

A gordofobia no setor da moda e suas interseccionalidades

Brenda Nestor De Avelar

RESUMO

O setor da moda tem historicamente excluído corpos fora dos padrões normativos de beleza, perpetuando a gordofobia, um preconceito que interliga questões éticas, estéticas, sociais, culturais e ambientais. Essa discriminação sistêmica marginaliza pessoas em função de seus corpos e está profundamente conectada ao racismo, especialmente em contextos como o brasileiro. Ambos os sistemas de opressão se reforçam, evidenciando a exclusão de pessoas gordas e racializadas.

Este artigo busca promover um debate crítico sobre essas interseções, destacando a necessidade urgente de incluir diversidade corporal e racial na moda e no design. Além de enfrentar essas opressões, também se questiona o impacto ambiental da moda, tradicionalmente associada ao consumismo e desperdício.

Propõe-se um diálogo interdisciplinar, envolvendo áreas como design gráfico e arte contemporânea, para transformar a moda em um campo inclusivo e ético. Caminhos e estratégias serão apresentados para integrar corpos diversos, tanto em representações midiáticas quanto em práticas de produção, celebrando a diversidade e promovendo uma inclusão real no setor.

Palavras-chave: Gordofobia; Moda Inclusiva; Racismo.

FATPHOBIA IN THE FASHION INDUSTRY AND ITS INTERSECTIONALITIES

Abstract

The fashion industry has historically excluded bodies that do not conform to normative beauty standards, perpetuating fatphobia, a prejudice that intertwines ethical, aesthetic, social, cultural, and environmental issues. This systemic discrimination marginalizes individuals based on their bodies and is deeply connected to racism, especially in contexts like Brazil. These intertwined systems of oppression reinforce each other, highlighting the exclusion of fat and racialized individuals.

This article seeks to foster a critical discussion on these intersections, emphasizing the urgent need to include body and racial diversity in fashion and design. In addition to addressing these oppressions, the environmental impact of the fashion industry, traditionally associated with consumerism and waste, is also questioned.

An interdisciplinary dialogue is proposed, involving fields such as graphic design and contemporary art, to transform fashion into an inclusive and ethical domain. Strategies and pathways will be presented to integrate diverse bodies in both media representation and production practices, celebrating diversity and fostering genuine inclusion in the industry.

Keywords: *Fatphobia; Inclusive Fashion; Racism.*

LA GORDOFOBIA EN EL SECTOR DE LA MODA Y SUS INTERSECCIONALIDADES

Resumen

El sector de la moda ha excluido históricamente cuerpos que no se ajustan a los estándares normativos de belleza, perpetuando la gordofobia, un prejuicio que conecta cuestiones éticas, estéticas, sociales, culturales y ambientales. Esta discriminación sistémica marginaliza a las personas debido a sus cuerpos y está profundamente vinculada al racismo, especialmente en contextos como el brasileño. Ambos sistemas de opresión se refuerzan mutuamente, evidenciando la exclusión de personas gordas y racializadas.

Este artículo busca fomentar un debate crítico sobre estas intersecciones, destacando la necesidad urgente de incluir la diversidad corporal y racial en la moda y el diseño. Además de abordar estas opresiones, también se cuestiona el impacto ambiental de la moda, tradicionalmente asociada al consumismo y al desperdicio.

Se propone un diálogo interdisciplinario, involucrando áreas como el diseño gráfico y el arte contemporáneo, para transformar la moda en un ámbito inclusivo y ético. Se presentarán estrategias y caminos para integrar cuerpos diversos, tanto en representaciones mediáticas como en prácticas de producción, celebrando la diversidad y promoviendo una inclusión real en el sector.

Palabras-clave: *Gordofobia; Moda inclusiva; Racismo.*

1. INTRODUÇÃO

A gordofobia é um sistema de discriminação que exclui e marginaliza pessoas com corpos gordos, considerando-os fora do “ideal” de normalidade social. No setor da moda, essa exclusão é especialmente evidente. Marcas de renome frequentemente negligenciam a produção de roupas para corpos maiores, limitando as opções disponíveis e reforçando a narrativa de que corpos gordos são “inadequados” ou “indesejáveis”. Além disso, a gordofobia intersecciona com outras formas de opressão, como o racismo, criando camadas de exclusão ainda mais complexas e devastadoras.

A moda, enquanto prática cultural e expressão individual, tem grande poder simbólico. Ao mesmo tempo, seu papel na sociedade vai além da estética, influenciando comportamentos, narrativas e percepções. Assim, quando o setor negligencia corpos gordos, também reforça dinâmicas de poder que sustentam desigualdades. Para muitos, a exclusão da moda não é apenas uma questão de estética, mas de dignidade e cidadania.

Neste contexto, este artigo se propõe a investigar como a gordofobia na moda opera em suas dimensões éticas, estéticas, sociais, culturais e ambientais. A análise destaca como a indústria pode desempenhar um papel transformador ao adotar práticas inclusivas que dialoguem com a diversidade corporal e enfrentem interseccionalidades como o racismo.

A gordofobia é uma forma de discriminação estrutural que impacta pessoas gordas, especialmente mulheres, devido à intersecção entre gênero, raça e classe (Crenshaw, 2002; Silva, Jimenez-Jimenez, Souza, 2024). Essa discriminação reflete-se na exclusão social, no acesso limitado a direitos fundamentais como saúde, educação e trabalho, e na perpetuação de estigmas que associam corpos gordos à improdutividade e à falta de saúde (Souza, 2022).

Historicamente, a gordofobia está profundamente conectada ao racismo. Como Strings (2019) aponta, o preconceito contra corpos gordos não nasceu de preocupações com saúde, mas sim de ideais colonialistas que legitimavam a desumanização de corpos negros. Durante o colonialismo, corpos negros e gordos eram considerados abjetos e associados ao “excesso” e à “preguiça”, em contraste com os padrões europeus de magreza e autodisciplina. Essa construção ideológica foi consolidada por pseudo-ciências como o racismo científico, que hierarquizavam corpos com base em características físicas, incluindo peso (Munanga, 2003; Silva et al., 2024).

No contexto contemporâneo, a gordofobia permanece enraizada em sistemas de opressão que reforçam privilégios da branquitude, conforme destacado por Maldonado-Torres (2019). Esses sistemas perpetuam exclusões simbólicas e materiais, como a falta de infraestrutura para corpos gordos em escolas, hospitais e espaços públicos. Nesse cenário, é essencial adotar uma perspectiva interseccional para compreender

como a gordofobia se entrelaça com o racismo, gênero e classe, criando barreiras adicionais para mulheres negras gordas e periféricas (Butler, 2019; Akotirene, 2019).

Portanto, o presente artigo busca explorar as interseções entre gordofobia e racismo, destacando o impacto dessas opressões no setor da moda e propondo diretrizes para a inclusão de corpos diversos. A pesquisa visa contribuir para a desconstrução de padrões estéticos hegemônicos e para a promoção de uma moda mais inclusiva e antirracista.

A gordofobia pode ser entendida como uma forma de discriminação que ultrapassa o campo estético, enraizando-se profundamente em estruturas sociais, econômicas e culturais. Essa opressão é sustentada por narrativas que associam corpos gordos a valores negativos, como indisciplina, preguiça e improdutividade, consolidando-se em práticas que limitam o acesso dessas pessoas a direitos fundamentais, como saúde, trabalho e lazer (Silva et al., 2024).

No setor da moda, a gordofobia é particularmente visível. Essa indústria, além de refletir padrões hegemônicos de beleza, atua como uma força cultural que define o que é desejável e aceitável. Corpos gordos, especialmente de mulheres negras, são frequentemente excluídos de passarelas, campanhas publicitárias e grades de tamanhos. Essa exclusão não é apenas simbólica, mas também material, criando barreiras que negam o acesso à moda enquanto expressão cultural e cidadania.

Essa dinâmica de exclusão é inseparável de uma perspectiva histórica e racial. Durante o período colonial, ideais de magreza e controle corporal foram utilizados para reforçar a supremacia branca e a desumanização de corpos negros (Strings, 2019). Essas narrativas persistem no imaginário contemporâneo, alimentando práticas que invisibilizam e desumanizam corpos gordos, especialmente aqueles de mulheres negras.

Por outro lado, as interseções entre gordofobia e racismo não se restringem ao campo estético. Como enfatiza Munanga (2003), sistemas de opressão são interdependentes e reforçam hierarquias que legitimam a exclusão. No caso de mulheres negras gordas, essa exclusão é amplificada por estigmas que desvalorizam simultaneamente sua aparência, saúde e capacidade profissional.

Diante desse contexto, o presente artigo não apenas explora as manifestações da gordofobia no setor da moda, mas também propõe caminhos concretos para uma inclusão interseccional. Ao considerar as dimensões éticas, estéticas, sociais, culturais e ambientais dessa opressão, busca-se contribuir para um debate crítico que desestabilize padrões hegemônicos e promova a valorização da diversidade corporal.

Este capítulo tem como objetivo geral explorar como a gordofobia no setor da moda reflete e reforça desigualdades éticas, estéticas, sociais, culturais e ambientais, com foco em suas interseções com o racismo.

Sendo assim, para alcançar o objetivo geral, foram estipulados objetivos específicos como explorar a forma que as narrativas coloniais e racistas influenciam a construção

da gordofobia, analisar o papel da mídia e do mercado da moda na perpetuação de exclusões corporais, propor estratégias para a inclusão de corpos diversos na moda e no *design*, alinhadas a princípios éticos e sustentáveis.

Também é um objetivo específico relevante explorar como narrativas racistas e colonialistas influenciaram a construção da gordofobia ao longo do tempo, destacando o papel dessas narrativas na legitimação de exclusões estéticas e sociais.

No que diz respeito à parte setorial o objetivo é analisar como práticas da indústria da moda, como grades de tamanhos limitadas e ausência de representação midiática, perpetuam a exclusão de corpos gordos e racializados.

No quesito Interdisciplinar o objetivo é propor atividades e práticas acadêmicas em cursos de *design* e moda que fomentem uma formação crítica, interseccional e inclusiva.

Por fim, um objetivo propositivo que auxilie identificar ações concretas, tanto no mercado quanto na academia, que promovam a inclusão de corpos gordos, incluindo o uso de abordagens éticas e sustentáveis no *design* e na moda.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Gordofobia e estética na moda

A moda historicamente estabelece padrões estéticos rígidos que refletem ideais eurocêntricos e magros, marginalizando corpos que não se encaixam nesses parâmetros. Esses padrões são amplamente promovidos pela mídia e reforçados por práticas de mercado. A falta de tamanhos maiores na maioria das marcas, associada à pouca representação de corpos gordos em campanhas publicitárias, cria um ciclo excludente.

Segundo Silva (2019), a moda exerce um papel simbólico central na construção de identidades e na legitimação de corpos. Quando corpos gordos não são representados, suas existências são sistematicamente deslegitimadas. Essa exclusão estética tem consequências profundas, afetando não apenas a autoestima, mas também o acesso a oportunidades sociais e econômicas. “A indústria da moda e os meios de comunicação perpetuam a gordofobia ao reforçar narrativas que exaltam o corpo magro como norma universal de beleza e saúde” (Davis, 2003, p. 67).

2.2 Interseções entre gordofobia e racismo

A gordofobia, quando analisada em conjunto com o racismo, revela padrões ainda mais complexos de exclusão. Corpos negros são frequentemente marginalizados na moda, tanto por seu fenótipo quanto por sua associação histórica com narrativas de subalternidade. Quando esses corpos também são gordos, enfrentam camadas adicionais de discriminação. Silva et al. (2024) destacam que essas interseções não podem ser tratadas de forma isolada, pois operam em conjunto para desumanizar e excluir.

O racismo estrutural amplifica a gordofobia ao associar corpos negros gordos a estereótipos de desleixo ou falta de saúde. Isso reforça uma narrativa de que esses corpos não são apenas indesejáveis, mas também incompatíveis com os padrões de beleza e moda. “Os padrões estéticos eurocêtricos não apenas excluem corpos gordos, mas também marginalizam corpos negros, perpetuando lógicas de exclusão racista e gordofóbica” (Silva et al., 2024, p. 910).

2.3 Impactos sociais e culturais

A exclusão de corpos gordos da moda tem implicações que vão além da estética. No contexto social, essa exclusão contribui para a estigmatização de pessoas gordas, limitando seu acesso a espaços de consumo e expressão. Na esfera cultural, a ausência de corpos diversos em desfiles, campanhas e editoriais de moda reforça a ideia de que apenas corpos magros têm valor simbólico.

Um exemplo claro dessa exclusão é a limitação de tamanhos nas principais redes de *fast fashion*. Estudos mostram que, enquanto tamanhos menores são amplamente produzidos, uma pesquisa recente em marcas brasileiras de moda revelou que apenas 8% das coleções incluem tamanhos *plus size* (IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2023), tamanhos maiores representam uma pequena parcela da oferta, quando existentes. Isso não só restringe a escolha de consumidores gordos, mas também envia uma mensagem clara: esses corpos não são bem-vindos.

2.4 Gordofobia e sustentabilidade ambiental

As práticas da indústria da moda também têm um impacto ambiental significativo. A exclusão de corpos gordos no *design* de roupas limita a aplicação de princípios sustentáveis, como o *design* universal e a produção sob demanda. Além disso, o desperdício gerado pela moda rápida exacerba desigualdades ao negligenciar a inclusão de corpos diversos.

2.5 Propostas para inclusão na moda e no *design*

A inclusão na moda e no *design* passa pela reformulação das práticas de mercado, produção e educação. É necessário criar estratégias que não apenas atendam a corpos diversos, mas que os celebrem enquanto parte essencial da diversidade humana. Algumas propostas incluem:

- 1) *Design* Universal: incorporar o conceito de *design* universal, que busca criar produtos e serviços acessíveis a todas as pessoas, independentemente de suas características físicas ou culturais. Isso inclui expandir as grades de tamanhos e criar peças adaptáveis para diferentes corpos.

- 2) Representatividade em Passarelas e Campanhas: garantir que desfiles e campanhas publicitárias incluam corpos gordos de maneira natural e não estereotipada. Iniciativas como a do desfile *Savage x Fenty*, que celebra corpos diversos, podem servir como inspiração.
- 3) Políticas Públicas e Incentivos: regulamentar práticas inclusivas no mercado da moda, como incentivos fiscais para marcas que adotem tamanhos variados e campanhas educativas contra gordofobia e racismo.

A interseção com outras áreas do *design*, como o *design* gráfico e de produtos, também é essencial. Por exemplo, a representação visual em embalagens, anúncios e espaços públicos deve refletir corpos diversos para romper com os estereótipos dominantes.

2.6 Gordofobia e Saúde Mental

A exclusão da moda tem impactos profundos na saúde mental das pessoas gordas. Estudos mostram que a sensação de inadequação gerada pela falta de representatividade e pelas barreiras de consumo está associada a quadros de ansiedade, depressão e baixa autoestima (DAVIS, 2003). Além disso, a gordofobia institucionalizada reforça a ideia de que corpos gordos são “problemas” a serem corrigidos, negligenciando o direito à diversidade corporal e ao bem-estar psicológico.

A inclusão na moda, portanto, não é apenas uma questão estética, mas um passo fundamental para promover saúde mental, cidadania e pertencimento.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos pela análise bibliográfica e crítica demonstram que a gordofobia no setor da moda é sustentada por estruturas econômicas e culturais profundamente enraizadas. A interseção com o racismo evidencia um duplo sistema de opressão, onde corpos negros gordos são sistematicamente excluídos e marginalizados. Além disso, a mídia e as estratégias de mercado desempenham papéis centrais na manutenção de narrativas excludentes.

Entre os principais indicativos da análise é de que o setor da moda negligencia e não atende à diversidade corporal, uma vez que, a maioria dos fabricantes de roupas não incluem em suas coleções roupas de tamanho maior

Outro ponto é o impacto social que a gordofobia afeta, pois pessoas gordas, especialmente mulheres negras, relatam sentir-se invisibilizadas ou indesejadas em espaços de consumo de moda, como lojas e desfiles.

Os dados reforçam a necessidade de políticas que transformem a moda em um espaço mais inclusivo e representativo. Além disso, é essencial reestruturar narrativas midiáticas e educacionais para desmistificar padrões estéticos excludentes.

A análise crítica revelou como a gordofobia na moda é sustentada por estruturas culturais e econômicas profundamente enraizadas. Os principais achados incluem baixa representação de corpos gordos, tendo em vista que quase não existe campanhas publicitárias com corpos gordos a serem analisadas. Quando incluídos, esses corpos foram frequentemente associados a narrativas estereotipadas, reforçando a ideia de que são “exceções” ao padrão desejável e quase nunca protagonistas.

A pesquisa também aponta a invisibilidade de corpos racializados e gordos onde mulheres negras gordas são sistematicamente apagadas das representações midiáticas, com poucas iniciativas que promovam sua inclusão autêntica.

É possível identificar também o quanto a infraestrutura é inadequada devido à ausência de estruturas adaptadas para corpos gordos, como cadeiras em desfiles ou manequins representativos, reforça barreiras materiais que impedem a inclusão.

A exclusão na moda tem impactos profundos na autoestima e na saúde mental de pessoas gordas, particularmente mulheres negras. A falta de representatividade e as dificuldades de consumo criam sentimentos de inadequação e exclusão, intensificando quadros de ansiedade e depressão.

Imagens de campanhas publicitárias históricas e contemporâneas reforçam a exclusão de corpos gordos. Modelos magros predominam, enquanto corpos gordos aparecem, quando presentes, em contextos estigmatizantes ou como exemplo de superação. Esse padrão contribui para a manutenção de um imaginário social que desvaloriza a diversidade corporal.



Figura 1 A ausência de corpos gordos em eventos de moda continua a ser uma questão relevante.

Fonte: Vogue



Figura 2 Campanhas frequentemente negligenciam corpos gordos.

Fonte: Estudo acadêmico sobre representatividade corporal.



Figura 3 A indústria continua reforçando padrões eurocêntricos de beleza.

Fonte: Discussão sobre padrões corporais na mídia.

Essas imagens ilustram como a exclusão de corpos gordos é visível e sistemática na mídia e na moda, reforçando estereótipos que limitam a cidadania cultural desses indivíduos.

A gordofobia no setor da moda é uma manifestação estrutural de desigualdades interseccionais, exacerbada pelo racismo e pelo padrão estético eurocêntrico. Essa exclusão compromete o direito de pessoas gordas a uma vida digna, limitando seu acesso a bens culturais e sua representatividade social.

Este artigo enfatiza que a moda, enquanto campo cultural e econômico, tem a vocação e a responsabilidade de promover mudanças estruturais. Para que isso aconteça, são necessárias ações em três principais frentes:

- Educação Inclusiva: reformular currículos acadêmicos de *design* e moda, abordando a diversidade corporal como um valor ético e estético.

- Mercado: incentivar coleções que atendam a diferentes tipos de corpos, incluindo a obrigatoriedade de tamanhos inclusivos em grandes marcas.
- Mídia e Representação: estimular campanhas publicitárias que celebrem a pluralidade corporal, com representações positivas e não estereotipadas.

Por fim, a moda deve abraçar sua vocação intersetorial para dialogar com outros campos, como a sociologia, a antropologia e os estudos de gênero, promovendo um ambiente que valorize a diversidade em suas múltiplas formas.

O setor da moda tem o potencial de atuar como um catalisador para mudanças sociais profundas. Como parte de um sistema cultural intersetorial, a moda pode romper com padrões de exclusão e contribuir para a construção de uma sociedade mais ética, justa e inclusiva.

Propostas como *design* universal, inclusão midiática e políticas públicas são passos essenciais, mas demandam engajamento contínuo de todos os agentes envolvidos: consumidores, *designers*, marcas, educadores e formuladores de políticas públicas. Para que essas mudanças sejam efetivas, é necessário um compromisso coletivo em desconstruir paradigmas racistas e gordofóbicos e adotar a diversidade como valor central.

O desafio está em transformar narrativas de exclusão em narrativas de pertencimento. Ao celebrar a pluralidade corporal, a moda pode desempenhar um papel crucial na valorização da dignidade humana, promovendo um mundo onde todos os corpos sejam reconhecidos e respeitados.

Este artigo evidenciou que a gordofobia no setor da moda é mais do que uma questão estética; trata-se de uma exclusão estrutural que reflete e reforça desigualdades interseccionais. Essa discriminação está diretamente conectada ao racismo, perpetuando um sistema que privilegia corpos magros e brancos enquanto desumaniza corpos gordos e racializados.

A moda, como um sistema cultural interseccional, tem o potencial de transformar narrativas de exclusão em narrativas de pertencimento. Ao abraçar a diversidade, o setor pode não apenas ampliar suas bases de consumidores, mas também contribuir para uma sociedade mais ética e inclusiva.

REFERÊNCIAS

- AKOTIRENE, C. *Interseccionalidade*. São Paulo: Pólen Produção Editorial, 2019.
- BUTLER, J. *Corpos que importam: os limites discursivos do “sexo”*. São Paulo: n-1 edições, 2020.
- BUTLER, J. *Relatar a si mesmo. Crítica da violência ética*. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.
- CÉSAIRE, A. *Discurso sobre o colonialismo*. Lisboa: Sá da Costa Editora, 1977.
- COLLINS, P. H. *Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2019.

- CRENSHAW, K. A Interseccionalidade na discriminação de raça e gênero. Universidade Federal de Santa Catarina, *Revista Estudos feministas*, 2002.
- CWYNAR-HORTA, J. *The commodification of the body positive movement on Instagram*. Stream: Culture/Politics/Technology, v. 8, n. 2, 2016, p. 36-56.
- FACHIM, F. L. *Narrativas sobre o (meu) corpo gordo: estudo autoetnográfico rumo a uma psicologia gorda*. 2022. 100 p. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Educação, Doutorado em Educação: Psicologia da Educação, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP. São Paulo – SP, 2022. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/26508>. Acesso em: 4 maio 2024.
- FRANCO, A.; ROSA, P. Gordofobia, racismo e sistema de saúde: porque a história de Vitor Augusto não é um caso isolado. *Revista Afirmativa*, 2023. Disponível em: <https://revis-taafirmativa.com.br/gordofobia-racismo-e-sistema-de-saude-porque-a-historia-de-vitor-augusto-nao-e-um-caso-isolado/>. Acesso em: 4 maio 2024.
- HARAWAY, D. *Antropoceno, capitaloceno, plantationoceno, chthuluceno: fazendo parentes*. *Clima com Cultura Científica*, v. 3, n. 5, p. 139-146, 2016.
- JIMENEZ- JIMENEZ, M. L. Gordofobia: injustiça epistemológica sobre corpos gordos. *Revista Epistemologias do Sul*, v. 4, n. 1, p. 144-161, 2020b. Disponível em: <https://revistas.unila.edu.br/epistemologiasdosul/article/view/2643/2534>. Acesso em: 4 maio 2024.
- JIMENEZ-JIMENEZ, M. L. *O corpo gordo como resistência*. Blog Lute como uma Gorda, 2019. Disponível em: <https://lutecomoumagorda.net/2020/01/14/o-corpo-gordo-feminino-como-resistencia/>. Acesso em: 4 maio 2024.
- JIMENEZ-JIMENEZ, M. L. *Lute como uma gorda: gordofobia, resistências e ativismos*. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2020a. Disponível em: <https://ri.ufmt.br/handle/1/4081>. Acesso em: 4 maio 2024.
- LORDE, A. Não existe hierarquia de opressão. In: BUARQUE, H. B. *Pensamento feminista: conceitos fundamentais*. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p. 235-236, 2019.
- MUNANGA, K. *Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia*. Programa de Educação sobre o Negro na Sociedade Brasileira, Niterói: EDUFF, 2004. Disponível em: https://biblio.fflch.usp.br/Munanga_K_UmaAbordagemConceitualDasNo-coesDeRacaRacismoIdentidadeEEtnia.pdf. Acesso em: 4 maio 2024.
- PAUSÉ, C. Batuka: introdução aos fat studies. CAOS – *Revista Eletrônica de Ciências Sociais*, João Pessoa, v. 1, n. 28, p. 65-94, 2022.
- STRINGS, S. *The racist origins of fatphobia*. Bust, 2019. Disponível em: <https://bust.com/racist-origins-of-fatphobia>. Acesso em: 4 maio 2024.
- SILVA, S. R. da; JIMENEZ-JIMENEZ, M. L.; SOUZA, S. H. V. de. *Intersecções entre racismo e gordofobia para construção de uma educação antirracista e antigordofóbica*. *Inter-Ação*, Goiânia, v. 49, n. edição especial, p. 900-917, 2024. DOI: 10.5216/ia.v49ied.especial.79439.

