordo passou a ser rechaçado e visto como um perigo social (NECHAR, 2018), especialmente quando, no Brasil, importou-se o ideal de beleza vendido pela cultura europeia, como a moda ditada por Paris, e norte-americana, popularizada pelos estúdios de Hollywood (SANT'ANNA, 2014; FRIZZERA, 2018). Dessa forma, negando-se a realidade corporal brasileira, advinda da miscigenação de povos que constituíram a nação, e exigindo que pessoas gordas realizem sacrifícios incessantes para que sejam similares às representações expressas (SIMILI; SOUZA, 2015; SANT'ANNA, 2016).

Frente a todo o exposto, este estudo objetiva fazer um levantamento bibliográfico para traçar a evolução histórica dos significados sociais atribuídos ao corpo gordo, para que, a partir dessa compreensão seja possível ampliar o debate acerca deste tema, instigando maior reflexão sobre a pluralidade e diversidade existente na sociedade e, consequentemente, a ressignificação dos conceitos atribuídos aos diversos arquétipos corporais existentes.

É salutar esclarecer que a determinação de um corpo ‘gordo’ é dada a partir da classificação resultante do Índice de Massa Corpórea (I.M.C.), uma métrica que, apesar de receber críticas (AMORIM *et al*., 2004; CERVI; FRANCESCHINI; PRIORE, 2005), continua sendo a usada para definir faixas de ‘peso ideal’ divisório do peso corporal, em quilogramas, pelo valor ao quadrado da altura, em metros, do indivíduo. Por essa métrica, quando o resultado obtido for superior a 25, o indivíduo pode ser considerado ‘gordo’, por se posicionar nas faixas de sobrepeso (entre 25,0 e 29,9) ou obesidades (a partir de 30,0).

Além disso, este trabalho faz uso do termo ‘gordo’ por compreender que esta palavra não deve ser estigmatizada e tratada com a carga discriminatória e preconceituosa que vem sendo adotada, pois trata-se, efetivamente, do antônimo da palavra ‘magro’. Em tempo, também se faz necessário esclarecer que este trabalho não tem a intenção de “romantizar a obesidade”, por compreender que trata-se de uma situação de saúde pública que pode desencadear diversas outras patologias.

EVOLUÇÃO HISTÓRICA DOS SIGNIFICADOS ATRIBUÍDOS AO CORPO GORDO

O conceito do corpo como um objeto de valor social que representa *status* e poder foi sendo construído ao longo de várias décadas, por meio de moldes e padrões de beleza impostos à sociedade, muitas vezes de forma sutil, a partir da mídia, especialmente através da publicidade e dos produtos audiovisuais (GOLDENBERG; RAMOS, 2002; GOLDENBERG, 2010; SANT’ANNA, 2014; SANT’ANNA, 2016).

Aires (2021) define a gordura como um significante fluido, cujos significados mudam a cada tempo e espaço. Essa é uma visão já abordada por Kopes (1986, p. 48), que descreve que os corpos são, na verdade, a expressão do pensamento, desejo e imposição social daquele momento, sendo eles, de maneira geral, o resultado do que “a sociedade nos corpos escreve”.

Diversos estudos abordam o culto ao corpo gordo na antiguidade e período medieval, celebrando-o como sinônimo de riqueza, ‘boa vida’, *status* e abundância, justificada, entre outras razões, pela escassez de alimentos no período (GRIECO, 1991; SANT’ANNA, 2016; SOUSA JÚNIOR; MELO, 2018; AIRES, 2021). Representações artísticas visuais, como a estatueta Vênus de Willendorf (Figura 1), esculpida no período paleolítico, exaltando a mulher gorda com mamas e ventre abundantes representando alta fecundidade e boa saúde, reafirmam a significação positiva do corpo gordo nesses períodos históricos.

Figura 1 – Vênus de Willendorf



Fonte: Oke (2017).

Estudos como os de Grieco (1991), Vasconcelos, Sudo e Sudo (2004) e Sant'Anna (2014) apontam ser a partir do período do Renascimento que o corpo gordo começa a assumir novos valores perante a sociedade, distanciando-se da imagem benéfica de outrora. Entretanto, essa é uma visão confrontada, mais recentemente, por Forth (2019), reconhecido pesquisador sobre corpos gordos no mundo, o qual afirma haver evidências em textos antigos e estudos antropológicos e arqueológicos de que, apesar de não sofrer a discriminação observada na sociedade pós-moderna, isso não significa dizer que na Europa pré-moderna os corpos gordos foram tolerados ou celebrados sem reservas.

Ainda neste sentido, Forth (2019) afirma que o conceito de gordura na antiguidade referia-se, simplesmente, a um adjetivo relacionado ao tamanho e a forma do corpo, sendo observada também sob o ponto de vista natural e biológico, pelo qual a gordura corresponde ao tecido adiposo, substância vital presente no corpo de animais não humanos e solo, por exemplo. E é a partir dessa concepção que muitos discursos modernos foram sendo construídos.

> É no final do Século XVIII que se consolida uma perspectiva fundamental na relação que se estabelece com a dimensão corporal e que lança as sementes para a concepção atual; é em tal período que o trato com o corpo passa a ser mais importante nas relações que se tratavam com o outro, denotando uma progressiva identificação da personalidade do indivíduo com seu próprio corpo: 'o que se aparenta ser, é o que se é'. (SILVA, 2001, p. 17).

Evidenciando a afirmação de Silva (2001), estudos de Forth (2019 e Aires (2021) apontam que até o final do Século XVIII os corpos humanos eram frequentemente relacionados a questões agrícolas e

animais. Em primeira instância, reconhecia-se que solos muito untados, isto é, 'solos gordos', eram capazes de promover crescimento excessivo de plantas frutíferas, o que evidenciava a gordura como algo fértil e abundante, porém, em contrapartida, crescer demais poderia levar ao apodrecimento e a morte. Já no que corresponde à relação de corpos humanos com animais não humanos, notam-se comparações com vacas, porcos e baleias, por exemplo, não apenas por qualquer semelhança física que possa ser apontada, mas, principalmente, porque tais animais podem ser engordados e mantidos em cativeiro, como forma de desempoderamento e dominação, nunca resultando num benefício para o animal engordado (FORTH, 2019; AIRES, 2021).

Conforme Nechar (2018), mais fortemente a partir do Século XIX, o significado social do corpo gordo começa a assumir tons pejorativos, especialmente devido à popularização de discursos da indústria da beleza com foco em saúde. Durante esse Século, a gordura começa a ser vista como um perigo a ser exterminado da sociedade, onde "o corpo gordo se torna monstruoso, a gordura passa a ser considerada anomalia e os corpos gordos são expostos em feiras e circos [...] como uma atração de aberração" (NECHAR, 2018, p. 3).

Ainda durante o Século XIX, o Brasil, recém independente da colonização portuguesa e antes da Proclamação da República, vivenciou a colonização do padrão social de beleza europeia, seguindo tendências burguesas e parisienses, consumida em forma de pós, perucas, perfumes, roupas, joias, fotografias e artigos textuais importados e comercializados no país (SANT'ANNA, 2014).

Sant'Anna (2014, p. 21) registra que, no Século XIX, "o luxo dos produtos europeus delineava a beleza julgada prestigiosa", um ideal cobiçado e replicado principalmente entre os membros de famílias ricas brasileiras. Vislumbra-se, a partir de então, os corpos e rostos difundidos nas fotografias e nos textos publicitários, os quais já denotavam a beleza escrita principalmente no feminino, e utilizando-se de frases que remetiam à preocupação e cuidado com o próprio corpo, como uma prova do amor-próprio, e cujo embelezamento dependia exclusivamente do próprio querer (SANT'ANNA, 2014; SANT'ANNA, 2016).

É importante destacar que os padrões europeus foram enxergados como referências vigentes no mundo até o período moderno (Século XIX), justificado pelas colonizações existentes à época. No entanto, com a queda do muro de Berlim, em 1989 (Século XX), e início do período denominado de pós-modernidade, os Estados Unidos se firmaram enquanto potência econômica mundial e, como consequência, o padrão social norte-americano passou a ser mais disseminado globalmente, especialmente a partir da popularização do 'estilo de vida americano', o *American Way of Life* (SANT'ANNA, 2014; AFONSO, 2015).

É a partir do início do Século XX que a moda da ‘mulher magra’ começa a ganhar mais força no discurso social, quando a métrica do tamanho e adequação do corpo em relação à roupa passam a representar não apenas um constrangimento físico, mas também moral, gerando efeitos sobre o corpo e a mente das mulheres, estigmatizando seus corpos e iniciando um discurso lipofóbico ou gordofóbico na sociedade (FRIZZERA, 2018).

De acordo com Aires (2021), iniciou-se na década de 1920 a ideia de que o corpo magro representava um ideal de saúde e beleza, a partir da cultura capitalista e da chamada ‘indústria da beleza’, que compreende indústria farmacêutica, de cosméticos, higiene pessoal, academias, nutricionistas, médicos e cirurgiões plásticos, entre outros. A imagem corporal passou, então, a ser um atributo ainda mais apreciado na sociedade, que começou a cultuar o corpo magro e estigmatizar a obesidade como um corpo vergonhoso e repulsivo (FRIZZERA, 2018). Mais detalhadamente, Moreno (2008, p. 18) aponta que “a magreza avançou, sinalizando leveza, mobilidade e reflexo da psiquê”, enquanto as mulheres gordas passaram a ser vistas como “relaxadas ou como mulheres que compensam frustrações diversas por meio da comida”.

Essa realidade de mudança do padrão a partir da imagem apresentada pelos corpos, pode ser observada por meio da comparação das definições sociais do tamanho de silhueta ideal para uma mulher de 1,68m, nas décadas de 1930 e 2001, representada na Tabela 1.

Tabela 1 – Silhueta ideal para uma mulher de 1,68m

Variáveis	1933	2001
Peso	60 kg	48 kg
Busto	88 cm	90 cm
Cintura	70 cm	58 cm
Quadris	90 cm	88 cm

Fonte: Moreno (2008).

Frente a todo o exposto até o momento, fica evidente a ressignificação do corpo gordo como sendo o oposto de belo. Sendo atribuído o ‘peso’ do preconceito e dos estigmas negativos aos esforços despendidos pelo indivíduo para livrar-se desta condição. Essa afirmação é elucidada por Silva (2001, p. 17), que denota que as campanhas da mídia do Século XX em diante reforçaram continuamente a perspectiva e o senso ético dos indivíduos gordos a repensarem os seus corpos, repetindo constantemente que “cada pessoa tem o corpo que merece”.

Uma provável justificativa para essa popularização do discurso por meio da imagem dos corpos pode ser dada por Mirzoeff (2003), que afirma ser a sociedade pós-moderna caracterizada como ocularcêntrica, isto é, centrada nas interações cada vez mais múltiplas das experiências visuais construídas socialmente. Essa afirmação endossa a percepção de Lipovetsky (2000) quanto a oferta

crescente de produtos da 'indústria da beleza' no mercado, visualizados a partir do crescente número de cirurgias plásticas, multiplicação de dietas, alimentos *light* e *diet*, cremes emagrecedores, atividades modeladoras, academias de ginástica e cosméticos para retardar os sinais de envelhecimento. No entanto, é perceptível que as experiências visuais construídas por corpos gordos se diferenciam conforme o gênero.

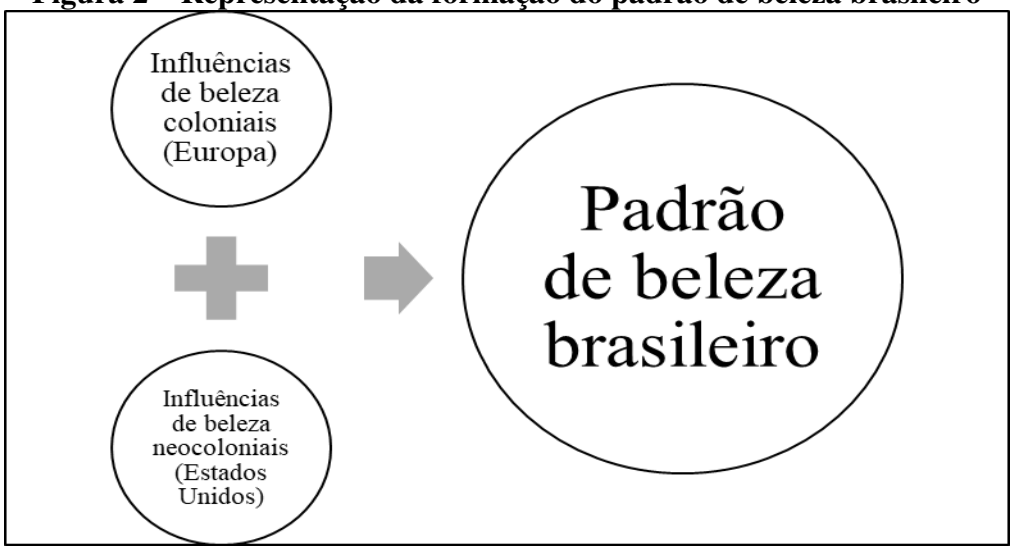
Os estudos de Aires (2019) e Jimenez-Jimenez (2021) apontam que a gordofobia atinge tanto homens quanto mulheres, mas enfatiza uma nitidez quanto a uma opressão "muito maior nas mulheres", justificada pela lógica machista da mulher objetificada e padronizada. Essa compreensão de que há maior pressão social por um ideal de beleza feminino é observada em diversos estudos (MORENO, 2008; SANT'ANNA, 2014; SANT'ANNA, 2016; SOUSA JÚNIOR; MELO, 2018; WOLF, 2020).

Bordo (1993), por exemplo, afirma que, na cultura ocidental, ser uma mulher gorda trata-se de algo mais problemático do que ser um homem gordo, pois a sociedade sempre limitou e reprovou quaisquer excessos advindos do gênero feminino, especialmente os de desejo sexual, de liberdade, de sabedoria ou de fome. Foi-se, então, a partir dessas imposições sociais, moldando o padrão ideal de beleza a ser buscado, como descreve Grieco (1991, p. 81): "de esbelta a roliça e de natural a pintada, a silhueta e o rosto femininos foram correspondendo às diferentes condições de dieta, de estatuto e de riqueza, dando origem a novos padrões de aparência e gosto, a novos ideais de beleza e de erotismo".

Especificamente no que se refere ao Brasil, Valentim, Falcão e Campos (2017, p. 33) explicitam que a sociedade brasileira valoriza "corpos que sejam eternamente *sexys*, jovens, magros e em boa forma". Esse ideal cultuado no Brasil é resultado de um processo colonial (europeu) e neocolonial (norte-americano) de discursos platônicos de beleza vendidos, por exemplo, pela moda parisiense, pelos estúdios de Hollywood e, até mesmo pela boneca Barbie (SIMILI; SOUZA, 2015; FRIZZERA, 2018; WOLF, 2020), como demonstrado na Figura 2. Sobre essa última, Del Priore (2013, p. 250) tece críticas quanto a popularização entre as crianças brasileiras, ao afirmar que tais bonecas prejudicam a construção da visão de beleza, e enfatiza que, naturalmente, "as mulheres brasileiras são gordas e, mais do que isso, elas são mestiças, morenas, de cabelos crespos e negros. Em nada se assemelham à Barbie".

No que se refere às pressões sociais ao gênero masculino, Grando (2001) aponta que, só a partir da década de 1930 o corpo masculino ideal começou a ser moldado socialmente, com os concursos de mister e a militarização do corpo do homem trabalhador, como forma de tonificar e disciplinar os operários. Além disso, a partir desse período começou-se a difundir também o atributo erótico a corpos masculinos musculosos e corpos magros femininos (LIPOVETSKY, 2000). Nesse tópico da sexualidade, Forth (2019), inclusive, reforça que parece haver, no ideal social, uma relação inversa entre a gordura e a masculinidade.

Figura 2 – Representação da formação do padrão de beleza brasileiro



Fonte: Elaboração própria.

Sabe-se que os arquétipos corporais europeus e norte-americanos não são similares aos brasileiros, o que justifica a utilização dos termos ‘mito’, ‘utópico’ ou ‘inalcançável’ quando referidos a tais ideais de beleza. Ao aprofundar o estudo acerca da compreensão do culto ao corpo no Brasil, por exemplo, Berger (2006) encontrou a justificativa de que, por ser um país tropical, o corpo passa a ser mais exibido (pelo calor, praias e tamanho das roupas), sendo assim, entende-se que o corpo magro e malhado está ‘sempre pronto’ para ser mostrado, enquanto o corpo gordo não.

Mais recentemente, a relação entre o histórico do corpo e a busca por um padrão ideal de beleza feminino continuou a ser temática de pesquisas, como a de Entwistle (2015), que analisou o contexto histórico dos corpos, fazendo uma comparação entre os estômagos das mulheres dos séculos XIX e XX, afirmando que, enquanto o estômago da mulher no Século XIX foi disciplinado ‘por fora’, a partir do uso constante de espartilhos, o estômago da mulher do Século XX precisou ser disciplinado por autodisciplina, a partir de dietas e exercícios. Esse fenômeno de vigiar e explorar os corpos, controlando-o ‘por dentro’, como descrito no estudo de Entwistle (2015), foi denominado de psicopolítica por Byung-Chul Han (2018), ao corroborar e ampliar a definição do controle biopolítico sobre o corpo, defendido por Michael Foucault.

Tal discurso da disciplina do corpo feminino ‘por fora’ continuou sendo disseminado durante o Século XXI, vide estudos como o de Oliveira (2018), que retrata os sacrifícios realizados na construção de um corpo socialmente aceito na rede social virtual Instagram, e o de Venturini *et al*., (2020), que, ao estudarem as chamadas musas *fitness* da mesma rede, Instagram, determinam que os corpos têm sido submetidos à ‘moral da boa forma’, onde excessos de gordura e flacidez continuam sendo proibidos,

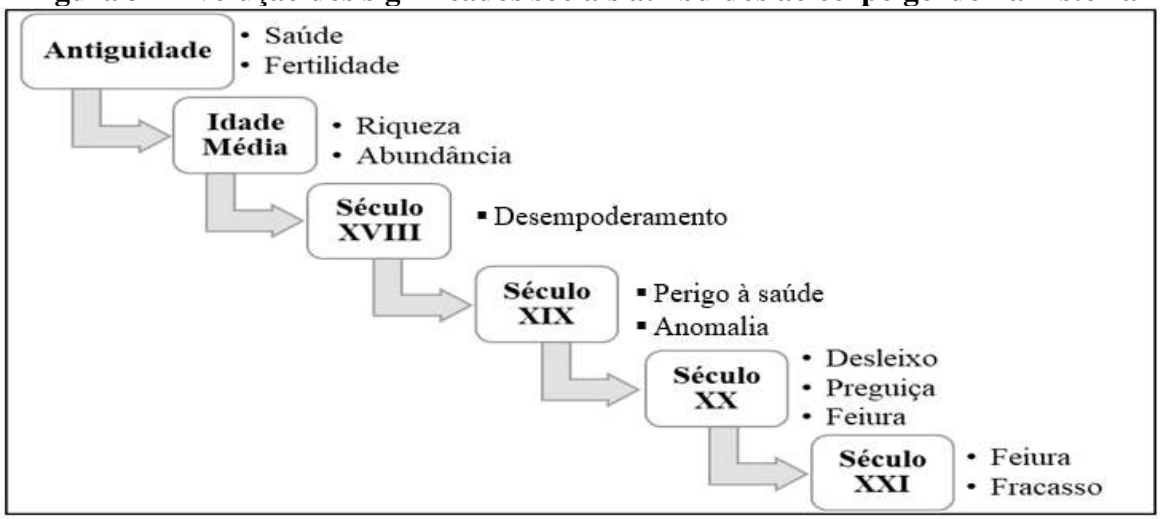
como já descrito no estudo de Bordo (1993), bem como repulsa-se qualquer tipo de marca indesejável, como rugas, estrias, celulites e manchas.

Para além dessa compreensão, o estudo de Venturini *et al*. (2020) ainda endossa a afirmação de que a felicidade plena parece ser resultado das arquiteturas corporais, ao observar que o consumo de roupas, alimentos, acessórios e cosméticos por influenciadoras digitais do nicho *fitness* indicam ser o meio para se atingir o desenho corporal almejado, e idealizado como belo, a partir do qual serão oportunizadas visitas a lugares paradisíacos, idas a determinados hotéis e restaurantes, construídas amizades com pessoas influentes e famosas, caracterizando, por fim, uma vida de luxo.

O mote do culto ao corpo na internet, reforçando o 'mito da beleza' e a padronização do conceito de belo (CRUZ, 2018; OLIVEIRA, 2018; VENTURINI *et al.*, 2020; WOLF, 2020; SILVA; FARIAS, 2022), reafirma a compreensão do conceito da objetificação do corpo como um capital social, sinônimo de *status* e poder (GOLDENBERG; RAMOS, 2002; GOLDENBERG, 2010).

Objetivando sintetizar a evolução dos significados atribuídos socialmente ao corpo gordo nos períodos históricos, foi construída a Figura 3.

Figura 3 – Evolução dos significados sociais atribuídos ao corpo gordo na história



Fonte: Elaboração própria.

Para além de toda a discussão supracitada, faz-se necessário compreender que, em paralelo à essas novas formas de pressão social ao corpo gordo, especialmente às mulheres gordas, exercidas durante as últimas décadas, registrou-se também o surgimento e a ascensão de movimentos que confrontam o 'mito da beleza', contrastando o ideal de um padrão único e universal de um corpo belo, em que são reforçados discursos de autoaceitação e da beleza plural dos vários arquétipos corporais (SOUSA JÚNIOR, 2020).

Frente a isto, percebe-se que o momento atual apresenta uma relevância significativa, uma vez que trata da discussão social acerca dos significados atribuídos ao corpo, especialmente o feminino, possibilitando possíveis mudanças e ressignificações num futuro próximo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa apresentou como objetivo traçar a evolução histórica dos significados sociais atribuídos ao corpo gordo a partir de uma revisão da literatura e conseguiu lograr êxito ao atingir resultados satisfatórios à essa construção evolutiva dos significados, representada visualmente de forma sintética na Figura 03.

A partir da discussão teórica levantada, fica notório que o corpo gordo que outrora já foi associado a conceitos positivos de saúde, fertilidade, riqueza e abundância, começou a passar por uma ressignificação no Século XVIII, momento em que se viu muita influência da mídia tradicional da época e o surgimento das empresas atreladas ao que se chama popularmente hoje como 'indústria da beleza', e quando este corpo começa a ser assimilado a conceitos pejorativos, como desleixo, preguiça, feiura e fracasso. Além disso, tendo em vista a história societal muito machista e patriarcal, as mulheres são as que mais sofrem pressões estéticas quanto ao seu arquétipo corporal.

Entretanto, tem-se percebido desde o fim do século XX e início do século XXI o surgimento de diversos movimentos sociais que debatem a autoaceitação corporal, tais como o *Body Positive* e o *Fat Pride*, que buscam trazer reflexões e ressignificações a esses pré-conceitos que são estabelecidos aos indivíduos por conta de seus arquétipos corporais.

Nesse sentido, compreende-se que este trabalho auxilia na ampliação e discussão deste tema, uma vez que ao apresentar uma síntese cronológica do pensamento e dos significados sociais acerca do corpo gordo, amplia a compreensão dos fatores preditivos e dos malefícios que tais significados podem causar à saúde física e mental e ao bem-estar dos indivíduos gordos.

Assim, é preciso, neste momento, não apenas refletir, mas também e principalmente unir forças para que seja possível a compreensão da diversidade das individualidades humanas e da pluralidade dos corpos, para que possa existir uma mudança de paradigma acerca da tratativa social do corpo como um objeto hipervalorizado, quando magro, e discriminado, quando gordo.

REFERÊNCIAS

AFONSO, J. G. O "American Way of Life na reconstrução da Europa no pós-guerra". **Relações Internacionais no Mundo Atual**, vol. 1, n. 18, 2015.

AIRES, A. B. "Sentidos do corpo gordo e da gordura na cultura material: 'além do visual, além do humano, e até mesmo além dos corpos'". **Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, vol. 33, 2021.

AIRES, A. B. **De gorda a plus size**: a moda do tamanho grande. São Paulo: Editora Estação das Letras e Cores, 2019.

BERGER, M. **Corpo e identidade feminina** (Tese de Doutorado em Antropologia). São Paulo: USP, 2006.

BORDO, S. **Unweareable weight**: Feminism, Western Culture, and the Body. California: University of California Press, 1993.

CRUZ, D. F. C. "O sacrifício do corpo: categorias de conhecimento sobre o cabelo crespo que transitam entre o Brasil e Moçambique". **Revista ODERE**, vol. 3, n. 6, 2018.

DEL PRIORE, M. **Histórias e conversas de mulher**. São Paulo: Editora Planeta, 2013.

ENTWISTLE, J. **The fashioned body**: Fashion, dress and modern social theory. New York: Wiley, 2015.

FORTH, C. E. **Fat**: A cultural history of the stuff of life. London: Reaktion Books, 2019.

FRIZZERA, M. P. **Consumo e Gênero**: Corpo e cirurgias estéticas na construção da identidade das mulheres brasileiras na sociedade de consumo (Dissertação de Mestrado em Direitos e Garantias Fundamentais). Vitória: FDV, 2018.

GOLDENBERG, M. "O corpo como capital: gênero, casamento e envelhecimento na cultura brasileira". **Revista Redige**, vol. 1, n. 1, 2010.

GOLDENBERG, M.; RAMOS, M. S. "A civilização das formas: o corpo como valor". *In*: GOLDENBERG, M. (org.). **Nu e vestido**: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Editora Record, 2002.

GRANDO, J. C. (org.). **A (des)construção do corpo**. Blumenau: Editora da FURB, 2001.

GRIECO, S. F. M. "O corpo, aparência e sexualidade". *In*: DUBY, G.; PERROT, M. (orgs.). **História das mulheres no ocidente 3**: Do renascimento à idade moderna. Porto: Edições Afrontamento, 1991.

JIMENEZ-JIMENEZ, M. L. "Gordofobia na moda plus size". **Signos do Consumo**, vol. 13, n. 1, 2021.

KOPES, S. **Conversando sobre o corpo**. Campinas: Editora Papirus, 1986.

LIPOVETSKY, G. **A terceira mulher**: permanência e revolução do feminino. São Paulo: Editora Cia das Letras, 2000.

MIRZOEFF, N. **Una introducción a la cultura visual**. Barcelona: Editora Paidós, 2003.

MORENO, R. **A beleza impossível**: mulher, mídia e consumo. São Paulo: Editora Ágora, 2008.

NECHAR, P. A. “Diversidade de corpos: a ascensão do corpo gordo através das artes, redes sociais e o movimento plus size”. **Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Joinville: Intercom, 2018.

OKE. “The Venus of Willendorf”. **Word History Encyclopedia** [2017]. Disponível em: <www.worldhistory.org>. Acesso em: 05/10/2022.

OLIVEIRA, V. A. **A corporeidade no ciberespaço**: estilo de vida, dor, sacrifício e feminilidades das mulheres na cultura do músculo (Tese de Doutorado em Educação Física). Brasília: UnB, 2018.

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

SANT’ANNA, D. B. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2014.

SILVA, A. M. “O corpo no mundo: algumas reflexões acerca da expectativa do corpo atual”. *In*: GRANDO, J. C. (org.). **A (des)construção do corpo**. Blumenau: Editora da FURB, 2001.

SILVA, M. J. B.; FARIAS, S. A. “Meu corpo, suas regras? Reflexões sobre grupos de referência e sacrifício percebido pelo consumidor fitness”. **Cadernos EBAPE**, vol. 20, n. 5, 2022.

SIMILI, I. G.; SOUZA, M. C. “A beleza das meninas nas ‘dicas da Barbie’”. **Cadernos de Pesquisa**, vol. 45, n. 155, 2015.

SOUSA JÚNIOR, J. H. “Fat Pride: O Movimento de Autoaceitação Corporal e seus Reflexos no Mercado de Moda Brasileiro”. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, vol. 2, n. 1, 2020.

SOUSA JÚNIOR, J. H.; MELO, F. V. S. “Moda ‘Só Para Maiores’: experiência de consumo de pessoas obesas em lojas especializadas de vestuário plus size”. **Revista Administração em Diálogo**, vol. 20, n. 3, 2018.

VALENTIM, P. P.; FALCÃO, R. P. Q.; CAMPOS, R. D. “O corpo nos estudos de consumo: uma revisão bibliográfica sobre o tema”. **Consumer Behavior Review**, vol. 1, 2017.

VASCONCELOS, N. A.; SUDO, I.; SUDO, N. “Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia”. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, vol. 6, n. 1, 2004.

VENTURINI, I. V. *et al*. “Musas fitness e a tríade corpo-consumo-felicidade”. **Movimento**, n. 26, 2020.

WOLF, N. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Editora Rosa dos Tempos, 2020.



BOLETIM DE CONJUNTURA (BOCA)

Ano V | Volume 14 | Nº 42| Boa Vista |2023

http://www.ioles.com.br/boca

Editor chefe:

Elói Martins Senhoras

Conselho Editorial

Antonio Ozai da Silva, Universidade Estadual de Maringá

Vitor Stuart Gabriel de Pieri, Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Charles Pennaforte, Universidade Federal de Pelotas

Elói Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima

Julio Burdman, Universidad de Buenos Aires, Argentina

Patrícia Nasser de Carvalho, Universidade Federal de Minas Gerais

Conselho Científico

Claudete de Castro Silva Vitte, Universidade Estadual de Campinas

Fabiano de Araújo Moreira, Universidade de São Paulo

Flávia Carolina de Resende Fagundes, Universidade Feevale

Hudson do Vale de Oliveira, Instituto Federal de Roraima

Laodicéia Amorim Weersma, Universidade de Fortaleza

Marcos Antônio Fávaro Martins, Universidade Paulista

Marcos Leandro Mondardo, Universidade Federal da Grande Dourados

Reinaldo Miranda de Sá Teles, Universidade de São Paulo

Rozane Pereira Ignácio, Universidade Estadual de Roraima