

“NÃO TEMOS O SEU TAMANHO”: A ESTIGMATIZAÇÃO E O PRECONCEITO AOS CORPOS GORDOS

Maria Clara Lima dos Santos (IC) Bruna Suruagy do Amaral Dantas (Orientador)

Apoio: PIBIC Mackpesquisa

RESUMO

Tendo em vista a ascensão da gordofobia, fenômeno social segundo o qual os sujeitos gordos são vistos como inferiores e desprezíveis simplesmente pelo fato de serem gordos, observamos que a vivência desses corpos é constantemente atravessada por diferentes intervenções. Seja no mundo social, no contexto médico ou nas relações interpessoais, o sujeito gordo enfrenta diferentes estigmatizações e preconceitos, além de uma constante vigilância em relação aos seus corpos, que diferem dos padrões sociais contemporâneos estabelecidos no que se refere às concepções de saúde e beleza. Sendo assim, neste trabalho, buscou-se analisar comentários de internautas em dois perfis de ativistas do movimento gordo na rede social Instagram com o intuito de examinar as formas de preconceito e estigmatização contra os corpos gordos que se disseminam nos espaços midiáticos das plataformas digitais. A análise dos comentários revelou o repúdio e o nojo dos internautas em relação ao corpo gordo, além de explicitar o estigma e os preconceitos vividos pelos sujeitos gordos. Notou-se, ainda, que os comentários gordofóbicos foram mais facilmente encontrados no perfil digital feminino do que no perfil digital masculino.

Palavras-chave: gordofobia, estigmatização, preconceito.

ABSTRACT

Considering the rise of the social phenomenon called fatphobia, where fat people are seen as inferior and despicable simply because they are fat, we observe that the experience of these bodies is constantly crossed by different interventions. Whether in the social, medical or in their interpersonal relationships, the fat individual faces different stigmatizations and prejudices, in addition to constant surveillance in relation to their bodies, as these differ from contemporary social standards established regarding health and beauty conceptions. Therefore, in this work, the main goal was to analyze comments from internet users on two profiles of activists of the fat movement on the social network Instagram, to examine the forms of prejudice and stigmatization against fat bodies that are disseminated in the media spaces of social media. The selected comments revealed the repudiation and disgust of internet users in relation to the fat body, in addition showed the stigma and prejudices experienced by fat subjects. It was also noted that the fatphobic comments were more easily found in the female digital profile than in the male digital profile.

Keywords: fatphobia, stigmatization, prejudice.

1. INTRODUÇÃO

O corpo é um elo primordial na relação do sujeito com o seu meio social e é um espaço passível de conflitos atrelados à existência. A construção da imagem individual é alterada por meio do reconhecimento e incorporação de padrões socioculturais que definem o que é a beleza e a norma a serem seguidas. Assim, a percepção dos sujeitos e a satisfação com sua imagem são moduladas por uma norma socialmente construída que no contexto contemporâneo cultua o corpo magro e esbelto, tornando-o uma referência estética. Nota-se que a internalização dos padrões sociais é alheia aos sujeitos, que são fortemente moldados por fatores externos. Desse modo, o corpo normal tornou-se o corpo excessivamente magro, enquanto os corpos com maior volume de gordura passam a ser vistos como perigosos pois são precursores de doenças, além de serem relacionados à falta de beleza e à disciplina. (SILVA et. al., 2018).

Com a predominância de um discurso social que valoriza o corpo magro e esbelto e, em contrapartida, subjuga e estigmatiza os corpos gordos, temos a ascensão de um fenômeno social denominado de gordofobia, que corresponde à discriminação sistemática da sociedade em relação às pessoas gordas. Tal discriminação envolve a estigmatização que, segundo Goffman (1963/2004), consiste em preconceções que ocasionam expectativas normativas baseadas em exigências sociais rigorosas. Neste caso, possuir um corpo magro seria uma dessas expectativas normativas no meio social contemporâneo. Essa discriminação sofrida pelo corpo gordo se explicita nas piadas e na hostilização ou se manifesta de maneira implícita na falta de representatividade de corpos gordos em revistas, novelas, filmes e na publicidade midiática. Conforme Paim (2019), a gordofobia inicia-se com a discriminação dos corpos gordos e pode culminar em comportamentos totalmente repulsivos à gordura e à ideia de engordar, além do desconforto diante de corpos fora do padrão estético vigente.

No cenário da América Latina, nos últimos 20 anos, observa-se uma escalada de pessoas com sobrepeso e obesas devido à industrialização, ao sedentarismo e a mudanças nos hábitos alimentares. Fundada em 1986, a Associação Brasileira para o estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica (ABESO) criou diretrizes para o combate ao que estudiosos definem como uma “epidemia não infecciosa”, utilizando-se de um discurso de “dimensão apocalíptica” em relação a obesidade e ao sobrepeso o que, em tese, fornece um respaldo para um enfoque nas ações comportamentais de cada indivíduo, considerado o único responsável pela saúde e autodisciplina para a manutenção do peso (PAIM e KOVALESKBI, 2020). A partir desse raciocínio, percebe-se que o atual discurso médico sobre a obesidade se consagrou devido ao que é moralmente aceitável, ou seja, se a norma é possuir um corpo magro e esbelto, o discurso médico encontra amparo nessa concepção para

vilanizar o corpo gordo. Dessa forma, a gordofobia ainda não é encarada como um preconceito, mas como uma questão de saúde. Conforme ressalta a própria diretriz da Abeso (2016), “a corpulência não é apenas uma enfermidade em si, mas o prenúncio de outras. A morte súbita é mais comum naqueles que são naturalmente gordos do que nos magros” (p. 10). Portanto, de acordo com Silva et. al (2018), a gordofobia passa a ser mascarada sendo justificada como uma preocupação com a saúde dos sujeitos. Apesar do disfarce, a gordofobia ainda ocasiona efeitos negativos para a saúde física e mental do indivíduo gordo, que se vê atravessado pelos campos biológico e simbólico os quais ressaltam que “mais importante do que ter saúde, é ter um corpo magro e esbelto - simbolizando controle/disciplina, e bonito, especialmente aos olhos dos outros” (p. 812).

Segundo Figueiredo, Nascimento e Rodrigues (2017), o discurso do culto ao corpo adquire um caráter disciplinar para docilizar os corpos. Partindo da ideia de docilização proposta por Foucault (1987), observamos uma vigilância reforçada em relação aos corpos gordos já que estes vão contra a ideia de um corpo dócil que pressupõe a utilidade, o consumo e o funcionalismo social. O autor define os corpos dóceis como aqueles que podem ser submetidos, utilizados e aperfeiçoados. Contudo, de acordo com Merleau-Ponty (2011), antes de ser um objeto, o corpo é uma forma de ser-no-mundo, o que significa que o ser humano vivencia o seu mundo por meio do corpo. Assim, o corpo é a ligação do sujeito com o mundo, sendo um fator central para a construção de sua identidade e autoestima (FERNANDES e BARBOSA, 2016).

A partir do pressuposto de que a vivência humana é obtida por meio do corpo, a vivência dos corpos gordos diferencia-se da vivência dos corpos magros ao ser atravessada por diferentes intervenções de variados âmbitos como o contexto social, o ambiente médico e as relações interpessoais que o indivíduo gordo estabelece durante sua vida. Nesses ambientes, é comum depararmos com conselhos ou questionamentos acerca da saúde desses corpos o que, em contrapartida, não existe na vivência dos corpos magros, que são constantemente vinculados à saúde e ao bem-estar, carregando a representação de “senha de sucesso” para a realização pessoal (FERNANDES, 2012). Como define Fernandes e Barbosa (2016), “há uma ordem social, há uma ordem corporal – e desvios a essa ordem” (p.73); consequente, o corpo gordo torna-se o desvio de uma ordem corporal atualmente.

É perceptível que existe uma necessidade de controle dos corpos que divergem do padrão e, a partir da expansão das mídias, em especial a internet, essa vigilância teve seu alcance ainda mais intensificado. (PESSOA e FIGUEIREDO, 2020). A mídia desempenha um papel relevante na disseminação de ideais no que se refere à ascensão social por meio do corpo, produzindo sentidos sociais que circulam no cotidiano dos sujeitos e se tornam

parâmetros para a construção da autoimagem (TEO, 2010). Com sua presença cotidiana e seu poder simbólico, a mídia divulga as últimas tendências tecnológicas e científicas que prometem a conquista imediata do corpo perfeito, com soluções mágicas e instantâneas mediante o consumo dos produtos e serviços oferecidos pela indústria da beleza (FIGUEIREDO, NASCIMENTO e RODRIGUES, 2017). Dessa forma, o corpo gordo encontra-se em uma situação repleta de coerções sociais por meio da mídia e do consumo, fazendo com que a repressão aos corpos gordos se intensifique. Tal repressão possui suporte em um ideal de beleza que impulsiona esses indivíduos ao consumo imediato de artifícios capazes de modificar instantaneamente seus corpos.

O imediatismo é característica intrínseca ao sistema neoliberal capitalista em consonância com a promoção do consumo e a individualização dos sujeitos. Há, portanto, uma correlação entre os conceitos promovidos por um sistema econômico que impregna o tecido social e atravessa a relação dos indivíduos com seus corpos. A gordura passa a ser associada a uma falência moral e comportamental de caráter individual, que pode ser combatida por meio de soluções fáceis e úteis ofertadas pelo sistema neoliberal e midiático para que os corpos sejam moldados ao gosto do consumidor. Com a presença da publicidade e o incentivo à constante aquisição de diferentes produtos e serviços, observamos a massificação do consumo. O indivíduo passa a consumir o que é propagado pela mídia com a expectativa de que lhe trará uma realização pessoal (SANTOS et al., 2019). A modificação corporal, embasada em um parâmetro midiático, promove uma homogeneização das identidades e características dos sujeitos, além de transformar o corpo em objeto de consumo. (TEIXEIRA, FREITAS e CAMINHA, 2012).

O corpo, apresentado pelas peças publicitárias, torna-se um objeto de investimento, sendo construído e reconstruído incessantemente por intermédio de cirurgias plásticas, prescrições alimentares e variados procedimentos estéticos já que a mídia impulsiona a criação de identidades temporárias e o consumo de produtos que fornecem ao consumidor uma identificação com determinado grupo (SANTOS et al., 2019). Aqueles que não se adequam à norma idealizada pela mídia acabam sendo marginalizados e, do ponto de vista médico, são os pacientes que precisam ser “colocados na linha” e disciplinados. A disciplina corporal impõe uma espécie de doutrina moral sendo regulada pelos próprios sujeitos. Dessa forma, quanto mais intensas se tornam as exigências disciplinares, mais os sujeitos procuram exibir qualidades estéticas por meio da aparência corporal para se afirmarem como sujeitos disciplinados e coerentes. (TEIXEIRA, FREITAS e CAMINHA, 2012).

Assim, a imagem corporal do indivíduo gordo é atrelada à preguiça, à fraqueza e a uma imensa falta de força de vontade para mudar a sua aparência e conquistar a magreza,

na qual o corpo torna-se a capacidade de desempenho do sujeito de ser bem-sucedido em sua vida pessoal (VASCONCELOS, 2004). Aqueles que fracassam estão indo contra a norma e abandonando os ideais de sucesso e passam a ser encarados de forma pejorativa.

Com a facilidade de consumir os produtos que trarão a boa forma e consequentemente a saúde, o corpo passa a ser moldado como um projeto único e individual adaptando-se aos desejos dos sujeitos (FERNANDES e BARBOSA, 2016). Os magros são aqueles que lutam pelo aperfeiçoamento corporal, seguindo dietas restritivas e modas alimentares que carregam as últimas tendências, visando a “desintoxicação” do corpo, reforçando o imaginário social de que o corpo magro é saudável e “limpo” enquanto o corpo gordo seria doente e “intoxicado” (SOUSA, SANCHES, 2018). Lutar pela magreza passa a ser um atributo indispensável para atingir o sucesso, ou nas palavras de Teixeira, Freitas e Caminha (2012), “dominar o corpo representa poder e autoconhecimento” (p. 6).

A indústria da beleza na contemporaneidade está munida de diferentes artefatos para a modificação corporal e a conquista do corpo magro e belo. Os indivíduos esperam que seus corpos sejam modificados continuamente e quase que instantaneamente (ZORZAN, CHAGAS, 2011). Em razão da disseminação midiática das novas técnicas, que difundem promessas e despertam desejos, é comum que as pessoas gordas recorram a procedimentos cirúrgicos, estéticos, alimentares ou programas de exercício físico para moldarem seus corpos de acordo com a beleza idealizada. “A gordofobia serve ao capitalismo, haja vista que a indústria da dieta lucra com a promessa de acesso à magreza tão (publicitariamente) sonhada, por meio de produtos light, remédios de emagrecimento, academias, clínicas estéticas e intervenções cirúrgicas [...]” (PAIM, 2019, p. 02). Vimos, portanto, a construção de um “corpo simulação” envolto em diferentes técnicas e artifícios para atingir a beleza. (FERNANDES e BARBOSA, 2016).

Tendo a gordofobia como possível agente de danos à saúde física e mental dos sujeitos que são estigmatizados, o objetivo geral do presente trabalho consiste em examinar as formas de preconceito e estigmatização contra os corpos gordos que se disseminam nos espaços midiáticos das redes sociais. Para alcançar o entendimento do referido fenômeno, serão analisados os comentários de internautas em postagens de ativistas contra a gordofobia. Como objetivos específicos, propomos: 1) investigar o processo de difusão dos preconceitos e estigmas nas plataformas digitais; 2) identificar as manifestações de ódio que se evidenciam nos comentários; 3) entender o impacto da gordofobia na relação dos indivíduos com seus corpos e os corpos alheios; 4) discutir o sofrimento dos indivíduos gordos em decorrência dos estigmas sociais; 5) estudar como operam os preconceitos nas interações midiáticas, destacando sua circulação nos processos comunicativos.

Cabe ressaltar que, neste trabalho, não será discutida a questão da obesidade, um fenômeno complexo que merece uma investigação aprofundada e exclusiva. A temática central da pesquisa limita-se à exploração do fenômeno da gordofobia e não busca explorar a definição e as causas da obesidade ou suas eventuais consequências na vida dos sujeitos obesos ou seus reflexos na saúde pública.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Goffman (1963/2004), o corpo social estabelece os meios de categorizar os sujeitos que o compõem a partir de atributos considerados socialmente comuns e incomuns. Essas categorizações são efetuadas para que os relacionamentos interpessoais sejam previsíveis, isto é, para que possam ser estabelecidos sem reflexão prévia, prescindindo de atenção e cautela. Dessa forma, “quando um estranho nos é apresentado, os primeiros aspectos nos permitem prever a sua categoria e os seus atributos, a sua ‘identidade social’. Baseando-nos nessas concepções, nós as transformamos em expectativas normativas, em exigências apresentadas de modo rigoroso” (GOFFMAN, 1963/2004, p.05).

Nesse processo de atribuição de identidades, realizamos afirmativas relacionadas ao modo como o sujeito deveria ser ou como deveria se portar. Quando não atende a essas expectativas, ele é definido como uma espécie desprezível, sendo tratado como “uma pessoa estragada e diminuída” (GOFFMAN, 1963/2004, p.06). Quando esses sujeitos são reduzidos a somente uma característica que os diferencia dos demais e os define por completo, temos o estabelecimento do estigma, cujo principal efeito é gerar o descrédito. Cabe salientar que o estigma também pode ser compreendido como uma fraqueza ou uma desvantagem, sendo utilizado para se referir a atributos depreciativos.

Dentre os estigmas, podemos ressaltar aqueles que são relacionados às abominações do corpo e deformidades físicas; nesse caso, o indivíduo passa a ter uma característica corporal que concentra a atenção alheia e afasta do olhar do outro os demais atributos que não estão associados a esse estigma. Não são todos os atributos físicos que são ressaltados, mas sim aqueles que se encontram divergentes dos estereótipos criados socialmente. Aqueles que agora são estigmatizados tentam se adequar ao que é esperado socialmente para que sejam considerados “normais”, já que os indivíduos que carregam essas marcas corporais tornam-se uma “espécie menos desejável” (GOFFMAN, 1963/2004, p.6).

As ações dirigidas aos sujeitos estigmatizados fazem com que eles sejam vistos como menos humanos e, a partir desse raciocínio, eles sofrem variadas discriminações que podem

inclusive reduzir suas chances de vida. Cria-se uma ideologia que visa explicar a inferioridade desses sujeitos estigmatizados e marcados corporalmente, e essa mesma ideologia busca dar conta da periculosidade que esses indivíduos oferecem às normas sociais. Podemos relacionar tal premissa ao pavor e discriminação contra os corpos gordos que são vistos como uma ameaça à coesão social imputada pela mídia e pelo discurso médico contemporâneo.

Goffmann (1963/2004), afirma ainda que o estigma surge onde existe alguma expectativa de que aqueles que se encontram fora da “normalidade” busquem não apenas suportar a norma social, mas também cumpri-la. Assim, a fim de cumprir as normas socialmente impostas, os indivíduos realizam modificações - neste caso modificações corporais - visando atingir as expectativas normativas que muitas vezes podem ser extremas, o que nos leva a refletir sobre os impactos da estigmatização na vida dos sujeitos.

O estigma, portanto, é uma forma de controle social, pois exerce a função de definir e classificar os sujeitos, partindo da noção geral de que se deve “(...) chamar ‘destoante’ a qualquer membro individual que não adere às normas, e denominar ‘desvio’ a sua peculiaridade” (GOFFMAN, 1963/2004, p.119). Ao discriminar, a estigmatização gera a separação, em categorias, das pessoas que compõem determinada sociedade, e tudo aquilo que não atende aos ideais de “normalidade” passa a ser visto como algo maléfico, que necessita ser combatido. Com a categorização dos sujeitos, o estigma fornece respaldo à criação de uma identidade social virtual, ou seja, uma imagem criada em relação aos sujeitos estigmatizados que não necessariamente corresponde à realidade.

Já quando incluímos os atributos que são de fato pertencentes aos sujeitos, estamos falando da identidade social real; porém, os atributos verdadeiros que compõem essa identidade dos sujeitos estigmatizados são extremamente anulados, já que a imagem do estigmatizado é uma imagem deteriorada e abominável. A sociedade dos “normais” passa a apagar as individualidades, determinando o modelo que convém à manutenção do poder, subjugando todos aqueles que se distinguem desse ideal. Portanto, segundo Goffmann (1963/2004), o diferente assume o caráter de nocividade ao status quo, ficando à margem da sociedade e, para deixar de ser marginalizado, precisa cumprir aquilo que a sociedade determina como normal e aceitável.

O meio social, por conseguinte, passa a realizar um esforço constante para manter a efetividade do discurso simbólico e a manutenção do poder. Em vista disso, outro fenômeno socialmente difundido que acaba reforçando este controle é o preconceito, que define os sujeitos por meio de uma opinião, crença ou juízo, concebidos sem exame crítico. Segundo Heller (1970/2016), as classes dominantes passam a mobilizar preconceitos que apelam à

particularidade dos sujeitos e que, por conta do comodismo e do conformismo, geram uma fácil mobilização social. Isto quer dizer que em nome da coesão social que beneficia as classes dominantes, os preconceitos ocupam um espaço central por conta do seu caráter irreflexivo. Como argumenta a autora, o preconceito faz parte da vida cotidiana e corresponde a um tipo de pensamento que determina uma forma específica de comportamento e possui caráter ultrageneralizador, visando orientar a conduta individual.

A ultrageneralização pode ser atingida de duas formas: por meio de estereótipos produzidos socialmente e assumidos por cada indivíduo ou por intermédio de pensamentos e comportamentos que nos são ensinados no ambiente em que vivemos. A autora ressalta que as ultrageneralizações muitas vezes não são submetidas à análise crítica e, quando isso acontece, leva-se um período considerável até que alguma reflexão seja desenvolvida. Dessa forma, é possível que gerações inteiras permaneçam sem problematizar os estereótipos estabelecidos e, em contrapartida, em momentos mais dinâmicos da história humana, certas problematizações podem aparecer várias vezes em uma só geração.

Entretanto, a ultrageneralização é inevitável e caracteriza a estrutura da vida cotidiana, já que somos forçados a exercer uma avaliação rápida de probabilidade em relação às ações e eventos cotidianos. Tentamos prever os eventos que ocorrem no dia a dia para economizarmos tempo e efetuarmos as ações diárias, sem que seja possível realizar análises sistemáticas da realidade, visto que o cotidiano requer agilidade, pragmatismo, imediatismo e automatismo. Conforme Heller (1970/2016), “somos obrigados a realizar atividades tão heterogêneas que não poderíamos viver se nos empenhássemos em fazer com que nossa atividade dependesse de conceitos fundados cientificamente” (p.55). O caráter provisório das ultrageneralizações busca antecipar alguma atividade e nem sempre, na prática, essa ideia probabilística será confirmada. Assim, os juízos cotidianos diferem-se das premissas científicas, as quais podem ser confirmadas ou refutadas, quando submetidas ao método científico. As crenças cotidianas, em contrapartida, tendem a se consolidar e se cristalizar. Dessa forma, o preconceito é um tipo particular de ultrageneralização que se baseia na fé.

Heller (1970/2016) caracteriza o preconceito como um juízo permanente, que persiste aos argumentos da razão, ignora as refutações da ciência e despreza os apelos da experiência, mantendo-se inabalável em virtude de sua dimensão afetiva. O afeto que solidifica o preconceito é a fé, a qual se opõe ao saber, porque resiste à razão, à ciência e ao pensamento. É refratária à análise crítica do preconceito, contribuindo sistematicamente para mantê-lo inalterado. A fé converte o juízo provisório em uma estrutura permanente, um dogma irrefutável, uma verdade absoluta. Esse afeto sedimenta o preconceito, tornando o indivíduo impermeável a qualquer forma de reflexão, impedindo-o de enxergar as contradições da

crença e predispondo-o à intolerância. Os preconceitos estão inseridos na vida cotidiana e, para compreendê-los, é necessário levar em conta os traços da cotidianidade, a saber: seu caráter momentâneo, as motivações efêmeras, o ritmo fixo e repetitivo, a regularidade das ações e a forma de vida rígida. Ademais, os preconceitos podem ser tanto individuais como sociais, porém em sua maioria são sociais, pois se constituem no universo de cada cultura, nas interações intersubjetivas e nos espaços informais de convivência.

Ainda nessa esfera de interações humanas sem a reflexão crítica Crochik (1996), define que o preconceito atribui características e julgamentos que são supostamente inseparáveis do objeto, mas na verdade não o são, acarretando uma visão deturpada do objeto real. A generalização de características também contribui para a concretização do preconceito já que impede o contato com o singular, que passa a ser ofuscado pelo preconceito, culminando na criação de estereótipos, conforme o próprio autor define “as relações pessoais dos preconceituosos se dão através de categorias que permitem classificar os indivíduos, o que impede que a experiência individual possa se contrapor ao estereótipo”. (p.48). Cabe-nos realçar que os estereótipos segundo o autor são propriedades fixas dirigidas a um conteúdo, que nascem da cultura dentro do processo de adaptação da humanidade com a natureza e que são capazes de substituir e/ou alterar a experiência social do indivíduo.

O preconceito não é desfeito pela experiência já que o objeto de preconceito é previamente apresentado socialmente e, por consequência, a percepção e a reflexão sobre a experiência direta com o objeto já estão impossibilitadas. Com isso, podemos definir o preconceito como sendo uma forma de reação hostil e de estranheza em relação ao objeto estereotipado que é apresentado em determinado contexto. Por fim, temos que quando a realidade não é apresentada de maneira diversificada, percebemos um impedimento do livre movimento da consciência humana que poderia ser capaz de enfrentar uma variedade de sofrimentos existentes. Observamos uma relutância em encarar aquilo que é distinto e singular enquanto há uma adoção ao comodismo de reproduzir concepções e estereótipos. De acordo Crochik (1996), é o pensamento crítico o melhor antídoto contra o preconceito. Buscando atenuá-lo, faz-se necessário o favorecimento da experiência e da razão.

3. METODOLOGIA

O objetivo proposto neste projeto foi contemplado por meio de uma pesquisa documental, que analisou os comentários de usuários da internet em postagens da plataforma Instagram que abordaram o tema da gordofobia. A partir do discurso midiático, que foi utilizado como meio para desenvolver a pesquisa e que funciona como propulsor para a manutenção dos ideais de beleza preconizados socialmente, se discutiu a gordofobia.

Segundo Kripka (2015), os estudos qualitativos se propõem a compreender um fenômeno em seu ambiente, ou seja, investigar onde esses fenômenos ocorrem, em que condições se realizam e o local de que fazem parte. De acordo com a autora, a análise documental é um tipo de estudo qualitativo que utiliza documentos que não foram sistematicamente analisados. Nesse tipo de metodologia, desenvolve-se um exame amplo e intenso de diversos materiais que não foram submetidos a nenhum trabalho de análise ou, ainda, que são passíveis de reavaliações, na busca de novas interpretações ou de informações complementares.

Conforme Gil (2002), as fontes de uma pesquisa documental são diversas, podendo incluir o que o autor denomina de documentos “de primeira mão”, que não receberam nenhuma forma de tratamento analítico, como os documentos de órgãos públicos e instituições privadas (igrejas, associações científicas, partidos políticos, etc). Dentre as fontes “de primeira mão”, ainda é possível acrescentar as cartas pessoais, diários, fotografias, memorandos e gravações, além dos conteúdos publicados nas mídias e redes sociais, os quais não foram tratados analiticamente e, por isso, são valiosas fontes de pesquisa documental. Os documentos de “segunda mão”, por sua vez, são aqueles que de alguma forma foram analisados, por exemplo, obras acadêmicas, publicações científicas, relatórios de pesquisa, tabelas estatísticas, etc.

Gil (2002) apresenta algumas vantagens da pesquisa documental, entre elas, a fonte rica e estável de dados, o baixo custo – demanda-se do pesquisador uma disponibilidade maior de tempo em vez de recursos financeiros –, e por fim, a vantagem de não exigir contato com os sujeitos de pesquisa, já que o estabelecimento desse contato pode comprometer a qualidade das informações, dadas as circunstâncias em que a coleta de dados foi realizada.

Por outro lado, algumas desvantagens desse método incluem a não-representatividade e a subjetividade dos documentos utilizados; contudo, levando em conta esse cenário, cabe ao pesquisador encontrar meios para contornar tais desvantagens. Em alguns casos, em relação à representatividade, os pesquisadores utilizam um número elevado de documentos e selecionam alguns deles aleatoriamente. Já em relação à objetividade, que seria o problema mais crítico desse método, segundo Gil (2002), cabe ressaltar que essa condição é relativamente presente em quase toda investigação social. Por isso, é de suma importância que o investigador considere as mais variadas implicações em relação aos documentos de pesquisa antes de definir o desenho metodológico do estudo e de propor uma conclusão definitiva.

Gil (2002) ressalta que as pesquisas documentais são importantes porque não buscam responder definitivamente a um problema, mas procuram oferecer uma visão ampla do problema ou, então, fornecer hipóteses que “conduzam a sua verificação por outros meios.” (p. 47).

Utilizando-se da pesquisa documental, o presente trabalho analisou dois perfis escolhidos na rede social Instagram – de uma mulher e de um homem – que fazem parte da militância gorda ou do movimento “body positive”, que em uma tradução literal do inglês significa “corpo positivo”, por meio do qual se incentiva um olhar positivo sobre os corpos, independentemente de sua forma, não os subjugando aos padrões estéticos inatingíveis, estabelecidos socialmente.

As duas páginas escolhidas para a análise são perfis abertos ao público e fazem parte da rede social. Os administradores das páginas são ativistas do movimento gordo no Brasil e possuem milhões de seguidores que acompanham os relatos de autoaceitação corporal, além de consumirem os conhecimentos compartilhados pelos ativistas sobre o que é a gordofobia, como ela se manifesta socialmente e como combatê-la por meio de reflexões críticas sobre o preconceito aos corpos fora do padrão.

A presente pesquisa segue as diretrizes propostas pela resolução nº 510, de 7 de abril de 2016, do Ministério da Saúde e do Conselho Nacional de Saúde, que determinam que a pesquisa de opinião pública não deve ser submetida ao comitê de ética quando preservada a identidade dos participantes. Conforme o artigo primeiro, “(...) não serão registradas nem avaliadas pelo sistema CEP/CONEP: I - pesquisa de opinião pública com participantes não identificados; II - pesquisa que utilize informações de acesso público, nos termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011” (BRASIL, 2016).

Ao todo, foram selecionadas 5 postagens em cada perfil e reunidos 50 comentários em cada uma das postagens, totalizando 250 comentários. Os discursos selecionados foram aqueles em que o autor ou os autores apresentam um posicionamento gordofóbico e/ou que explicitem a gordofobia. Cabe ressaltar que foram priorizados os comentários com mais curtidas e interações. Após a seleção desses comentários, teve início o tratamento analítico dos dados, que contou com a metodologia Análise de Conteúdo. Segundo Bardin (2011), a Análise de Conteúdo é um conjunto de recursos metodológicos sutis, que estão em constante aperfeiçoamento e possibilitam a interpretação dos sistemas simbólicos. Esses recursos podem ser aplicados a discursos variados e possuem uma hermenêutica controlada, fundamentada na dedução e na inferência.

Esse sistema metodológico é constituído de três etapas. Uma delas é a pré-análise, na qual devemos organizar os dados coletados, avaliando o que faz sentido de acordo com a pesquisa e, também, definir o que ainda precisa ser coletado e o que é adequado ao objetivo do estudo. Posteriormente, temos a segunda fase que consiste na exploração do material, a qual se caracteriza pelas etapas de codificação e categorização e, por fim, a fase de tratamento dos resultados obtidos e sua interpretação.

A interpretação dos resultados pode ser feita por meio da inferência que, conforme a autora, “apoia-se nos elementos constitutivos do mecanismo clássico da comunicação: por um lado, a mensagem (significação e código) e o seu suporte ou canal; por outro, o emissor e o receptor” (BARDIN, 2011, p. 165). Nesta fase, é importante atentar-se para quem é o emissor e produtor da mensagem, quem recebe a mensagem (podendo ser o indivíduo ou um grupo), a mensagem em si e o “médium”, ou seja, o canal por onde a mensagem foi enviada.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

A análise dos comentários dos internautas nas publicações selecionadas revelou um forte repúdio ao corpo gordo, além de explicitar um sentimento de nojo em relação a esses corpos. Paim (2020) afirma que a gordofobia desvaloriza as pessoas gordas e gera situações degradantes a esses sujeitos, promovendo a segregação do corpo gordo em relação aos corpos tidos como “normais”. Nesse sentido, observam-se repetidamente comentários como “Credo”, “Horível”, “Que nojo”, “Vou vomitar”, “Não conseguiria nem me olhar no espelho” e “Deveria ser proibido um negócio desses, meus olhos sangram!”.

Além do repúdio explícito ao corpo gordo, tais comentários apresentam uma forte característica do estigma: as abominações corporais, destacadas por Goffman (1963/2004). No caso da gordofobia, a gordura corporal passa a ser uma característica que evidencia a inferioridade dos sujeitos gordos, os quais são subjugados simplesmente por serem gordos. A análise dos comentários também trouxe à tona uma percepção dos internautas de que os corpos gordos são considerados deformados, o que se verifica nas afirmações a seguir: “Meu Deus que corpo deformado”, “Que coisa bizarra”, “Isso não é um corpo livre, é um corpo deformado”, “Que corpo mais deformado é esse?”, “Que negócio horrível”. Nesse sentido, podemos observar a repulsa aos corpos gordos e um desconforto tangível dos internautas com a publicização desses corpos, classificando esses sujeitos como seres maléficos e destoantes da normalidade, qualificativos que compõem o estigma das abominações corporais proposto por Goffman (1963/2004).

Não atendendo à normalidade do corpo magro, os sujeitos gordos são vistos como desviantes do padrão e, por isso, precisam ser combatidos, excluídos e/ou modificados. Na

busca pela constante categorização social, o corpo gordo é definido como doente e, por essa razão, é inaceitável. Os apelos aos riscos da obesidade à saúde e aos postulados biomédicos são justificativas mencionadas com recorrência, que servem para ocultar as marcas do estigma e da intolerância, conferindo certa razoabilidade aos discursos compartilhados. Os comentários que mais se repetem nesse sentido são os seguintes: “Seu corpo é um corpo doente”, “Nada saudável”, “Tem que fazer campanha para gordo emagrecer”, “Vai se cuidar”, “Doença agora é moda”, “Não romantize que o excesso de peso é normal, isso pode te causar diabetes, colesterol alto, varizes, uma série de complicações. Eu acho que a verdade é que você não consegue ter disciplina e emagrecer”, “Obesidade mata!”, “Incrível que as pessoas acham isso lindo, uma pessoa doente, horrível essa sociedade”, “Influencer de doença”.

Com a associação do estigma aos corpos gordos, que não seguem os parâmetros sociais idealizados, identificamos ainda o preconceito em relação a esses sujeitos. Heller (1970/2016) define o preconceito como um juízo permanente, no qual não há espaço para a reflexão crítica. Portanto, um dos efeitos do processo de disseminação e consolidação dos padrões ideais de beleza é o preconceito em relação à imagem do sujeito gordo, que se concretiza no imaginário coletivo, impedindo que reflexões sejam desenvolvidas em torno dessa temática. O preconceito que se instala é mantido por um afeto – a fé – que torna a crença impermeável aos argumentos da razão, da ética e da experiência, atuando como uma verdade absoluta e irrefutável. O indivíduo gordo, produzido pela discrepância e inadequação do corpo à norma social, é visto exclusivamente a partir da qualidade depreciada, que passa a defini-lo em sua totalidade e ganha contornos generalizantes. Vê-se um processo de diferenciação entre aquilo que é aceitável e aquilo que é rejeitado pelo tecido social de forma quase automática, dando ênfase às ultragenerealizações (Heller/1970/2016) em relação ao corpo gordo.

Por conseguinte, o sujeito gordo necessita buscar sua integração social e a dissociação em relação ao estigma. O sofrimento em ser gordo e ser excluído do meio social é tratado como uma questão de escolha. Apesar de constantemente a sociedade atrelar a gordura à doença, no caso dos sujeitos gordos, ser doente é transformado em mera escolha individual, considerado uma condição daqueles que demonstram “falta de controle e disciplina”, que não possuem “força de vontade”. Os internautas comumente descrevem os sujeitos gordos como “relaxados”, “preguiçosos” e “descuidados”.

Esses estigmas foram notoriamente encontrados nos comentários a seguir: “Relaxada, tem preguiça de emagrecer”, “Tem preguiça de fazer dieta”, “Toma vergonha e se cuida”, “Quem se ama, se cuida, e isso não é cuidado!”, “Ela não consegue emagrecer e vem com esse papo de aceitação”, “Não dá pra aceitar um corpo assim que pode te matar”, “Se ame enquanto ainda pode, duvido durar muito tempo”. É com base nos estigmas que convertem o

corpo gordo em um corpo doente e moralmente fracassado que o meio social encontra suas bases para invadir as vivências desses corpos, deslegitimá-los, isolá-los no mundo privado e exigir deles obediência sistemática às regras sociais a fim de livrá-los do estigma da gordura corporal e torná-los aptos a ocupar a cena pública, alcançando, assim, visibilidade, reconhecimento e existência (ARENDR, 1999).

Dessa forma, a gordofobia é vista como uma questão de saúde e não como um modo de estigmatização ou preconceito aos corpos gordos. Esse tipo de preconceito na contemporaneidade é mais aceito devido ao discurso médico que escamoteia o ódio intrínseco aos estigmas sociais e, dessa maneira, legitima as formas hostis de discriminação. A apologia à vida saudável “associa a magreza ao cuidado com o corpo, motivo pelo qual o corpo magro é considerado garantia de saúde e, por consequência, é visto como adequado/normal.” (PAIM, 2020).

Sem reflexão crítica acerca do preconceito a esses corpos, a gordofobia se naturaliza e torna-se aceitável pelos demais sujeitos de dada configuração social. Crochik (1996) argumenta que o preconceito cria categorias que definem os sujeitos e reforçam sua depreciação; com base nessa premissa, observamos que o senso comum hostiliza o corpo gordo, encaixando-o em categorias de preguiça e desleixo. Além de construir estereótipos que são reforçados diariamente pela publicidade, pelo discurso médico e pela ideologia midiática, o preconceito também impede o contato com o singular. Por isso, a falta de contato com o corpo gordo tido como corpo “diferente” causa um silenciamento das pessoas gordas e de suas vivências.

Na sociedade atual, “a beleza passa a ser ‘democratizada’, na medida em que se pode comprá-la no mercado” (MATTOS e LUZ, 2009, p.502). É justamente por ser algo alcançável por meio do consumo, que o corpo ideal passa a ser visto como um símbolo da vontade individual. O corpo, agora tratado como mercadoria, torna-se um objeto passível de reformulações; o corpo gordo que antes era “anormal” e “doente” pode transformar-se no corpo magro, “normal” e “saudável”. A responsabilidade com o corpo é cada vez mais pertencente ao próprio sujeito e é ele quem deve vigiar e controlar seus comportamentos, visando o seguimento da norma social e ambicionando o sucesso e a realização pessoal pela conquista do corpo magro.

Evidentemente, junto com o preconceito ao corpo gordo, sua patologização e estigmatização, os comentários abertamente expressam uma vigilância e controle social em relação ao sujeito gordo. Tal aspecto se verifica em comentários como “Gosta tanto de dançar, deveria emagrecer dançando”, “Cadê a academia?”, “Você não acha que um corpo malhado é bem melhor?”, “Você está cada vez maior”, “Cada dia que vejo você cresce mais um pouco”,

“Vai explodir”, “Desculpe, mas ela não pode estar satisfeita com o corpo dela”, “Não é possível que alguém desse tamanho se olhe no espelho e goste do que vê, que esteja realmente satisfeito com esse corpo, chega a ser bizarro”, “O mundo já está pequeno demais para você”, “Daqui a pouco não cabe mais no Brasil”.

É importante ressaltar que os comentários analisados foram mais facilmente encontrados no perfil da mulher selecionada para essa pesquisa do que no perfil masculino. Com o corpo incessantemente exposto ao olhar social, não podemos deixar de refletir que o machismo ainda é um fenômeno estruturante que prevalece nas relações dos sujeitos com o mundo e com seus próprios corpos. A mulher como alguém que precisa constantemente “se dar o valor” também precisa estar atenta aos “quilos a mais”, já que o corpo gordo a torna indesejável e cada vez mais distante do “sucesso”. Além de uma vigilância corporal feita pela própria mulher para garantir que seu peso e sua aparência estejam de acordo com a norma, a sociedade também a submete a um contínuo olhar avaliativo e punitivo a fim de que seu corpo não fuja às formas que lhe são previstas. (ARRUDA, 2021).

As mulheres são orientadas a ter o sonho de “comer sem engordar” e a seguir diversos truques para “esconder a barriga” ou alcançar um emagrecimento de maneira rápida. Ademais, a mulher magra determina uma vida de sucesso, representando modelos bem-sucedidos na carreira e na vida amorosa ao passo que uma mulher gorda é vista apenas como um alívio cômico, modelo tão reforçado pela mídia. Somado ao caráter cômico, a mulher gorda é vista como aquela que não tem prestígio profissional nem alcança satisfação amorosa, sendo retratada como a “solteirona” (ARRUDA, 2021).

Como se pôde perceber, nos comentários selecionados para o presente trabalho, a referência ao corpo gordo é impregnada de estigmas relacionados à preguiça, ao desleixo, à falta de cuidado e, sobretudo, à doença. Ademais, os comentários expressam um forte culto à magreza e ao atingimento do corpo ideal, o que se evidencia nas frases a seguir: “Vou para academia para não acabar assim um dia”, “Me incentivando a comer pouco”, “Minha inspiração para continuar fazendo dieta”, “Ela me inspira a ir todo dia para a academia e não ficar desse tamanho”, “Minha inspiração! Ir para academia todo dia e lutar para emagrecer”. Quando os sujeitos gordos aparentam estar mais próximos do padrão considerado ideal, são incentivados e passam a ser elogiados pela “conquista” do emagrecimento: “Você parece estar mais magra! Está de parabéns!”, “Está mais magra ou é impressão minha? Continue assim que está tendo progresso”. A hostilidade é substituída pelo reconhecimento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o presente trabalho, buscou-se elucidar a questão da estigmatização e do preconceito aos corpos gordos a partir das postagens e comentários publicados na rede social Instagram. Tais comentários também trouxeram à tona as questões do consumismo e do culto à magreza, que parecem ser fatores indissociáveis quando se trata da discussão da gordofobia. Foi notório que a gordofobia está muito mais relacionada ao corpo feminino do que ao corpo masculino, considerando-se a facilidade de encontrar mais comentários gordofóbicos no perfil feminino do que no perfil masculino. Dessa forma, entende-se que a ciência deve se dedicar a futuras produções que analisem o fato de os padrões sociais de beleza serem mais presentes na vida das mulheres. Enquanto os homens aparentam sofrer menos com as normas estéticas e, em especial o ideal de magreza, as mulheres precisam se reinventar a todo momento e consumir incessantemente produtos que as tornem um “objeto desejável”, já que como gordas são inseridas em caricaturas como a de “solteironas” e “desajustadas”.

O preconceito contra o corpo gordo, tão enraizado socialmente, parece ter uma saída e um espaço de reflexão a partir do contato social com a vivência dos sujeitos gordos, realçando suas histórias, sentimentos, percepções e reforçando que essas pessoas são muito mais do que um mero estigma. Dessa forma, a mídia, em especial as plataformas digitais, podem reforçar e compartilhar discursos que combatam o culto da magreza e proporcionem o contato dos sujeitos com diferentes formas corporais que desafiam as normas impostas. Ademais, essas reflexões críticas podem elaborar considerações analíticas acerca do sistema capitalista neoliberal e do modo como tal sistema tem abordado o que é considerado “saudável”.

Por fim, é preciso salientar que os corpos gordos são corpos que merecem respeito e merecem ser vividos em sua singularidade, sem que seu espaço seja invadido e controlado por agentes externos que fazem esses sujeitos se sentir culpados por serem quem são e os impelem a buscar maneiras de se adequar aos padrões sociais, custe o que custar. Discutir o preconceito, a estigmatização e a marginalização do corpo gordo é essencial para que esses e todos os corpos sejam de fato livres. A estigmatização da gordura impede que os sujeitos vejam os seus corpos para além de um corpo mercadoria ou de um corpo espetáculo. É justamente por isso que a desconstrução do preconceito ao corpo gordo é capaz de contribuir para uma vida que seja realmente saudável e que possibilite aos sujeitos a vida em harmonia com o que se é de fato, não importando o seu tamanho para determinar sua realização social e pessoal.

6. REFERÊNCIAS

ARAUJO, Flávia Maria et al. Obesidade: possibilidades de existir e práticas de cuidado. **Saúde e sociedade**, São Paulo, v. 28, n. 2, p. 249-260, jun. 2019. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902019000200020&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 13 dez 2020.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. São Paulo: Editora Forense Universitária, 1999.

ARRUDA, Agnes de Sousa. O nome dela é Jenifer: representatividade gorda importa. **dObras – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 33, p. 75–93, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i33.1430. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1430>>. Acesso em 1 maio de 2022.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**: edição revista e ampliada. São Paulo: Edições 70, 2011.

CROCHÍK, José Leon. Preconceito, Individuo e Sociedade. *Temas em Psicologia*, 1996, nº03, pp. 47-70. Universidade de São Paulo.

FERNANDES, Luís; BARBOSA, Raquel. A construção social dos corpos periféricos **Saúde e Sociedade**, vol. 25, núm. 1, 2016, pp. 70-82 Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo.

FERNANDES, Maria Helena. O corpo e os ideais no malestar feminino. **Revista Científica Guillermo de Ockham**, vol. 10, n. 1, p. 135-140, 2012. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105324310011>>. Acesso em 13 dez. 2020.

FIGUEIREDO, Débora de Carvalho; NASCIMENTO, Fábio Santiago; RODRIGUES, Maria Eduarda. Discurso, culto ao corpo e identidade: representações do corpo feminino em revistas brasileiras*. **Linguagem em (dis)curso**, Tubarão, v. 17, n. 1, p. 67-88, abr. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322017000100067&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 13 dez. 2020.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. 32ª ed. Petrópolis: Vozes, 1987.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOFFMAN, Erving. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. São Paulo: Coletivo Sabotagem, 2004. Disponível em:

<<https://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2018/04/goffman2c-e-estigma-notas-sobre-a-manipulac3a7c3a3o-da-identidade-deteriorada.pdf>>. Acesso em 13 dez. 2020.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. 11. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2016.

MANTELLINI, Glauca G.; GONÇALVES, Aguinaldo. A revisão e a análise como metodologias científicas conteudísticas. **Revista Científica Internacional Indexada**, v. 1, n. 5, p. 1-13, fev. 2009. Disponível em: <<http://www.interscienceplace.org/isp/index.php/isp/article/view/51/50>>. Acesso em: 13 dez. 2020.

METABÓLICA, Associação Brasileira Para O Estudo da Obesidade e da Síndrome (org.). **Diretrizes Brasileiras de Obesidade**. 4. ed. São Paulo: Abeso, 2016. Disponível em: <<https://abeso.org.br/wp-content/uploads/2019/12/Diretrizes-Download-Diretrizes-Brasileiras-de-Obesidade-2016.pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2020.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

PAIM, Marina Bastos; KOVALESKI, Douglas Francisco. Análise das diretrizes brasileiras de obesidade: patologização do corpo gordo, abordagem focada na perda de peso e gordofobia. **Saúde e sociedade**, São Paulo, v. 29, n. 1, e190227, 2020. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902020000100310&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 13 dez. 2020.

PAIM, Marina Bastos. Os corpos gordos merecem ser vividos. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 27, n. 1, e56453, 2019. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2019000100804&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 13 dez. 2020.

PESSOA, Juliana Maia Albuquerque; FIGUEIREDO, Carolina Dantas de. “Gorda”: mapeamentos e correlações sobre um corpo abjeto a partir da ferramenta Google Trends. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação** 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-0762-1.pdf>>. Acesso em 03 de novembro de 2021.

PLÁSTICA, Sociedade Brasileira de Cirurgia (org.). **Censo 2018**: análise comparativa das pesquisas 2014, 2016 e 2018, 2018.

SANTOS, Manoel Antônio dos et al. Corpo, saúde e sociedade de consumo: a construção social do corpo saudável. **Saúde e sociedade.**, São Paulo, v. 28, n. 3, p. 239-252, set. 2019. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902019000300239&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 13 dez. 2020.

SOUSA, Lucilia Maria Abrahão, SANCHES, Rodrigo Daniel. O corpo do/no discurso midiático das dietas: efeitos do novo e da novidade. **Revista FAMECOS**, v. 25, n. 1, p. ID27408, 2 jan. 2018. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/27408#:~:text=O%20discurso%20midi%C3%A1tico%20do%20mercado,e%20a%20imperfei%C3%A7%C3%A3o%20da%20realidade.>> Acesso em 13 dez. 2020.

SILVA, Ana Flávia de Sousa, et. al. A magreza como normal, o normal como gordo: reflexões sobre corpo e padrões de beleza contemporâneos. **Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social**, vol. 6, núm. 4, 2018 Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Brasil Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=497957635004>>. Acesso em 03 de novembro de 2021.

TEIXEIRA, Fabio Luis Santos; FREITAS, Clara Maria Silvestre Monteiro de; CAMINHA, Iraquitan de Oliveira. **Motriz**, Rio Claro, v.18 n.3, p.590-601, jul./set. 2012. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/sausoc/a/MMTMJPGgQTf3x5qCFKX83hj/?lang=pt>>. Acesso em 03 de novembro de 2021.

TEO, Carla Rosane Paz Arruda. Discursos e a construção do senso comum sobre alimentação a partir de uma revista feminina. **Saúde e sociedade.**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 333-346, jun. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902010000200010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 13 dez. 2020.

VASCONCELOS, Naumi A. de; SUDO, Iana; SUDO, Nara. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. **Revista Mal-Estar e Subjetividade.**, Fortaleza, v. 4, n. 1, p. 65-93, mar. 2004. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482004000100004&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 13 dez. 2020

ZORZAN, Fernanda Saldanha; CHAGAS, Arnaldo Toni Sousa das. Espelho, espelho meu, existe alguém mais bela do que eu?; Uma reflexão sobre o valor do corpo na atualidade e a construção da subjetividade feminina. **Barbaroi**, Santa Cruz do Sul, n. 34, p. 161-187, jun. 2011. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-65782011000100010&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 13 dez. 2020.

Contatos: marisantos1302@gmail.com bruna.dantas@mackenzie.br