

Representações Sociais da mulher gorda dentro das organizações: um estudo em uma emissora de televisão de João Pessoa/PB¹

Jayane Evellen de Fátima Cruz de SOUZA²

Edizângela de Fátima Cruz de SOUZA³

Caroline Delevati COLPO⁴

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

O presente artigo teve como objetivo analisar as Representações Sociais da mulher gorda dentro das organizações em uma emissora de televisão de João Pessoa/PB. Para isso, foi utilizado o método de estudo de caso com uma mulher de 20 anos que se identificava como gorda e que trabalhava como produtora de televisão. Foi utilizada uma entrevista semiestruturada com 12 perguntas. Os resultados mostraram que as Representações Sociais da organização da analisada sobre a mulher gorda é de corpo doente, o que reflete o estigma social e leva a práticas organizacionais excludentes, que perpetuam a gordofobia e não fornecem oportunidades a essas mulheres.

PALAVRAS-CHAVE: mulher gorda; estigmatização; organizações; representações sociais.

INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, o corpo da mulher gorda se relaciona com pautas feministas. Mas, para entender como esses assuntos se entrelaçam, é importante aprofundar e conhecer os períodos em que foram reivindicados direitos das mulheres e os motivos que marcam as mudanças sociais vividas por elas. As quatro ondas do feminismo aconteceram em diferentes épocas e cada uma teve um importante avanço social: a primeira se relaciona com os direitos civis, educação, voto e ao trabalho, a segunda trouxe mudanças nos direitos reprodutivos e de sexualidade, a terceira está ligada ao pós-estruturalismo e a quarta está em andamento e tem como palco as redes sociais (Siqueira; Bussinguer, 2020).

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (Relações Públicas e Comunicação Organizacional), evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Mestra em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba, email: jayaneevellen@gmail.com

³ Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Psicologia Social da Universidade Federal da Paraíba-UFPB, email: edizangela.cruz@outlook.com.

⁴ Professora da Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, email: carolinedelevati@gmail.com

Apesar de existirem grandes marcos na história das mulheres em busca de direitos básicos de subsistência e até mesmo de vivência em sociedade, é importante enfatizar que neste artigo a segunda onda do feminismo deve ser evidenciada porque ela propõe transformar as relações das mulheres com o trabalho, nela foi almejada a busca por uma igualdade salarial entre homens e mulheres e pela valorização de suas diferenças biológicas (Siqueira; Bussinguer, 2020). Nesse momento, ficou intrínseco à subjetividade feminina, na qual induz que estar dentro do ambiente doméstico seria mais promissor do que estar presente em outros espaços. Rangel (2018) explica que é possível observar a liberdade corporal, a sexualidade e as relações de dominação entre os sexos como assuntos considerados privados/pessoais e, por isso, foram questionados por algumas mulheres que não concordavam com esse pensamento vigente da época.

O conceito de interseccionalidade tem origem nas décadas de 1970 e 1980, junto às feministas negras norte-americanas, que questionaram o suposto universalismo da categoria “mulher”, segundo Costa (2015). Para tanto, essa concepção ganha vertentes específicas para cada nicho de ativismo feminino, como por exemplo, o feminismo gordo, feminismo negro e o feminismo lésbico. Quando se fala do feminismo gordo, Rangel (2018) explica que apesar da crítica sobre a estigmatização da gordura corporal ter sido alavancada pelos ideais feministas em relação ao corpo, normalmente as pautas relacionadas ao ativismo gordo aparecem como pauta secundária dentro do movimento feminista. Inclusive, a autora fala ainda que alguns ativistas questionam que preconceitos relacionados ao corpo gordo não deveriam estar vinculados ao feminismo, uma vez que homens também sofrem gordofobia. Dessa forma, essas são algumas questões que acabam deixando invisível a luta de muitas mulheres gordas contra esse preconceito e as repercussões dele dentro da sociedade.

As feministas propõem inserir-se em campos interseccionais em seus estudos, buscando não anular uma opressão por outra, e sim cruzá-las. Então, por exemplo, em concomitância à opressão entre classes, há em outro nível a opressão da mulher, e em outro nível a opressão da mulher negra, em outro nível a opressão da mulher gorda, e assim por diante. O aumento de sua relevância dentro dos feminismos é recente e não-consolidado, aparecendo a necessidade de autonomização de um ativismo gordo para combater a gordofobia.

Dessa forma, é interessante perceber como o corpo da mulher gorda é visto na atualidade e até que ponto essa visão atravessa o campo social e escoa para o organizacional. Jimenez (2021) apud Goffman (1975) utiliza o conceito de estigma para compreender o lugar que a mulher gorda ocupa na sociedade brasileira: o sujeito que não possui um padrão de corpo e não se enquadra no padrão vigente aceito na coletividade, passa a sofrer consequências estruturais e sociais, que podem ser observadas nesses diversos ambientes comuns a vida cotidiana. Dessa forma, são excluídos.

Colpo e Souza (2022) entendem que durante muito tempo as organizações foram consideradas grupos estabelecidos, estabilizados e racionais, que tinha como objetivo a produção de bens e serviços, além de buscar resultados predeterminados. Para tanto, Leal (2000) explica ainda que é necessário desenvolver maior amplitude na análise dos problemas organizacionais, indo além da área de conhecimento prevalente, do conhecimento racional e dedutivo. Dessa forma, pode-se perceber que toda a construção do sujeito, seja ela cultural ou social, contribui para a formação de valores internos das organizações. Todas as questões de pertencimento e construção social do sujeito influenciam diretamente nas práticas e culturas das organizações e contribuem com a formação de grupos que interagem entre si e concordam ou não com as normas pré-estabelecidas no contexto organizacional.

A maneira como o corpo da mulher gorda está no mercado de trabalho também é resultado de como os sujeitos sociais constroem imaginários. Isso se relaciona intrinsecamente com o conceito de Representações Sociais elaborado por Moscovici (1961). Esse autor procurava compreender o processo psicossocial de construção do conhecimento da sociedade, ou seja, buscava identificar a visão de mundo de indivíduos ou grupos sobre diversos assuntos. Essa perspectiva se desenvolve a partir da interação social e reflete na forma de agir e de se posicionar do senso comum, contribuindo também para a forma em que as realidades sociais são interpretadas. As Representações sociais podem ser consideradas como estruturas cognitivas, afetivas e avaliativas, ou seja, influenciam no modo em que as pessoas pensam, se sentem e avaliam o objeto social (Moscovici, 1984).

Segundo Pacheco (2001), as Representações Sociais podem ser vistas no cotidiano, em situações que os sujeitos sociais estão presentes, como nos meios de comunicação, nas ruas e em reuniões públicas. Entende-se que as emissoras de televisão,

como meios de comunicação, podem contribuir para a elaboração de Representações Sociais dos telespectadores e, enquanto organizações, também podem perpetuar esses conceitos dentro das relações de trabalho.

Nesse sentido, o objetivo do presente estudo foi analisar as Representações Sociais da mulher gorda dentro das organizações em uma emissora de televisão de João Pessoa/PB.

MÉTODO

Trata-se de um estudo de caso, que é uma modalidade de pesquisa em que, ao estudar uma unidade, permite aprofundar o conhecimento científico e compreender como o caso pode representar o todo (Ventura, 2007). Participou desse estudo uma mulher que se identificava como gorda e/ou acima do peso, com idade de 20 anos e que trabalhava como produtora de televisão em uma emissora paraibana. O instrumento utilizado foi uma entrevista semiestruturada com 12 perguntas, que visava compreender as Representações Sociais da mulher gorda dentro das organizações, mais especificamente, dentro de uma emissora de televisão na cidade de João Pessoa/PB.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As respostas da participante mostraram que a organização fomenta reportagens sobre saúde e bem-estar, de modo que priorizam por entrevistados que associem a saúde ao corpo magro. Também se percebeu que, quando as pautas dizem respeito a temáticas relacionados ao corpo da mulher gorda, não há o devido cuidado para não estigmatizar ainda mais essas pessoas, tendo em vista que temem que possam influenciar ou incentivar as pessoas a não serem saudáveis. Inclusive, a trabalhadora se mostrou receosa quando precisa levantar pautas sobre essa temática para reportagens. Nesse sentido, observa-se a representação social da organização de que o corpo gordo é um corpo doente e que não pode ser perpetuado pela mídia. Desse modo, pode-se inferir que, a partir do momento que em uma determinada sociedade está intrínseco o imaginário coletivo de que gordo está ligado à doença, os discursos e práticas resultantes disso comprovam e determinam a patologização de atores sociais com esse tipo de corpo.

O Ministério da Saúde do Brasil é um setor governamental que se responsabiliza pela saúde pública brasileira. Eles consideram a existência do estigma da obesidade, que

é o fato de que ela seria um problema social e que leva a pessoa obesa à culpa integral, ou seja, o Ministério entende como uma culpa coletiva e estrutural (Ministério da Saúde, 2023). No entanto, em publicação no site oficial, que teve por objetivo fornecer um guia básico de como os profissionais da saúde devem tratar pessoas obesas sem disseminar preconceito, há uma confusão no que se considera estigma da obesidade e atitudes gordofóbicas, uma vez em que ambos são tratados como sinônimos na publicação. Isso mostra que até mesmo as autoridades em saúde ainda podem perpetuar o estigma sobre o corpo gordo.

Sobre a gordofobia, a entrevistada percebe que a sociedade como um todo e, especialmente, o ramo televisivo ainda sustenta esse tipo de preconceito, tendo em vista que procuram a imagem do corpo físico perfeito para protagonizar o tempo de tela, como para apresentadoras e repórteres. Isso faz com que as mulheres gordas fiquem nos bastidores, sem grandes oportunidades de crescer na organização, levando as mulheres a se sentirem culpadas e se preocuparem com seu próprio corpo. Além disso, por terem apenas mulheres magras nas imagens da televisão, outras mulheres gordas não conseguem se identificar e ter a quem se espelhar.

Isso converge com a ideia de Rangel (2018) a qual determina que as pessoas em situação de trabalho mais precarizada são mais frequentemente enquadradas como obesas, com trabalho informal e jornada dupla. Outro ponto importante de se atentar é o fato de que a trabalhadora, em vários momentos de suas falas, mostra insatisfação com o preconceito sofrido e que partem principalmente por homens gordos de dentro da emissora. Por isso, vê-se que esse sentimento traz a possibilidade de ser consequência da estigmatização do corpo gordo, a qual acontece com mais intensidade com as mulheres que, segundo Jimenez (2021), consideram a sociedade é patriarcal que autovaloriza a concepção de beleza e saúde feminina na padronização de um corpo magro. E ainda, apesar das pessoas gordas serem vistas pelos empregadores como menos dignas de confianças, sem autocontrole e com menos produtividade (Poulain, 2013), a mulher gorda ainda ocupa o lugar de culpa e fracasso dentro da sociedade.

É possível concluir que, as Representações Sociais da mulher gorda de organizações, como a emissora de televisão analisada, podem perpetuar estigmas relacionados ao corpo gordo, o que se reflete nas práticas organizacionais, como a

marginalização do trabalho e a falta de oportunidades das mulheres gordas em crescer dentro da empresa.

REFERÊNCIAS

- COLPO, Caroline Delevati; SOUZA, Jayane Evellen de Fátima Cruz de. O corpo gordo nas organizações: as afecções do corpo enquanto elemento simbólico, cultural ou imaginário. In: INTERCOM, 45., 2022, João Pessoa. **Anais [...]**. João Pessoa: Intercom, 2022. p. 1-15.
- GOFFMAN, Erwing. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: LTC, 1975.
- JIMENEZ, Maria Luisa Jimenez. **Lute como uma gorda**: gordofobia, resistências e ativismos. 2021. 237 f. Tese (Doutorado) - Curso de Filosofia, Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá, 2021.
- LEAL, Raimundo Santos. Contribuições da estética para a análise organizacional: a abordagem de uma dimensão humana esquecida. **ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS**, v. 1, 2000.
- MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Prevenção e tratamento da obesidade sem gordofobia**: como o SUS pode (e deve) se organizar nesse sentido. como o SUS pode (e deve) se organizar nesse sentido. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2023/marco/prevencao-e-tratamento-da-obesidade-sem-gordofobia-como-o-sus-pode-e-deve-se-organizar-nesse-sentido>. Acesso em: 10 ago. 2023.
- MOSCOVICI, Serge. **Social representations**: Essays in social psychology. Nyu Press, 2001.
- MOSCOVICI, Serge. **The myth of the lonely paradigm**: A rejoinder. Social research, p. 939-967, 1984.
- POULAIN, Jean-Pierre; PRADA, C. **Sociologia da obesidade**. PROENÇA, RPC, 2013.
- RANGEL, Natália Fonseca de Abreu. **O ativismo gordo em campo**: política, identidade e construção de significados. 2018.
- PACHECO, Ricardo Aguiar. Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil. **História Social**, n. 8/9, p. 277-280, 2001.
- SIQUEIRA, Carolina Bastos de; BUSSINGUER, Elda Coelho de Azevedo. As ondas do feminismo e seu impacto no mercado de trabalho da mulher, São Paulo. **Revista Thesis Juris – RTJ**, v. 9, n. 1, p. 145-166, jan./jun. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/rtj.v9i1.14977>.
- VENTURA, Magda Maria. O estudo de caso como modalidade de pesquisa. **Revista SoCERJ**, v. 20, n. 5, p. 383-386, 2007.