

---

## **Gordas na Mídia: a resistência ao “corpo perfeito” midiaticizado na sociedade gordofóbica<sup>1</sup>**

Beatriz Abilio de Souza<sup>2</sup> e Patrícia Saldanha<sup>3</sup>  
Universidade Federal Fluminense

### **Resumo**

O objetivo do presente artigo é refletir se e como o processo de midiaticização de corpos estereotipados contribui para o fortalecimento de uma sociedade preconceituosa no que tange às mulheres gordas. Partimos da hipótese de que a relação entre gordofobia, mídia e imaginário pode ser o ponto de partida para impulsionar tal processo. Ademais, busca-se observar se a propagação de valores embutidos em conteúdos midiáticos opera na formação de condutas preconceituosas. Para tanto, analisaremos a narrativa que atravessa a personagem gorda Kate Pearson, da série *This is Us*, e fazer um contraponto com as informações do Mapeamento da Gordofobia no Brasil a partir de uma análise documental.

**Palavras-chave:** Mídia; Gordofobia. Mulheres Gordas; Midiaticização; *This is Us*.

### **Introdução**

A íntima e profunda relação entre gordofobia e mídia tem um papel essencial na construção de representações sociais e formação de conceitos. No contexto de corporeidades gordas femininas, essa relação vem ganhando ainda mais destaque, devido ao preconceito contra pessoas gordas cada vez mais visível no cotidiano da sociedade. Tal prática pode propagar comportamentos preconceituosos na sociedade cotidiana e provocar o apagamento de corpos gordos femininos no viés midiático através das representações estigmatizadas e estereotipadas. De acordo com Arruda

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GP Publicidade e Propaganda, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup>Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano-UFF, email: beatrizabilio@id.uff.br, membro do Laccops, apoio - FAPERJ.

<sup>3</sup>Profª Drª Associada III do Curso de Comunicação Social e Publicidade e Propaganda. Membro permanente do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano-UFF, email: patriciasaldanha@id.uff.br, membro do Laccops, apoio – FAPERJ.

(2021), a gordofobia é o preconceito contra as pessoas gordas e está relacionado aos meios hegemônicos de comunicação (Arruda, 2021). O preconceito, para além da estética, marginaliza corpos gordos e impede a sua plena vivência na sociedade. Por definição, a gordofobia é fruto da pressão social que impõe “padrões de beleza”, e se caracteriza pela desvalorização, estigmatização e hostilização de pessoas gordas e seus corpos (Arraes, 2014). Embora o preconceito englobe corpos gordos no geral, a discriminação é muito mais latente e visceral em mulheres, visto a conexão entre corpo, gênero e patriarcado.

O estudo Mapeamento da Gordofobia no Brasil (2022), idealizado pela jornalista Thamiris Rezende, 97,8% dos respondentes já sofreram algum tipo de preconceito por ser gordo, sendo 87,7% desses identificados como mulheres cisgênero. Destaca-se aqui o papel da mídia como uma parcela na produção desse preconceito, considerando a responsabilidade das representações midiáticas apresentadas na construção de sentidos que naturalizam a aversão. A mídia retrata as corporeidades gordas femininas de forma estereotipada e estigmatizada, Morin, em seu livro “Cultura de Massas do Século XX”, descreve esse fenômeno como “termos sociedade industrial ou sociedade de massa do qual ele é o equivalente cultural, privilegia excessivamente um dos núcleos da vida social” (MORIN, 2002, p. 14). Neste contexto, é possível fazer a associação entre gordofobia e mídia, levando em conta os privilégios que são empregados a corpos magros em contrapartida a marginalização de corpos gordos a partir de estigmas.

Goffman (1988), destaca o estigma como uma construção social cuja a qual determina que uma marca é atribuída ao portador como uma condição de desvalorização relativa a outros indivíduos de uma mesma comunidade. Nas representações de pessoas gordas na mídia, seus corpos são identificados com base em suas características que os tornam gordos, olhando apenas o exterior e abolindo o indivíduo que se torna um ser humano. Goffman (1988) completa dizendo que “um atributo que estigmatiza alguém pode confirmar a normalidade de outrem”, sendo assim, a ação que determina as características que desvalorizam um corpo gordo, é a mesma que normaliza os traços as que identificam um corpo magro.

Neste sentido, o artigo busca abrir perspectivas críticas de investigação sobre as questões decorrentes da íntima relação entre mídia e gordofobia, como uma forma de

---

contribuir com um pensamento não-hegemônico e epistemológico. O estudo visa analisar e compreender os processos de naturalização do preconceito na sociedade cotidiana que reforçam a estigmatização de corpos gordos femininos, bem como os impactos do preconceito no corpo social. Logo, a pesquisa irá se concentrar na série televisiva norte-americana, transmitida pela emissora NBC entre 2016 e 2022 e replicada no Brasil no período de 2020 a 2024, *This is Us*, mais precisamente na personagem Kate Pearson, interpretada pela atriz estadunidense Chrissy Metz, uma mulher gorda maior<sup>4</sup>. A partir dessa produção, busca-se avaliar os impactos do imaginário midiático na construção de comportamentos preconceituosos na sociedade e consequentemente na vida de mulheres gordas e analisar como a produção, apesar de tornar de se promover como uma história emancipatória, se torna ambígua em diversas situações.

### **1. Mídia e Corpos Midiatizados**

De acordo com Stig Hjarvard (2012) a midiaticização é um “conceito central em uma teoria sobre a importância intensificada e mutante da mídia dentro da cultura e sociedade”. Todavia, ao considerar que a importância da mídia é “intensificada e mutante”, é possível ponderar a forma como a mídia influencia o modo como mulheres gordas são vistas pela sociedade, a partir das representações midiáticas sejam elas estereotipadas ou não. Segundo Hjarvard (2012), existe uma parte significativa da influência que a mídia exerce que vem do fato de que ela é parte integral do funcionamento de outras instituições e por isso, a sociedade se submete a sua lógica.

As imagens exibidas para o público exercem uma influência na sociedade, tornando-a uma espécie de mediadora de discursos que são padronizados e configurados pela mídia, onde indivíduos são convencidos de monstruosidades atribuídas a corpos que não estão dentro do padrão e incentivados a se modificarem para se encaixar em exemplo social que reforça a aceitação social e valorização de apenas determinados tipos de corpos, que em sua maioria são brancos e magros. Ademais, a mídia desenvolve referências do que é pode ser considerado “normal” e “aceitável”, legitimando a normalização da padronização e desenvolvendo um imaginário coletivo que determina

---

<sup>4</sup> Mulheres gordas que vestem acima de 56/58 e enfrentam mais problemas de acessibilidade e preconceito na sociedade.

---

atribuições a um grupo específico, no caso o de mulheres gordas. Os indivíduos afetados por esses sentidos e imagens estigmatizadas podem vir a tentar mediatizar a si próprios para se tornarem semelhantes a imagem apresentada e difundida como real. Para mais, a sociedade pode reconhecer a retratação estereotipada e carregada de estigmas como uma forma de punir corpos diferentes.

Apesar da existência da validade do sofrimento considerado necessário para que esse corpo se transforme em um corpo aceitável aos olhos do meio social cotidiano, pessoas gordas acabam se submetendo a esse processo de forma totalmente involuntária. Tal fato se dá pela intensa exposição a essas imagens mediatizadas que se prendem ao imaginário social de uma forma muito intensa, tornando-se, na maioria das vezes, as únicas referências que a sociedade contemporânea possui. Para tanto, também é possível afirmar que as mulheres são as que mais sofrem com essas atribuições estereotipadas associadas aos corpos gordos e à pressão estética social, devido ao preconceito que está intrínseco a esse processo de padronização.

A mediatização estigmatizada e estereotipada do corpo gordo feminino pode se desenvolver das mais diferentes formas, sejam elas sutis ou severas. As imagens apresentadas pelo audiovisual, por exemplo, podem cumprir diferentes propósitos dentro de uma trama que possui personagens femininas gordas. Mulheres gordas são frequentemente usadas como um alívio cômico à história, como a amiga engraçada e piadista, a colega conselheira e a sensata e também como uma figura maternal para um grupo. Em algumas representações elas também podem ser retratadas como repulsivas, agressivas, com hábitos de higiene questionáveis e feias.

Personagens femininas gordas também são apresentadas como uma história de superação, onde passam por transformações estéticas onde emagrecem e automaticamente se tornam bem sucedidas e consideradas belas. Ainda há as personagens que possuem uma vida baseada em sofrimento e são acometidas por diversas monstruosidades por serem gordas. Dificilmente, as figuras gordas são os principais da produção ou modelos a serem idealizados e seguidos. No entanto, existem ainda produções que promovem uma forma diferente de apresentação dessas personagens, onde a narrativa tenta ressignificar situações vividas durante a trama mesmo que ainda retrate a gordofobia sofrida. Porém, apesar da aparente preocupação da criação de narrativas que contenham discursos oferecidos ao público que consome a

---

produção sejam tratados como permissivos quanto a história de pessoas gordas, eles ainda carregam estigmas da gordofobia no seu desenvolvimento.

As diferentes formas de representação de mulheres gordas no viés midiático, em sua maioria, assumem semelhantes formas de retratar um corpo gordo feminino. Tais produções constroem narrativas que padronizam pessoas gordas, sem considerar suas diferentes vivências sociais, resultando no apagamento desses corpos usando as piores formas possíveis de representação. Dessa maneira, percebe-se que a midiaticização do corpo gordo têm grande papel na sobrevivência e manutenção da gordofobia na sociedade, por conta do papel que desempenha na produção e reprodução de discursos, bem como identidades. As imagens transmitidas repercutem no imaginário social de forma que as representações massivas midiáticas possam vir a se tornar referências visuais e comportamentais no cotidiano, moldando uma sociedade contemporânea gordofóbica.

## **2. Corpo Gordo e Sociedade**

Apesar de não existirem raízes históricas concretas que explicitem o preconceito em sua forma primária, há diversas perspectivas para o surgimento da gordofobia. Dentre eles, destaca-se algumas possibilidades como a capital, patriarcado e a igreja católica, visto que ambos trabalham para a padronização e vigilância de corpos gordos, e principalmente das corporeidades femininas. Claude Fischler (1995) diz que os corpos gordos, inicialmente, eram vistos como um ideal a ser alcançado, pois simbolizavam saúde e nutrição, tornaram-se algo que deve ser considerado anormal e motivo de ódio.

De acordo com Fischler (1995), o corpo é um “signo imediatamente interpretável por todos de nossa adesão ao vínculo social de nossa lealdade às regras da distribuição e da reciprocidade”. Entretanto, essa definição pesa sobre os corpos gordos pois se eles não podem mudar para se encaixar no padrão esperado, ele precisa se redimir por tal ato. Fischler (1995) define esse ato como “uma espécie de restituição simbólica” em que os indivíduos aceitam desempenhar os papéis sociais que são esperados deles. Dentre esses papéis sociais podem-se destacar podem ser ter o seu corpo público, pois deve-se estar disposto a receber julgamentos e principalmente que

---

eles ajam como os estereótipos que são comumente atribuídos a eles, pois são a única referência que possuem.

Fischler (1995) ainda ressalta, baseado em Goffman, que pessoas se permitem estar nos grupos sociais aos quais foram inseridos mesmo sabendo que poderão ser rejeitados em algum determinado momento. Os corpos gordos acabam passando pelo processo de marginalização, que determina que indivíduos e grupos sociais sejam colocados em locais em que seus acessos, recursos e oportunidades são negados. Tais corpos são considerados desviantes na sociedade como um exemplo de maus hábitos que não devem ser seguidos.

Jimenez (2020) aponta que a gordofobia não é específica de um único tempo na história ou locais, pois está presente em todos os âmbitos da sociedade e é sustentada pelo ideal de beleza magro, a falsa promoção de saúde magra e discursos de poder. Essas ações perpetuam o preconceito além de fortalecer os estereótipos que tornam o corpo gordo marginalizado, colocando estereótipos degradantes, atribuindo qualificações abomináveis a eles que levam à exclusão desses corpos do meio social. De acordo com Jimenez (2020), o corpo é entendido como figuração social no mundo contemporâneo, pois é a partir dele que são descritos os juízos que são empregados a ele. Sendo assim, esse corpo deve ser moldado de forma que esconda suas “fragilidades” e tenha a aparência mais bela, ou seja, a aparência magra. O corpo gordo é tido como incorreto e desviante, além de não ser digno de ser valorizado esteticamente, sendo assim, a sociedade tenta adequá-lo, e se não consegue, ele deve ser excluído.

De acordo com Le Breton (2010), o corpo não é um objeto do qual podemos nos afastar ou aproximar, ele é completo e inteiro. Sendo assim, não é possível separá-lo do homem que o encarna, sendo possível a sua existência apenas pela inteireza. Mulheres gordas são entendidas apenas como corpos que podem ser julgados e punidos por serem considerados incorretos, ocultando totalmente o ser humano que é abrigado no corpo gordo em questão que sofre com o preconceito.

Le Breton (2010) diz que o corpo ainda é o ponto de partida para significados e fundamenta as vivências individuais e em sociedade. Sendo assim, ele pode ser considerado como o início da compreensão do mundo, que pode dialogar e modificar lugares à medida que o corpo também se modifica. Le Breton (2010) ratifica que é

---

através deste corpo que o homem se apropria da substância de sua vida e a externaliza para outrem, como uma maneira de servir os sistemas simbólicos e compartilhar com os membros da comunidade. Nesse sentido, o corpo tornou-se tema central na sociedade, que a partir dele, tem poder de validar ou invalidar indivíduos (Le Breton, 2010). Desse modo, o corpo é base legitimada no meio social, bem como a sua permanência e valorização na sociedade nele também deriva do corpo que habita. Porém o corpo é necessário para um entendimento sobre as formas de comunicação no sentido mais antropológico, pois ele é parte do desenvolvimento de vínculos sociais, mesmo que existam outros jeitos que facilitem a comunicação entre indivíduos.

### **3. Gordas Geralmente Fazem Papel de Gordas**

No que diz respeito à gordofobia, esse atravessamento estético ganha muita força quando se trata de corpos femininos gordos em uma sociedade patriarcal, pois eles não estão dentro da forma física almejada, principalmente por conta da valoração ética desses corpos que não são considerados belos e tampouco corretos. Vistos como desacertados perante o corpo social a qual pertencem, mulheres gordas são culpabilizadas por seus corpos. Por não estarem dentro da dimensão estética considerada correta, seus corpos precisam ser disciplinados, modificados e punidos. E caso o indivíduo não atenda as expectativas de mudanças, acontece a mortificação desse corpo.

Ademais, o fato do corpo feminino ser muito mais volumoso por essência e passar por diversas transformações ao longo da sua existência como menstruação, gravidez e mudanças de hormônios ao longo da vida, a sua inserção dentro de um padrão torna-se uma tarefa árdua, visto todas as implicações. Devido a isso, esse processo de apagamento de corpo gordo colocando o corpo magro como sendo o único possível é extremamente cruel, pois dificilmente corporeidades femininas gordas conseguem almejar a imagem idealizada como bela e valorizada na sociedade e principalmente a apresentada pela mídia.

Contrera (2021) diz que "ainda será preciso expandir a discussão acerca de como o processo pelo qual os meios de comunicação sociais filtram o imaginário". Dito isso, a autora acredita que os meios de comunicação de massa são capazes de criar sua própria versão do imaginário coletivo. A mídia possui a propriedade de construção de

---

significados na sociedade, e que, no que tange corpos gordos femininos, eles são reduzidos e ressignificados a partir de padrões que representam vivências corporais seguem um modelo que envolve violências de naturezas diversas e principalmente a sua autodepreciação de corpos maiores e o culto a corpos magros.

Contrera (2021) também observa que os mais de cem anos da comunicação das massas moldaram de alguma forma as sociedades ocidentais, principalmente quando relacionadas ao corpo. As representações midiáticas que não performam a realidade vivenciada por pessoas reais não é relevante, bem como entender as questões da consciência ética que são afetadas nesse processo. E por isso, muitos indivíduos na sociedade se apropriaram de condutas explicitadas nas mídias, e logo, o mundo real deixou de ser importante e comovente quando o imaginário midiático passou a ser mais relevante compreendido como o modelo que deve ser seguido.

De acordo com Braga (2006), existe uma espécie de movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia. Ou seja, a mídia atua como um ponto de partida, mas não é o ponto de chegada e as percepções e impactos podem repercutir de maneiras distintas enquanto circulam, dependendo das estruturas sociais, culturais, políticas, econômicas e ambientais do ambiente que impactam. Sendo assim, a compreensão de cada indivíduo atingido pela onda da gordofobia emitida pela mídia será afetado de um determinado jeito, causando assim diferentes consequências.

A gordofobia pode ser entendida como um problema social, visto que ela não só afeta pessoas gordas como também a sociedade. Os processos de representação de pessoas gordas vêm acompanhadas de um apagamento do corpo gordo e intensificação das suas características ou inserção de atribuições relacionadas ao seu peso. A sociedade absorve os estigmas apresentados na mídia e prática a gordofobia recreativa<sup>5</sup>, já as próprias pessoas gordas atribuem para si mesmos os estereótipos e desenvolvem problemas de autoconfiança e despertencimento, onde os indivíduos não conseguem se identificar com as pessoas a sua volta, que resulta na inviabilização e formação de laços.

A série norte-americana *This is Us* acompanha o cotidiano da família Pearson durante várias linhas do tempo diferentes. Criado por Dan Fogelman, o drama se inicia após a morte de um dos seus trigêmeos durante o parto, o casal Rebecca (Mandy Moore) e Jack (Milo Ventimiglia) decidem adotar um recém-nascido que foi

---

<sup>5</sup> Ato de diminuir, inferiorizar e humilhar pessoas gordas por diversão.



abandonado em um quartel de bombeiros. Durante a série, os espectadores são apresentados a problemas e dilemas das personagens, bem como a vida particular dos três filhos durante a vida adulta, sendo um deles Kate, uma mulher gorda que passa a maior parte da trama tentando lidar com seu peso e superar traumas da infância.

Interpretada pela atriz estadunidense Chrissy Metz, a personagem Kate Pearson é uma mulher gorda desde a sua infância e tem como um dos seus principais traços a falta de autoestima, resultado de todo o preconceito sofrido desde a tenra idade. Única pessoa gorda da família, Kate não possui outras referências de corporeidades maiores a sua volta e constantemente lutando contra o seu peso e atribuindo a ele diversos problemas e aspectos de sua vida atual. Kate passa por relacionamentos abusivos, momentos conturbados com sua família, se sente culpada pela morte do pai e possui diversas inseguranças relacionadas aos traumas adquiridos ao longo dos anos por ser uma mulher gorda.

Figura 1: Chrissy Metz como Kate Pearson na série This is Us



Fonte: NBC/Ron Batzdorff/NBC <sup>6</sup>

Diversas particularidades de Kate são mostradas através de seus sonhos, culpas e principalmente o impacto da gordofobia na sua vida cotidiana. Descrita como uma artista sensível e amorosa, acompanhamos sua jornada de auto aceitação na maior parte

---

<sup>6</sup> Cena de um episódio da série This is Us em que Kate se sente constrangida em uma viagem de avião. Disponível em: <https://m.imdb.com/title/tt6072390/mediaviewer/rm2537555712/> Acessado em: 16 set. 2024.

---

da série, além de termos a visão de seu relacionamento com um homem que partilha de várias das mesmas angústias. Entretanto, apesar de toda a construção da personagem, o que chama mais a atenção da história de Kate é como sua vida é pautada em sofrimento e como a personagem está passível de ser acometida por diversas monstruosidades como uma punição por ser gorda. Na trama, Kate é infantilizada e a todo momento precisa ser cuidada e resgatada de seus problemas por personagens masculinos. Essa infantilização não permite que ela avance e desenvolva no mesmo ritmo que os demais personagens. Entretanto, apesar do avanço de seu arco no decorrer das temporadas, sua jornada interior se desenvolve mais lentamente do que a dos personagens masculinos ao longo das quatro primeiras temporadas.

Além disso, junto a sua falta de autoconfiança por ser uma pessoa gorda, juntamente a superproteção masculina e seu relacionamento a tornam uma pessoa incapaz de tomar boas decisões, tornando a personagem insegura e passiva. Durante o drama, a personagem passa por diversas violências e traumas por conta de seu corpo gordo, porém, apesar do desenvolvimento da sua trama caminhar para a auto aceitação, Kate cumpre um mandato de gênero dentro da história, que é uma característica ambivalente. Com sua evolução, ela assume um papel de cuidadora de seu marido depressivo, seu filho que é uma pessoa com deficiência, seu irmão gêmeo alcoólatra ou sua mãe doente, além de atuar como mediadora entre seus irmãos devido ao relacionamento difícil. Sendo assim, Kate assume o estereótipo de cuidadora, como uma espécie de instinto maternal.

Essa análise nos ajuda a entender como, apesar de ter um discurso emancipatório, as escolhas de desenvolvimento da personagem ainda carregam estereótipos, tornando assim desenrolar a história ambígua em alguns aspectos. A mídia, nesse sentido, mesmo com diferentes abordagens do tema, ainda possui uma visão padronizada que não condiz com a realidade da maior parte das mulheres gordas da sociedade cotidiana. A mídia, com seu poder de memória, contribui para a preservação de estereótipos, naturalização da violência no cotidiano de mulheres gordas.

De acordo com Baitello (1998), dentro do sistema comunicativo humano há o uso de ferramentas comunicativas com o objetivo de amplificar as informações e mensagens no tempo, espaço ou na intensidade que vai além do corpo, com características que prolongam a mídia primária e dão início à secundária. Para Pross

---

(1972 apud BAITELLO, 1998), há uma mediação entre receptor e emissão, que possibilita a aplicação desses campos comunicativos. Baitello (1998) apresenta a mídia terciária, impulsionada pela eletricidade, que amplia se ainda mais as escalas espaciais e de impacto receptivo de modo que o impacto gerado é tão grande que o próprio conceito de comunicação atribui a ele uma versão que se delimita à mídia terciária. Baitello (1998) ratifica que as máquinas da comunicação além de terem uma função de memória da vida em uma sociedade, também podem simular ações.

Sendo assim, ao transmitir uma imagem ou fala, elas podem provocar o indivíduo a expandir suas fronteiras perceptivas. Baitello (1998) ainda diz que toda tecnologia ao público provoca um certo encantamento, que pode desviar a atenção ou enganar o telespectador. A imagem apresentada pela mídia de uma mulher gorda de forma estereotipada reforça um imaginário onde as representações exibidas passam a fazer parte do cotidiano, naturalizando a violência contra corporeidades gordas femininas. Assim, é possível refletir como a repetição dessas representações fortalecem o preconceito, bem como os seus impactos na vida de mulheres gordas que passam a atribuir os estereótipos monstruosos apresentados e mudando a forma como se identificam e reconhecem, além de alterar as suas vivências.

#### **4. Gordofobia, Mídia e Propagação do Preconceito**

As imagens apresentadas na mídia de forma massiva marcam a sociedade e moldam um imaginário coletivo. Ao serem apresentadas a personagens de formas estereotipadas, o preconceito se naturaliza no cotidiano, gerando assim atitudes gordofóbicas. Para tanto, a gordofobia não afeta apenas as pessoas que sofrem com ela, mas todo um corpo social, pois a aversão é reproduzida gerando um ciclo de violências e também alterando a vivência de pessoas gordas. Mulheres gordas que sofrem com esse preconceito e possuem como referência apenas representações midiáticas estereotipadas, passam a atribuir a si mesmas os estereótipos apresentados e se colocam em uma posição de inferioridade, pois as representações não condizem com a realidade. Essa atribuição de características pode se dar por diversos motivos, como o de sobrevivência para se adequar como o de aceitação após anos consumindo esse tipo de mídia, mudando assim a forma como se reconhecem enquanto indivíduos sociais.

---

Goffman (1959) diz que quando o indivíduo desempenha um papel na sociedade, ele solicita que os seus observadores o levem a sério. Segundo Goffman (1959), a pessoa que está desempenhando o seu papel está compenetrada a ele e está convencida de que aquilo que encena é a verdadeira realidade. Por estarem rodeados de representações que confirmam a inferioridade das mulheres gordas, bem como as características que ela possui, muitas delas passam a acreditar que esse é o único papel a ser desempenhado por elas. Se elas não forem uma amiga engraçada ou assumirem o papel de cuidadora, por exemplo, ela não está seguindo o papel social a qual foi atribuído. Goffman (1959) define esse fenômeno como fachada, é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação. Pessoas gordas acabam por assumir um papel que já estava preestabelecido para elas na sociedade cotidiana, e principalmente na mídia.

A partir da gordofobia naturalizada no cotidiano da sociedade, advinda principalmente da mídia, pessoas gordas desenvolvem diversas questões com seu corpo que impactam diretamente nas duas vivências enquanto indivíduos em uma sociedade, dentre elas, se destaca a não aceitação e a falta de autoestima. Butler (2018) diz que ao reconhecer alguém como a partir da identidade exposta de forma muitas das vezes generalizada, autoriza condutas preconceituosas e confirmam uma superioridade. E, para que haja uma mudança, é necessário que essa identidade social que foi imposta seja contornada a partir da identidade atribuída pelo indivíduo em questão. Butler (2018) completa dizendo que só dessa maneira, haverão comportamentos éticos, responsáveis e que respeitam as diferenças.

Ademais, sob a perspectiva de Butler (2015) a partir de um olhar foucaultiano da constituição de si, a autora ressalta que o reconhecimento de si é possibilitado por um regime de verdade. Ou seja, as normas impostas que tornam possível o reconhecimento é limitado e decide quais formas de ser serão reconhecíveis e não reconhecíveis. As representações midiáticas reforçam os papéis preestabelecidos do que é um corpo correto ou não, contribuindo para a normalização de práticas punitivas contra corpos gordos femininos. Na visão de Foucault (1978 apud BUTLER 2015) o regime de verdade é ameaçado quando o sujeito deseja se reconhecer nos termos que não estão disponíveis, o que traz um questionamento do ser dentro de uma existência já pré-definida.

---

A invisibilidade de mulheres gordas e suas representações condizentes com a realidade vai muito além da presença delas em produções. E, por isso, não é possível partir do princípio que a midiaticização está atrelada a uma única lógica. Para Baudrillard, “o que é midiaticizado não é o que sai nos diários, na televisão ou no rádio: é o que é interpretado pela forma do signo, articulado em modelos e administrado pelo ‘código’” (Baudrillard apud Hjarvard, 2014, p.32). Ou seja, os conteúdos propagados propagam um Comum seja para fortalecer “seja a serviço dos ideários hegemônicos do mercado, seja para disseminar o olhar da resistência” (Saldanha, Op.Cit.,p.93) como cerne da comunicação contra hegemônica. Mesmo porque, “as estruturas complexas da hegemonia podem ser continuamente desafiadas e em certos aspectos modificadas” (Williams, [1973], 2005 p. 216).

A produção de um conteúdo que reivindica o protagonismo nas narrativas reais, mostra que as pessoas que não estão dentro do padrão de beleza, branco e magro, publicizado cotidianamente, podem existir socialmente de forma habitual. Dito isso, é necessário que haja um movimento, para que as representações sejam retiradas do viés preconceituoso, ainda que esteja naturalizado, e tenham como base a identificação com significados comuns entre os produtores de conteúdo midiático e o público aos quais a mensagem se dirige. Nessa ambiência, as imagens transmitidas podem repercutir no imaginário social de forma que as representações podem vir a se tornar referências visuais e comportamentais proeminentes na sociedade contemporânea.

Ao apresentar representações vendidas como emancipatórias, porém com traços gordofóbicos, a mídia banaliza o preconceito e legitima a violência contra corpos gordos femininos. A forma intensa como as imagens são exibidas ao público provoca o apagamento do corpo gordo feminino, bem como a marginalização do mesmo. Desta forma, a desumanização destas pessoas no viés midiático afeta diretamente o cotidiano das pessoas gordas da “vida real”, as quais são atribuídas características repulsivas e desumanas, e por muitas vezes, ao ter apenas essa única forma de referência, limitam suas vivências a partir dos estereótipos e estigmas apresentados e empregados a elas. A mídia, ao difundir essas narrativas gordofóbicas, possui um dos principais papéis de naturalização da gordofobia no cotidiano.

---

## Considerações Finais

O presente artigo procurou analisar como as representações midiáticas estereotipadas de mulheres gordas na mídia contribuem para uma sociedade gordofóbica no que tange corporeidades gordas femininas. A partir da extensão deste trabalho, mostrou-se evidentemente a íntima relação entre gordofobia, mídia e cotidiano e como as imagens de pessoas gordas apresentadas ajudam a construir um meio social exclusivo e preconceituoso, bem como fortalecem estigmas sociais e marginalização do corpo gordo feminino.

O processo de midiaticização que coloca tais corpos à margem da sociedade pune mulheres gordas e normaliza a supremacia do corpo magro. Usando como base os autores Goffman, Butler, Fischler e Le Breton, com o intuito de ajudar a compreender como a veiculação dessas representações estereotipadas refletem na sociedade ao longo dos anos e decidem quem deve ou não ser considerado correto, interessante, inteligente ou belo. Compreende-se também que o preconceito se expressa em todos os corpos gordos, mas é muito mais visceral em corpos gordos femininos a partir da ideia perversa de controle desses corpos.

O artigo busca não só comprovar a existência de um preconceito contra pessoas gordas, mas também relacionar a sua sobrevivência no cotidiano devido ao viés midiático. Falar sobre a gordofobia é extrema importância pois o processo de desconstrução de padrões corporais impostos por uma sociedade gordofóbica permeada pela mídia, que por sua vez possui diversos recursos e estratégias para a sua propagação. Sendo assim, necessário o resgate do corpo gordo real nos processos de comunicação a partir da identificação correta e a ressignificação dos conceitos que durante os anos foram deturpados pela mídia.

## Referências

ARRUDA, Agnes de Sousa. **O nome dela é Jenifer representatividade gorda importa**. São Paulo, dObra[s]: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, 2021.

ARRAES, Jarid. **Gordofobia como questão política e feminista**. 2014.

BAITELLO Jr. Norval. **Comunicação, Mídia e Cultura. In São Paulo em Perspectiva**. V. 12, nº 04, Comunicação e Informação, Out-Dez. 1998.

---

BRAGA, J. Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: Dispositivos sociais de crítica midiática.** São Paulo, Editora Paulus, 2006.

BUTLER, J. **Corpos em aliança e a política das ruas.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

BUTLER, Judith. **Relatar a si mesmo. Crítica da violência ética.** Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

CONTRERA, Malena. **Impactos persistentes da cultura de massas na comunicação: a crise da empatia e o rebaixamento cognitivo.** In: São Paulo: Intercom, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/vSQ6ytkhzNsLwcbVyNkBfd/> Acesso em 05 out. 2024.

FISCHLER, C. **Obeso benigno, obeso maligno.** In: SANT'ANNA, D. B. (Org.) Políticas do corpo: elementos para uma história das práticas corporais. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

GOFFMAN, Erving. **A representação do Eu na vida cotidiana.** Petrópolis, Vozes, 2011.

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

HJARVARD, Stig. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural.** Matrizes. São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53-91, jan./jun. 2012.

IMDb. **This is Us: Histórias de Família.** Disponível em: [This Is Us: Histórias de Família \(Série de TV 2016–2022\) - IMDb](#). Acesso em: 05 out. 2024.

JIMENEZ, M. L. J. **Gordofobia: injustiça epistemológica sobre os corpos gordos.** Revista Epistemologia do Sul. Dossiê: Corpos e sujeitos na/da modernidade, Foz do Iguaçu, v. 4. n. 1, p. 142-161, 2020. Disponível em: [Vista do Gordofobia \(unila.edu.br\)](#) Acesso em: 05 out. 2024.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo.** 4.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no século XX: Neurose.** 9. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

REZENDE, Thamiris. **Mapeamento da gordofobia no Brasil.** Brasil: Sinapse. Disponível em: <https://sinapse.gife.org.br/download/mapeamento-da-gordofobia-no-brasil>, 2022. Acesso em 05 out. 2024.

SALDANHA, Patrícia Gonçalves. **Midiatização Latina: uma perspectiva crítica sobre os impactos sociais da comunicação digital no cenário popular, comunitário e cidadão.** In Reivindicar a mudança: comunicação popular, comunitária e cidadania na América Latina. Buenos Aires: ALAIC - Ediciones Huvaití, 2022.

WILLIAMS, Raymond. **Base e superestrutura na teoria cultural marxista.** Revista USP, São Paulo, USP, 0(66), p. 209-224. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i66p209-224>, 2005. Acesso em 05 out. 2024.