

**O PESO E A MÍDIA: ESTEREÓTIPOS DA GORDOFOBIA***The weight and the media: stereotypes of fatphobia  
El peso y los medios: estereotipos de la gordofobia***\_AGNES DE SOUSA ARRUDA  
\_JORGE MIKLOS**

Foto: Flora Pappalardo

**SOBRE OS AUTORES >****AGNES DE SOUSA ARRUDA >**

Doutora e mestra em Comunicação pela Universidade Paulista (Unip). Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pelo Centro Universitário Teresa D'Ávila (Unifatea). Professora dos cursos de Design Gráfico, Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC). Realizou estágio de doutoramento no Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, em Portugal, com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). e-mail: agnesarruda@gmail.com

**JORGE MIKLOS >**

Professor titular do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista (Unip). Graduado em História e em Ciências Sociais. Mestre em Ciências da Religião e doutor em Comunicação. Realizou estágio de pós-doutorado na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e estágio de pesquisa no Vilém-Flusser-Archiv (Berlim, Alemanha) e no El Colegio de Frontera Sur (San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México). Vice-Presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura (ABCiber). Vice-líder do Grupo de Pesquisa Mídia e Estudos do Imaginário. Membro do Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia (CISC), vinculado à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). e-mail: jorgemiklos@

**RESUMO > ABSTRACT > RESUMEN**

Este artigo traça um paralelo entre histórias de vida de uma mulher gorda e produtos midiáticos que representam mulheres gordas, com o objetivo de identificar a relação entre a gordofobia e os *media*. Para tal, foram usados os métodos da autoetnografia e da análise de conteúdo submetidos a uma perspectiva da complexidade. São apresentadas algumas das formas de tratamento mais recorrentes que mulheres gordas recebem em produtos midiáticos, articulando comunicação e contemporaneidade em suas relações de troca, valor e poder.

Palavras-chave: Gordofobia. Corpo. Imagem. Mídia. Estereótipos.

This paper draws a parallel between life stories of a fat woman and media products that represent fat women in order to identify the relationship between fatphobia and the media. For this purpose, the methods of self-ethnography and content analysis were used, submitted to a perspective of complexity. Some of the most recurrent forms of treatment that fat women receive by the media products are presented, articulating communication and contemporaneity in their exchange, value and power relationships.

Keywords: Fatphobia. Body. Image. Media. Stereotypes.

Este artículo establece un paralelo entre las historias de vida de una mujer gorda y los productos de los medios que representan a las mujeres gordas para identificar la relación entre la gordofobia y los medios. Para eso, se utilizaron los métodos de autoetnografía y análisis de contenido, sometidos a una perspectiva de complejidad. Se presentan algunas de las formas de tratamiento más recurrentes que reciben las mujeres gordas de los productos de los medios, articulando comunicación y contemporaneidad en sus relaciones de intercambio, valor y poder.

Palabras clave: Gordofobia. Cuerpo. Imagen. Medios de comunicación. Estereotipos.

## INTRODUÇÃO

Em março de 2017, uma busca realizada no Catálogo de Teses & Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes)<sup>1</sup> fez despertar o interesse para a investigação que resultaria neste artigo. À ocasião, procurava-se por resultados para a palavra-chave *gordofobia*, que começava a ganhar visibilidade, em especial nas redes sociais da internet, em discussões relacionadas às desconstruções dos padrões de beleza impostos às mulheres pelos meios hegemônicos de comunicação. Essas discussões estavam particularmente relacionadas àquela que vem sendo chamada de quarta e atual fase ou onda do movimento feminista (HOLLANDA, 2018). Para além das reivindicações do movimento em suas fases anteriores – que, no Brasil teve início em meados do século XIX, com pautas relacionadas ao direito ao voto e à vida pública, seguindo para a segunda fase, na década de 1970, com a luta pela valorização do trabalho feminino fora de casa, seu direito ao prazer e contra a violência sexual, e tendo continuidade na terceira onda, na década de 1990, que se destaca pelas micropolíticas relacionadas aos papéis de gênero e pelas questões interseccionais da causa, como o feminismo negro e o transfeminismo (RIBEIRO, 2014) –, as feministas da quarta onda, dos anos 2010, trazem consigo as características contemporâneas da comunicação em rede para se articular, “desprezando a mediação representativa,

<sup>1</sup> Disponível em: <catalogodeteses.capes.gov.br

horizontal, sem lideranças e protagonismos, baseadas em narrativas de si, de experiências pessoais que ecoam coletivas” (HOLLANDA, 2018, p. 12).

Além da representação feminina pelos *media* ser uma das pautas de discussão em voga, ou seja, a problematização de como as mulheres são e de como elas não são representadas nos produtos midiáticos diversos, é na internet que muitas encontram espaço para criarem e se tornarem elas próprias referências representativas contra-hegemônicas para si mesmas e para outras mulheres, fortalecendo a luta pela desconstrução dos padrões (ARRUDA; MIKLOS, 2018). É nesse contexto que emerge o movimento *Body Image Movement* – ou imagem corporal positiva, em tradução livre –, com grande repercussão após o documentário *Embrace*, da australiana Taryn Brumfitt, ser lançado em 2016, tendo seu trailer recebido quase 200 milhões de visualizações no YouTube<sup>2</sup>. Criadora do *Body Image Movement*, Taryn cogitou passar por cirurgias plásticas após o nascimento de seu terceiro filho, por ter ganhado peso e por seu corpo ter se modificado ao longo do processo. No entanto, ao se dar conta da violência física e simbólica que tal decisão representava, passou a militar pela aceitação corporal (BODY..., 2020).

Apesar de o peso fazer parte das pautas de aceitação propostas pelo movimento, ele é apenas um ponto dessa discussão, que envolve uma série de outras características, como cor da pele, estrutura capilar e deficiências físicas, por exemplo, que por estarem fora dos padrões sociais e midiáticos são motivo de vergonha corporal, o chamado *body shaming*. Trata-se de uma prática de importunação que consiste em fazer graça, caçoar da pessoa, por conta justamente de suas características físicas. E embora a gordofobia seja um preconceito, uma violência que vai muito além das piadas, conforme será detalhado mais adiante, no Brasil foi justamente o humor praticado por Danilo Gentili<sup>3</sup> que fez as buscas pelo termo na internet subirem. É o que indica a ferramenta Google Trends<sup>4</sup>, que mostra que o termo atingiu seu pico de interesse após piadas de cunho gordofóbico de Gentili terem sido rebatidas, em dezembro de 2017<sup>5</sup>, por Alexandra Gurgel, *youtuber de body positive* – outro nome utilizado para designar o movimento encabeçado por Taryn Brumfit (ATIVISTA..., 2017).

A despeito de o termo estar fervilhando na internet, no meio acadêmico não era bem assim. A busca no sistema da Capes não retornou nenhum resultado quando aplicada à área da Comunicação. No dicionário, a palavra também não existia. Em outras bases de dados para produções acadêmicas, foram encontrados alguns poucos artigos que a mencionavam de forma superficial, em especial em estudos da área da Psicologia, voltados às questões de transtornos alimentares e imagem corporal. Dessa forma, de volta ao Google Trends, as buscas foram aprofundadas e foi possível identificar que a maior parte dos resultados estava relacionada a pessoas tentando entender do que se tratava de fato a gordofobia. Esses resultados

<sup>2</sup> Disponível em: <catalogodeteses.capes.gov.br>.

<sup>3</sup> Gentili é conhecido por seu humor politicamente incorreto, que transforma minorias sociais em alvos de piadas. Em 24 de dezembro de 2017, em sua conta no Twitter, o humorista compartilhou uma reportagem da BBC sobre gordofobia, para a qual a jornalista e youtuber do movimento *body positive* Alexandra Gurgel foi entrevistada. Ele ironizou a temática chamando a militância antigordofóbica de “chatices”.

<sup>4</sup> Ferramenta do sistema de buscas Google que mostra a evolução dos termos consultados por período e região, bem como suas variações semânticas e principais resultados obtidos.

<sup>5</sup> Consulta realizada em 15 de outubro 2020 para o termo “gordofobia”, no período compreendido entre 1º de janeiro de 2017 a 1º de janeiro de 2020.

apareciam em artigos escritos por jornalistas ou por blogueiras, blogueiros e *youtubers*, com os seguintes objetivos identificados: esclarecer o termo para o público; problematizar o tema e suas consequências; apresentar relatos individuais de pessoas que sofrem com o preconceito. Outro fato que chamou a atenção nessa pesquisa exploratória inicial foi o de que o conteúdo sobre a gordofobia que estava na web naquele momento era de cunho

feminista, traçando então a relação entre o machismo e mais uma forma de tentativa de controle ao corpo feminino, agora em relação ao seu peso (ARRUDA, 2019).

Era latente o interesse social sobre o assunto, tanto quanto acachapante o silêncio acadêmico em relação a ele. Tal combinação de fatores motivou ainda mais a pesquisa de doutorado em desenvolvimento acerca do tema por uma das autoras deste artigo, agora já defendida. Para o presente texto, então, tem-se uma interlocução entre os temas de interesse de dois autores: a gordofobia, em específico, suas formas de ação, tanto social quanto midiaticamente, e a contribuição da mídia para a construção de estereótipos sobre grupos sociais. Pretende-se, assim, compreendendo a partir da apresentação de resultados de um trabalho cuja temática ainda é escassa na área da Comunicação, a relação entre cultura midiática e cotidiano.

## UM PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Ao apresentar a *escalada da abstração*, Flusser (2008) explica que o desenvolvimento dos meios de informação está relacionado à subtração de sentido da comunicação humana. Ou seja, quanto mais complicados e tecnológicos forem os meios, menos complexa e vinculadora será a comunicação. Ao dar preferência a uma imagem técnica do corpo, ele acaba, como todas as outras coisas/objetos, passando simbolicamente por esse processo de abstração, perdendo sua relevância material em ordem de aparecer virtualmente nas telas. Não são raras, no entanto, as tentativas de alteração concreta do corpo, as quais se dão por meio de procedimentos estéticos, dietas e cirurgias plásticas, invasivas e arriscadas, conforme aponta Sanches (2018), em *Corpus Alienum*, tese na qual apresenta o efeito dos discursos das novas dietas.

Há um paralelo com o que Kamper (1998) chamou de mortificação do corpo. Visto como um objetivo frívolo, dissecado pela medicina e esvaziado de sentido, todo e qualquer procedimento sobre ele se torna aceitável, sendo esse processo também uma forma de disciplinamento ideológico. Nesse sentido, o autor aborda a mortificação do corpo a partir da tentativa de sua transformação em imagem técnica, ou seja, a tentativa de fazer o corpo concreto se tornar um holograma nulodimensional, orientado pelo olhar midiático.

A coerção – de transformar em imagem tudo o que existe, por força do olhar – está algemada a uma estranha voluntariedade que borra e apaga inapelavelmente as velhas fronteiras, frentes de batalha e limites. Esta coerção “coerção voluntária” desdobra-se e revela-se atualmente em imponentes efeitos especiais, e com uma eficácia irrefutável. E, para aqueles que, voluntária ou involuntariamente, colocam a visibilidade como condição da própria pertencência social, ela não deixa a menor chance de escapar. Abra-se aí um círculo vicioso:

para participar no processo da visibilidade em ascensão, as pessoas suportam a perda da própria vida em sua corporalidade pluridimensional. Elas condenam a si mesmas a existir e a viver apenas na superfície da imagem. E isto acontece com uma crueldade absolutamente internalizada (KAMPER, 2000, p. 8).

Conforme aponta o autor, essa tentativa de transformação não é feita sem sofrimento. Apesar disso, as pessoas acabam se submetendo a esse processo. Consideram-se aqui as reflexões de Baitello Junior (2005) a respeito da iconofagia, contexto no qual a repetição de imagens mediáticas gera um eco tão profundo no imaginário social a ponto de essas representações serem as únicas referências imagéticas da sociedade contemporânea. Assim, o corpo concreto, aquele que deixa testemunhos físicos de sua existência, muitas vezes incontroláveis pela racionalidade, e que já vinha sofrendo ataques sistemáticos desde a Idade Média, em especial o feminino, controlado pelo Estado em todas as suas formas (FEDERICI, 2017), continuou como foco de violência em uma nova forma de coerção, com a obsessão por transformá-lo em imagem. A lógica da não-coisa (FLUSSER, 2008) também pode ser vista na lógica do não-corpo, sendo a gordofobia ao mesmo tempo sintoma e consequência desse processo que se dá das mais diversas formas, das mais sutis às mais agressivas.

Os modelos que os *media* apresentam para essas pessoas cumprem alguns propósitos. Entre outras representações identificadas de forma preliminar, e que serão detalhadas adiante, tem-se modelos em que as pessoas gordas apresentadas e representadas servem ou de alívio cômico à história, quando suas características físicas são utilizadas como ponto de humor, ou de estepe para o personagem principal seja como conselheiro, melhor amigo ou aliado. Outra representação comum é a da pessoa gorda como sendo feio, repulsivo, com poucos hábitos de higiene, ou então uma abobalhada patética. Entretanto, é difícil uma pessoa gorda aparecer como personagem principal ou modelo a ser seguido. Não raro é possível ver que, para ser bem-sucedido, o personagem percebido gordo precisa passar por uma transformação estética que inclui, obviamente, o processo de emagrecimento.

Em uma sociedade cujo *bios* se encontra midiaticizado (SODRÉ, 2002), ou seja, cuja essência social e essência midiática se misturam, refletindo-se em um jogo de espelhos seus propósitos, conceitos e comportamentos, vê-se a reprodução desses padrões na concretude de carne em exemplos corriqueiros, inclusive: a pessoa gorda não passa na catraca do ônibus, não cabe na poltrona do cinema e não encontra, com a facilidade de simplesmente ir ao shopping, uma básica calça jeans para comprar. Ela é insultada por sua forma física publicamente e, constantemente, é alvo de piadas. Com o pretexto de “só fazer uma brincadeira”, a sociedade mediatizada leva quem sofre com a gordofobia a se suprimir e se anular, já que essa pessoa, mesmo que queira, de maneira geral, não veste roupas chamativas, com estampas ou com cores, tem dificuldades para sair de casa e sérios problemas em se relacionar consigo mesma e com os outros.

No que diz respeito à mulher gorda, cabe dizer que, uma vez que em um modelo colonial, heteronormativo e patriarcal de sociedade, a vigilância ideológica em relação ao comportamento da mulher, inclusive ao controle sobre seu corpo, torna-se naturalizada (FEDERICI, 2017). Serve ainda a esse sistema o monoteísmo cristão, com sua divindade masculina etérea/imaterial, que tira da terra, da natureza, tudo aquilo que

é sagrado e transforma o corpo concreto no local de pecado. Sendo a mulher a analogia da mãe terra, aquela que gera, que provê, essa se tornou a bruxa, a vilã, a responsável pela queda do paraíso, por todos os males do mundo. Não é à toa que, como forma de purificação do corpo, uma das penitências mais utilizadas durante a Idade Média foi justamente o jejum autoimposto, gerando inclusive uma legião de “santas jejuadoras” glorificadas por sua obstinação e disciplina no propósito ascético de privação corporal da comida e do que ela gera em consequência (WEINBERG; CORDÁS, 2006).

Em um contexto contemporâneo, distúrbios alimentares, dependência química, transtornos psicológicos e depressão podem ser diretamente relacionados às consequências da gordofobia e que, em decorrência disso, podem levar ao suicídio (RUBINO et al, 2020). No contexto comunicacional, o apagamento do corpo gera consequências dramáticas. Isso porque, entendendo comunicação no seu sentido antropológico, o corpo é fundamental no processo de mimese e, conseqüentemente, na construção, fortalecimento e manutenção de vínculos sociais, além de extremamente necessário para a sobrevivência da espécie.

### PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Conforme descrito, entende-se a gordofobia como um tema relevante para a área da Comunicação a partir de duas vertentes: a primeira delas considera o corpo da pessoa gorda como objeto de estudo e diz respeito à compreensão do corpo como nossa primeira e mais complexa ferramenta de comunicação. Nesse sentido, questionam-se quais seriam as consequências do ataque a esse corpo/mídia, na forma da gordofobia, nos processos de criação, manutenção e fortalecimento de vínculos comunicacionais inerentes à raça humana (PROSS apud BAITELLO JUNIOR, 1998). Já a segunda se relaciona com a imagem e a representação da pessoa gorda e do seu corpo, tanto em sociedade quanto midiaticamente. Aqui, a hipótese trabalhada é a de que a gordofobia é, em si, um fenômeno tanto social quanto midiático, que atende ao projeto de vida de um sistema capitalista, patriarcal, colonial e heteronormativo para a conformação dos corpos das mulheres.

Assim, no que diz respeito à revisão bibliográfica, aplicaram-se, além dos estudos de Kamper (1998; 2000), sobre a transformação do corpo em imagem, os de Flusser (2008), sobre a abstração, e os de Sodré (2002), sobre o *bios* midiático. O embasamento acerca dos estigmas e dos estereótipos veio a partir de Goffman (1988) e dos estudos feministas; e do corpo, a partir de Federici (2017) e de Greer (1999). O fenômeno em si, ou seja, a gordofobia, tanto social quanto midiática, foi tratado de forma transdisciplinar, valorizando justamente as subjetividades e as experiências pessoais que ressoam no coletivo, das quais se referiu Hollanda (2018), bem como os lugares de fala para a problematização das questões que Ribeiro (2017) aponta. Nesse sentido, sendo uma das autoras gorda desde a infância, optou-se por desenvolver um trabalho que envolvesse o uso das suas próprias histórias sobre a gordofobia, experimentada ao longo de uma vida, e a análise de conteúdo midiático que se relaciona a essas histórias, justapostos entre si a partir do método da complexidade (MORIN, 2005), procedimento detalhado a seguir.

Utilizando o método da autoetnografia, no qual quem pesquisa não apenas relata uma situação observada, participada ou não, mas também faz uso de suas próprias experiências como objeto de estudo, uma vez que se compreende como parte integrante de um contexto social macro cujos fenômenos também se manifestam em si como sujeito (ELLIS; ADAMS; BOCHNER, 2011), optou-se pela técnica das narrativas pessoais para os relatos de gordofobia experimentada em vida. Comprometida em ser o mais fiel possível à memória, não ocultando detalhes ou nuances nas passagens, a história se subdividiu em quatro fases: infância, pré-adolescência, vida jovem adulta e tempos contemporâneos, compreendendo o período entre o final da década de 1980 e o final da década de 2010, geolocalizada no sudeste brasileiro, cujos marcadores socioeconômicos são de uma mulher branca, cisgênero, heterossexual e de classe média alta. Com o objetivo, no entanto, de entender a gordofobia não só como um fenômeno social quanto também de mídia, foram escolhidos quatro produtos midiáticos que se relacionassem com cada fase de experiência vivenciada. Com ciência de que exemplos são tantos, nas mais diferentes segmentações, delimitou-se então que, para a análise, eles deveriam ser contemporâneos em lançamento e/ou veiculação a cada fase para a qual estariam relacionados, em um intervalo máximo de tempo de 5 anos. Além disso, as personagens escolhidas no âmbito desses produtos deveriam estar na mesma fase de vida que as narradas nas histórias pessoais. Assim, para a infância, trabalhou-se com a personagem Laura, da novelinha mexicana *Carrossel*, em sua primeira versão exibida no Brasil (1989-1990); para a fase da pré-adolescência, escolheu-se a produção de Hollywood *Nunca fui beijada*, cuja protagonista, Josie Nojenta, é interpretada pela atriz Drew Barrymore (1999); na fase da vida jovem adulta, escolheu-se a personagem Monica, do seriado americano *Friends* (1994-2004), e, em tempos contemporâneos, optou-se por uma peça jornalística: uma notícia sobre o emagrecimento da atriz Guta Stresser (2017).

Dada a variedade das narrativas, optou-se por organizá-las, codificá-las e categorizá-las a partir da análise de conteúdo (BARDIN, 1988; FONSECA JÚNIOR, 2010), método que permite uma análise conjuntural a partir dos dados tais como se apresentam, o contexto no qual eles estão inseridos, o conhecimento de quem pesquisa acerca do assunto, o objetivo que se tem com a análise, a inferência como exercício intelectual e a validação que vem como consequência desse processo. A inferência e o tratamento da informação dados a essas narrativas, no entanto, ficou por conta do método da complexidade (MORIN, 2005), aplicando na justaposição das narrativas os três princípios propostos pelo autor: o dialógico, que considera que os elementos são opostos complementares; o recursivo, que aponta para o fato de que somos produto daquilo que produzimos; e o hologramático, que traz a relação da parte com o todo e do todo com a parte.

Todo processo levou à compreensão de que a gordofobia vivenciada na concretude da carne também era experimentada na virtualidade dos *media*, mantendo, reforçando, estimulando e, por vezes, dando margem a novas formas de ação do preconceito, ora em sociedade, ora midiaticamente; opostos complementares que criam e recriam violências que, da microrrealidade, compõem o todo social e midiático e que, do todo, agem e retroagem nas individualidades, conforme será demonstrado nos tópicos a seguir.

## PRECISAMOS FALAR SOBRE GORDOFOBIA

Gordofobia é o preconceito contra as pessoas gordas que vai além da pressão estética. Às pessoas gordas são privados direitos básicos como o de ir e vir, por exemplo. Tal privação acontece de várias maneiras, desde o fato de transporte público não comportar corpos maiores em seus bancos e catracas, como o acontecimento narrado por Flávia Durante, criadora do Pop Plus, evento de moda grande que desde 2012 acontece em São Paulo:

Lembro como se fosse ontem. Ao lado de amigas blogueiras e produtoras celebrávamos a primeira participação de modelos gordos no São Paulo Fashion Week, o evento de moda mais importante do Brasil. Estávamos radiantes por mais essa conquista. Ao sair do desfile na Bienal do Ibirapuera, rumo ao ponto de ônibus, logo voltamos à realidade. Metade da turma conseguiu passar da catraca, metade não. Ali estava dado o recado: o mundo ainda não é feito para pessoas gordas (DURANTE, 2017).

O evento criado por Flávia também responde a outra forma de privação do direito de ir e vir das pessoas gordas, aparentemente mais sutil: muitas dessas pessoas não saem de casa porque não há roupas adequadas que as cubram. É o que aponta Aires (2019), na obra *De gorda a plus size: a moda do tamanho grande*, ao mostrar como o mercado da moda popular, com moldes padronizados das lojas de departamento e *fast fashion*, apenas na virada dos anos 2010 começa a se empenhar para atender pessoas com corpos maiores, mas ainda de forma muito deficiente.

Já quando conseguem sair de casa, no entanto, as pessoas gordas estão sujeitas a uma série de outras violências. A jornalista Jéssica Balbino, por exemplo, teve o muro de casa pichado com os dizeres “Jessica gorda” (SILVA, 2016). Em outra história, Bárbara Braga estava em uma casa de shows e, sob os gritos de “gorda nojenta”, foi agredida fisicamente (ALMEIDA, 2017). A gordofobia também acontece dentro do próprio ambiente familiar e nos relacionamentos amorosos, como ilustra o relato a seguir:

Já passei por muitas situações péssimas por ser gorda e o amor/tesão ter padrão: homens me abordarem em festas, falarem o quanto eu sou linda, meus olhos maravilhosos, mas dão meia volta e vão ficar com a magra, porque ficar com gorda “queima o filme”. Um cara já me disse que eu deveria ficar com ele pois era gorda e ele já estava até me dando uma chance. Pelo pensamento dele, eu deveria abraçá-la com todas minhas forças, afinal ninguém que a gorda, quem quer mulher gorda? Muitas vezes estou na rua e passa um casal, o cara está com uma menina padronizada, mas fica lá, me olhando babando e eu sei que se ele estivesse solteiro ele nunca iria me escolher para andar por aí, pois quem consegue amar e foder uma gorda? Tinder e OkCupid não funcionam da mesma forma como funciona para minhas amigas magras, a oferta é muito menor, pois só por ser magra você já merece uma chance de se mostrar uma pessoa interessante: ser gorda é ser desumanizada o tempo todo, pois



somos resumidas ao corpo gordo e corpo gordo não pensa, não sente, não é interessante, quando a mulher gorda não é vista como a que dá mais fácil porque é mais difícil pra gente “arrumar quem queira” e então viramos meros orifícios para prazer alheio (MOURA, 2019).

No mercado de trabalho também não é diferente, e a pessoa gorda, a despeito da sua competência, passa por constrangimentos de toda ordem, como o que aconteceu publicamente em 8 de junho de 2020, com a advogada Sandra Daniotti. Ao trazer a pauta dos direitos da família e da violência doméstica em tempos de pandemia de coronavírus, o vespertino *Mulheres*, da *TV Gazeta*, a constrangeu ao vivo. Enquanto explicava questões jurídicas ao público, Sandra foi interrompida por uma participação da endocrinologista Maithê Pimentel, com a fala: “Sandrinha, se eu te pedir uma coisa você me ajuda? Eu quero te ajudar a emagrecer” (PACHECO, 2020). A apresentadora Márcia Volpato se eximiu da culpa: “No meio da pauta jurídica, Maithê?”, perguntou, e depois reiterou a posição em redes sociais. Após a repercussão negativa, a própria *TV Gazeta* divulgou comunicado afirmando que “repensará a temática” em próximas pautas<sup>6</sup>.

A passagem da *TV Gazeta* é emblemática também porque, ao trazer uma nutricionista para falar sobre o assunto, a emissora reforça a relação do peso com a saúde, atrelada ao discurso da medicina a respeito do combate à obesidade, o qual vem sendo questionado pela própria comunidade médica. No Canadá, por exemplo, os protocolos de saúde já foram alterados de forma que não é apenas o resultado do índice de massa corpórea (IMC) o único critério determinante da condição de saúde de uma pessoa. Os novos protocolos que consideram condições pré-predicativas foram publicados no *Canadian Medical Association Journal*, mencionando ainda a necessidade de se combater a gordofobia médica, que, entre outras formas, se manifesta quando profissionais da área da saúde deixam de prestar atendimento adequado a pessoas gordas por considerá-las desenganadas (WHARTON et al, 2020).

Outras situações aparentemente mais sutis de gordofobia médica, mas tão violentas quanto, estão relacionadas à ausência de equipamentos para atendimento, como aferidores de pressão, macas e aventais. Essas questões também são discutidas em um estudo publicado na *Nature Medicine* (RUBINO et al, 2020), que aponta ainda que, por causa do preconceito, pessoas gordas são expostas a depressão, ansiedade, isolamento social, distúrbios alimentares e consumo de drogas e álcool, sendo muitas vezes as consequências da gordofobia muito mais perigosas que as doenças comumente associadas à obesidade, como cardiopatias, hipertensão e diabetes. Isso porque há uma maior propensão de pessoas com obesidade desenvolverem tais doenças, o que não necessariamente significa que vão desenvolver (SBEM, 2017); já a gordofobia, no entanto, basta ser uma pessoa gorda para estar sujeita a ela.

## AUTOETNOGRAFIA DA GORDOFOBIA SOB O OLHAR DA COMPLEXIDADE

O que aconteceu com a Flávia, com a Jéssica, com a Bárbara, com a Sandra, com o que conta Aliana

<sup>6</sup> Conforme comunicado divulgado no Instagram da emissora, em 11 de junho de 2020.

Aires em seu livro ou com a personagem do depoimento coletado por Moura (2019) para seu trabalho, conforme apresentado anteriormente, também aconteceu com uma das autoras deste artigo. Na infância, sofreu abusos psicológicos da família e também na escola em relação ao tamanho do seu corpo, de forma a negá-lo constantemente; na adolescência, a negação de sua sexualidade, sendo vista como nojenta ou repulsiva, levaram-na a uma série de relacionamentos abusivos na vida adulta; desenvolveu distúrbios alimentares que a levaram ao transtorno dismórfico corporal: emagrecida após uma dieta na qual sua única refeição diária era uma cabeça de brócolis cozida no vapor, não reconhecia a sua imagem refletida no espelho, estava anêmica e depressiva, mas era elogiada por estar magra e ouvia frases como: “Parabéns, a saúde em primeiro lugar!”. Desenvolveu vício em medicamentos para emagrecer, e quando conseguia parar de tomá-los, engordava o dobro, às vezes o triplo do que havia emagrecido, em poucos meses. Tornou-se fechada, com fobia social, supercompensando no trabalho suas frustrações e, quando em um consultório médico, ouviu inúmeras vezes que precisava emagrecer, mesmo tendo seus exames avaliados como dentro do esperado para seus marcadores de idade e gênero. Certa, no entanto, de que era culpada por isso, foi apenas quando viu uma amiga sofrer gordofobia, em um caso que foi parar na justiça, tendo o agressor sido condenado, que se deu conta de que a vítima não pode ser culpada pela violência que sofre.

Com o olhar crítico para essa condição, passou a ver como as pessoas gordas eram tratadas nos diversos espaços e também nos produtos de mídia, identificando as relações entre o social e o midiático no que diz respeito ao preconceito. Nos exemplos separados para análise, apresentados em tópico anterior, constata-se que Laura, da novelinha mexicana *Carrossel*, é uma criança retratada como triste e sonhadora, aparece sempre comendo, enquadrada em *close-up*, *super close* ou *contra-plongée*, recursos visuais utilizados quando se quer passar a sensação de algo grande, que não cabe na tela. Os colegas estão sempre pregando peças em Laura, e por vezes a própria professora a hostiliza por seu tamanho. Em *Nunca fui beijada*, a protagonista Josie é chamada de “Josie grossy” – em tradução livre, “Josie nojenta”. Nesse caso, ela é rejeitada pelo seu interesse amoroso e sofre todo tipo de importunação. Gorda, ainda é retratada como suja, cabelo ensebado, de forma que não sabe se vestir ou apresenta qualquer sinal de vaidade. Josie é estudiosa e vira uma jovem jornalista supercompetente, mas que não sabe lidar com as pessoas. Quando emagrece, no entanto, suas habilidades sociais se alteram como em um passe de mágica, e ela se torna popular e desejada.

Outro caso emblemático é o de Monica Geller, do seriado *Friends*, que foi gorda em sua fase de juventude e depois se tornou uma adulta muito magra. A decisão de emagrecer veio porque ouviu de seu interesse amoroso que ela era gorda, e que por isso ele não queria passar a noite com ela. Interpretada pela mesma atriz, Courteney Cox, ela precisa ser caracterizada de gorda para as cenas de *flash back*. Gorda, Monica é retratada como bobalhona e espalhafatosa, e a exemplo de Laura, também sempre aparece comendo. No entanto, ela é carinhosa e cuidadosa com seus amigos, que não demonstram valorizar tais características. Quando emagrece, no entanto, Monica se torna competitiva, manipuladora e compulsiva por limpeza e organização. Mesmo sendo rude com os amigos, eles passam a valorizá-la, e no final ela se casa e forma

uma família com o mesmo personagem que a rejeitou por ser gorda. Por fim, o último exemplo analisado junto às histórias de vida da autora se encontra na notícia sobre o emagrecimento da atriz Guta Stresser, conhecida por interpretar o papel de Bebel, no seriado *A Grande Família*. Com a manchete “Após perder o pai e o emprego, atriz emagrece 15 kg e fica gata”, o texto que falava sobre como a atriz superou as adversidades da depressão e do desemprego com exercícios físicos e mudança na alimentação. Publicada originalmente no portal R7, a matéria não está mais no ar, mas um print da manchete ainda pode ser encontrada pela internet (FONSECA, 2017).

Assim, na inferência e na análise feitas a partir do método da complexidade (MORIN, 2005), conforme já apresentado, entendeu-se que o corpo – mídia primária – atua em oposição complementar à mídia eletrônica – terciária –, conforme conceitua Pross (apud BAITELLO JUNIOR, 1998), em sua teoria da mídia. Ou seja, da mesma maneira que o corpo social contemporâneo faz uso dos *media* e de seus conteúdos para sua sociabilização, não faz sentido a existência dos *media* sem as pessoas e seus corpos para se relacionarem com eles, tendo assim a presença do princípio dialógico. Na recursividade, vê-se claramente a gordofobia que é praticada na concretude da carne sendo reproduzida nos produtos midiáticos, assim como aquilo que é apresentado nos produtos midiáticos também serve de exemplo para novas ações gordofóbicas, levando ao princípio hologramático (o todo na parte, a parte no todo), pois da mesma forma que há gordofobia na comunicação midiática, a comunicação midiática também se faz na gordofobia, produzindo e reproduzindo os sentidos do preconceito.

## O PESO, A MÍDIA E O PRECONCEITO: ESTEREÓTIPOS MIDIÁTICOS DAS MULHERES GORDAS

Goffman (1988) explica o processo de estigmatização e estereotipização na construção social. Estigma é um marca que a pessoa carrega, que pode ser inata, como a cor da pele, ou adquirida ao longo da vida, como uma deficiência física resultante de um acidente, por exemplo, e que no contexto social no qual a pessoa está inserida possui uma carga de valor negativa. Neste artigo, compreende-se que ser uma pessoa gorda, seja porque sempre foi gorda ou porque engordou, independente do motivo, é um marcador que, no contexto contemporâneo, é estigmatizado. Nesse mesmo sentido, o autor explica que, a partir das relações sociais estabelecidas, a pessoa em sua totalidade fica reduzida ao seu estigma, em um processo de desumanização. Na relação estigmatizada, a pessoa com os marcadores ganha características rígidas, a partir de um julgamento superficial que generaliza seus hábitos de vida e suas práticas apenas por ideias que são construídas, repetidas e difundidas, hoje com a ajuda dos *media*, acerca dessas pessoas – os chamados estereótipos. Assim, entende-se que o estigma, ou seja, a marca de ser uma pessoa gorda na sociedade contemporânea, permeia estereótipos dos mais diversos. Considerando os estudos e exemplos apresentados, então, foi possível identificar e associar a outros exemplos de mídia, conforme detalhado a seguir:

**1. Alívio cômico.** Monica Geller, de *Friends*, inaugura essa categoria com as piadas que dizem

respeito ao fato de ela não conseguir se levantar quando cai no chão, por exemplo, ou quando a maneira que ela dança é considerada engraçada porque seu corpo gordo se move de maneira engraçada. Há ainda, nesse grupo, duas subdivisões. A primeira delas é quando a pessoa gorda é responsável por piadas de todo gênero. Ela tem sempre um comentário bem-humorado e divertido para fazer, geralmente quando, no enredo, não se espera por isso. Trata-se de um perfil mais comum em personagens masculinos, mas entre as personagens femininas é o caso de Sookie, a cozinheira do seriado *Gilmore Girls*. Interpretada pela atriz Melissa McCarthy, sua forma física não é motivo de destaque, mas Sookie é sempre quem faz alguma palhaçada. Já a segunda subdivisão é de uma crueldade mais escancarada. Ela se dá quando a forma física da pessoa, por si só, é motivo de piada. Ri-se da gorda sempre em situações esdrúxulas, sempre comendo, nas quais seu corpo a faz ter movimentos espalhafatosos, que causam acidentes a ela ou a outrem. Esses casos são mais comuns e podem ser observados em produções de Hollywood, como *O Amor é Cego*, por exemplo. Nele, a atriz magérrima Gwyneth Paltrow ganha, inclusive, uma fantasia de gorda para interpretar Rosemary. Uma das pretensas cenas cômicas do filme se passa quando a personagem quebra a cadeira de um restaurante ao se sentar. No Brasil, a Marcelina, de *Minha Mãe é Uma Peça*, é apenas um dos casos que podem ser mencionados.

**2. Estepe para o personagem principal.** Às vezes, a personagem gorda é interessante, inteligente, sagaz... Mas sua forma física a coloca em uma posição de coadjuvante no enredo. Josie Grossy é um exemplo. Gorda, ela não conseguia se destacar em nada na sua vida, o que só foi possível de acontecer quando magra. Em inglês, há até um termo para isso: *designated ugly fat friend*, ou DUFF (QUEIROZ, 2018) – “amiga feia e gorda protocolar”, em tradução livre. Apesar das características positivas, a DUFF aparentemente não tem vida própria e vive em função da melhor amiga, magra, dando conselhos, orientando, fazendo-a se sentir melhor consigo mesma, quando ela mesma não enxerga suas próprias características positivas. Exemplos nesse sentido vão desde Celina, de outra novela mexicana para público jovem e de sucesso no Brasil, *Rebelde*, passando por Barb, do seriado *Stranger Things*, a Julie, do indicado ao Oscar *Lady Bird*.

**3. Personificação daquilo que é feio, repulsivo, patético, errado.** Esse é um tipo de representação também bastante comum, associado à ideia de que pessoas gordas são sujas, preguiçosas, desleixadas, malvestidas, estão sempre suadas e daí por diante. É também o caso de “*Josie grossie*” ou “*Josie nojenta*”, como já apresentado. Outras das personagens mencionadas anteriormente também se encaixam nesse perfil, como a Rosemary, de *O Amor é Cego*. Sempre tristes e desanimadas, essas pessoas são indignas de receberem qualquer demonstração de afeto. Também são retratadas como comedoras compulsivas. Muitas vezes, essas personagens não têm nem nome e aparecem de passagem nas histórias, como a cena da cafeteria, em

*Meninas Malvadas*, em que Janis apresenta um grupo de meninas como “garotas que comem seus sentimentos”, em tradução livre. Dona Redonda, da telenovela brasileira *Saramandaia*, também se enquadra nessa categoria.

**4. Eterna romântica.** Aqui, é onde se vê claramente o perfil da personagem Laura, da novelinha *Carrossel*. Motivos de chacota, sempre em segundo plano e/ou repulsivas, é comum que, nas representações dos *media*, as personagens gordas também não recebam nenhuma atenção amorosa. Nesses casos, elas passam toda a narrativa sonhando com um par que nunca vão encontrar ou, quando encontram, esse par só o é a partir de muitas concessões de seus parâmetros para estar com uma mulher gorda. As já citadas Rosemary e Josie também se encaixam nesse grupo. Outro exemplo é a personagem Perséfone, interpretada por Fabiana Carla, na telenovela brasileira *Amor à Vida*, cuja missão de vida é arrumar um marido, mas não sem sofrer rejeições justamente por ser gorda.

**5. O emagrecimento que transforma.** Não raro, as personagens gordas, para serem aceitas por seu grupo, passam por transformações estéticas que incluem, obviamente, o emagrecimento. É um modelo repetido à exaustão, pelo qual Josie e Monica passaram na ficção e Guta na vida real, a partir da notícia de seu emagrecimento. Recentemente, a série *Insatiable*, oferecida no catálogo por *streaming* da Netflix, repetiu a fórmula que também se dá no contexto da vida pessoal das atrizes. Como é o caso de Kelly Osbourn, por exemplo, que teve tentativas frustradas no mundo artístico até emagrecer. Quando isso aconteceu, passou a ser considerada ícone de moda, beleza e estilo, inclusive apresentando um programa de televisão sobre o assunto.

Os exemplos são muitos e certamente não se esgotam nos aqui apresentados. Eles se desdobram para outros produtos, de outras nacionalidades e formatos, inclusive considerando o jornalismo, em especial o de entretenimento e sobre celebridades, que tem o emagrecimento ou o ganho de peso das artistas uma de suas principais pautas noticiosas. Em uma sociedade cujo *ethos* se encontra midiaticizado (SODRÉ, 2002), num jogo de espelho em que aquilo que acontece no social retroage no midiático e vice-versa, faz-se necessário olhar para essas representações e abordagens em relação aos corpos gordos de forma a desconstruir mais esse preconceito.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As consequências mais comumente relacionadas à gordofobia são os transtornos alimentares. No entanto, como demonstrado, dependência química, transtornos psicológicos e depressão também estão associadas a ela. Com o método autoetnográfico, foi possível compreender a incidência do fenômeno em

uma realidade individual, que, no entanto, se espelha no coletivo, em tantas outras vivências e referências, inclusive no contexto de mídia. É na mídia que os estereótipos das pessoas gordas são explorados ao extremo, reforçando e dando margem para novas formas de incidência desse preconceito. Ao entender a gordofobia como um preconceito que tem como alvo a imagem de um corpo – afinal, as ideias que se fazem acerca dos hábitos de vida e das práticas das pessoas gordas se dão apenas pelo olhar que identifica se a pessoa é ou não gorda –, percebe-se então sua íntima relação com os media, e em especial com a mídia visual e eletrônica. Nesses meios, a representação das pessoas gordas, especialmente das mulheres, é em suma maioria carregada de características negativas, com potencial reprodução desses padrões no contexto social. No decorrer do artigo, foram demonstradas quais as consequências da gordofobia.

Além disso, discutiu-se os processos de midiaticização desse preconceito, apresentando os estereótipos midiáticos para as mulheres gordas, percebendo quanto os *media* influenciam o comportamento social e vice-versa. Reconheceu-se que, nos *media*, as personagens gordas ora são apresentadas como alívio cômico, ora como estepe para a personagem principal, ora como personificação daquilo que é feio, repulsivo, patético, errado, ora como a eterna romântica e sonhadora. Não raro, para serem aceitas por seus grupos, essas personagens sofrem transformações físicas, que invariavelmente passam pelo emagrecimento. Assim, o que se representa nos *media* acontece diariamente na vida das pessoas gordas, sendo urgente a desconstrução de tais padrões narrativos e imagéticos, em um processo de resgate, reapropriação e ressignificação do corpo concreto e de seu protagonismo na comunicação.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Denise de. Jovem é agredida por desconhecido na balada: “apanhei porque sou gorda”. *Universa*, São Paulo, 14 abr. 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3j5kW5g>>. Acesso em: 16 out. 2020.

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

ARRUDA, Agnes de Sousa. *O peso e a mídia: uma autoetnografia da gordofobia sob o olhar da complexidade*. 2019. 116 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Paulista, São Paulo, 2019.

\_\_\_\_\_.; MIKLOS, Jorge. O peso na mídia: estratégias de resistência à gordofobia. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo et al (Orgs.). *Comunicação, diversidade e tolerância*. São Paulo, Lisboa: ECA-USP, FCH-UCP, 2018. p. 667-690.

ATIVISTA responde piada considerada gordofóbica de Danilo Gentili. *O Estado de S.Paulo*, São Paulo, 27 dez. 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3nYj7Lg>>. Acesso em: 15 out. 2020.

BAITELLO JUNIOR, Norval. *A era da iconofagia: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura*. São Paulo: Hacker, 2005.

\_\_\_\_\_. Comunicação, mídia e cultura. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 12, n. 4, p. 11-16, out./dez. 1998.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1988.

BODY IMAGE MOVIMENT. *About*. Disponível em: <<https://bit.ly/2SX9Rsn>>. Acesso em: 15 out. 2020.

DURANTE, Flávia. Gordofobia existe até em ônibus: "Sinto frio na barriga ao ver a catraca". *Universa*, São Paulo, 24 nov. 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/355ze09>>. Acesso em: 16 out. 2020.

ELLIS, Carolyn; ADAMS, Tony E.; BOCHNER, Arthur P. Autoethnography: an overview. *FQS*, v. 12, n. 1, 2011. Disponível em: <<https://bit.ly/3bYjbnF>>. Acesso em: 19 out. 2018.

FEDERICI, Silvia. *Calibã e a bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva*. São Paulo: Elefante, 2017.

FLUSSER, Vilém. *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.

FONSECA, Kalli. Parem de glamourizar a perda de peso alheia. *Beleza Sem Tamanho*, 23 maio 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3nWGCEn>>. Acesso em: 16 out. 2020.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. p. 280-304.

GOFFMAN, Erving. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. São Paulo: LTC, 1988.

GREER, Germaine. *A mulher total*. Lisboa: Editorial Notícias, 1999.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. *Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

KAMPER, Dietmar. Sobre o futuro da visibilidade. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL IMAGEM E VIOLÊNCIA, São Paulo, 2000. *Imagem e Violência*. São Paulo: Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, SESC Vila Mariana, 2000. Disponível em: <<https://bit.ly/3d823w2>>. Acesso em: 22 out. 2020.

\_\_\_\_\_. *O trabalho como vida*. São Paulo: Annablume, 1998.

MORIN, Edgar. *Introdução ao pensamento complexo*. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MOURA, Gabriela. Racismo, transfobia e gordofobia – o amor além da fantasia: Padrões estéticos em relações amorosas. *Revista Subjetiva*, 9 abr. 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/31bKtU4>>. Acesso em: 16 out. 2020.

PACHECO, Paulo. Gazeta constrange convidada com proposta para emagrecer e pede desculpas. *UOL Televisão*, São Paulo, 11 jun. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3iJ2M9K>>. Acesso em: 14 ago. 2020.

QUEIROZ, Jaqueline. A amiga gorda em Lady Bird. *Preta, Nerd & Burning Hell*, 14 maio 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/3m0qlqv>>. Acesso em: 25 jan. 2019.

RIBEIRO, Djamila. As diversas ondas do feminismo acadêmico. *Portal Geledés*, 25 nov. 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/3j0NY6a>>. Acesso em: 15 out. 2020.

\_\_\_\_\_. *O que é lugar de fala*. Belo Horizonte: Letramento: Justificando, 2017.

RUBINO, Francesco et al. Joint international consensus statement for ending stigma of obesity. *Nature Medicine*, n. 26, p. 485-497, mar. 2020.

SANCHES, Rodrigo Daniel. *Corpus Alienum*: efeitos do discurso das novas dietas, corpo-projeto e mídia. 2018. 204 f. Tese (Doutorado em Psicologia) – Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2018.

SBEM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ENDOCRINOLOGIA. *O que é a obesidade?* Disponível em: <<https://bit.ly/2HboGoN>>. Acesso em: 8 mar. 2017.

SILVA, Samantha. Jornalista chamada de ‘gorda’ vai transformar muro pichado em arte. *G1 Sul de Minas*, 29 mar. 2016. Disponível em: <<https://glo.bo/31e8XMw>>. Acesso em: 16 out. 2020.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002. WEINBERG, Cybelle; CORDÁS, Táki Athanássios. *Do altar às passarelas*: da anorexia santa à anorexia nervosa. São Paulo: Annablume, 2006.

WHARTON, Sean et al. Obesity in adults: a clinical practical guideline. *Canadian Medical Association Journal*, v. 192, p. 875-891, 4 ago. 2020.