



# Gordofobia: Podcast Sobre Narrativas Midiáticas na Percepção e Aceitação do Corpo Gordo

Área: Sociais Aplicadas

Carla Eduarda Apolinario Rabelo<sup>1</sup>, Tiago Franklin Rodrigues Lucena<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Discente do curso de Comunicação e Multimeios, contato: [ra125297@uem.br](mailto:ra125297@uem.br)

<sup>2</sup>Prof. do curso de Comunicação e Multimeios - DFE/UEM, contato: [tfrlucena2@uem.br](mailto:tfrlucena2@uem.br)

**Resumo.** Este resumo apresenta o processo de desenvolvimento do pré-projeto da disciplina de Planejamento e Produção em Multimeios. E tem como objetivo produzir um podcast sobre as narrativas midiáticas na percepção e aceitação do corpo gordo. O ponto principal é analisar e discutir sobre como o corpo gordo é representado na mídia e como isso pode afetar a vida de pessoas acima do peso, levando em consideração elementos como estereótipos negativos e padrões de beleza. O trabalho que está em desenvolvimento contribui para a discussão da falta de representatividade positiva da imagem da pessoa gorda e traz a reflexão sobre a gordofobia.

**Palavras-chave:** Gordofobia. Corpo gordo. Podcast.

## 1. Introdução

Este projeto desenvolvido para a disciplina de Planejamento e Produção em Multimeios do curso de Comunicação e Multimeios da UEM é embasado no preceito de que nos últimos anos podemos ver que surgiu uma maior preocupação no que diz respeito à discussão sobre a importância de uma diversidade de corpos sendo representados na mídia, um passo relevante em direção à inclusão e à representatividade. No entanto, ainda é comum vermos que há um grupo que continua sendo pouco representado e muito estereotipado, estamos falando sobre o corpo gordo, que por muito tempo vem sendo ignorado, mesmo que esses corpos estejam começando a encontrar um espaço na esfera midiática, nem sempre de uma forma positiva ou inclusiva. Tendo em vista esta problemática, este projeto visa desenvolver um podcast que aborda a problemática em torno da representação do corpo gordo na mídia e como isso afeta as pessoas que convivem com a obesidade.

## 2. Metodologia



Para desenvolver este projeto, que ainda está em andamento, estamos utilizando um método de pesquisa que de acordo com Santos (2018) pode-se ser entendida como uma pesquisa exploratória, pois vamos explorar a fundo o tema referente a representação de pessoas gordas na mídia e como isso pode impactar no imaginário social das pessoas, relacionando tudo isso à gordofobia e aos estereótipos de beleza reafirmados pelos meios de comunicação. Ao longo deste trabalho alguns produtos midiáticos, como filmes e séries, que tenham como personagem principal pessoas gordas serão analisados. Para isso estamos nos embasando em Barros e Junqueira (2012), pois de acordo com eles, entre as formas pelas quais uma pesquisa pode ser feita, estão revisões bibliográficas, análise de conteúdo e entrevistas, além de que, o autor do projeto também está apto a realizar um trabalho crítico, utilizando diversas fontes como por exemplo as pesquisas de campo. No decorrer do projeto foi feito um levantamento de obras que contribuem para a discussão e embasamento teórico sobre o tema, o que nos ajudará na argumentação da necessidade de haver um produto que discuta sobre esse tema, já que o mesmo, afeta a vida de muitas pessoas. Para isso as duas principais autoras utilizadas foram Agnes Arruda (2021) e Malu Jimenez (2022), ambas abordam e discutem sobre a gordofobia e como a mídia contribui para a reafirmação de certos estereótipos relacionados com o corpo gordo. Os estudos dessas autoras contribuíram para a elaboração deste trabalho. Já que, os estudos de Arruda (2021) abordam a construção social do corpo gordo na sociedade e como a mídia contribui na reafirmação de alguns estereótipos que são diretamente associados às pessoas gordas e a influência negativa que isso tem na vida das mesmas. Esse aspecto tem grande relação com Jimenez (2022), que discute questões sobre gordofobia e sociedade, principalmente em relação às mulheres, e como esse preconceito afeta a vida e o bem-estar delas.

### 3. Resultados e Discussão

Até o presente momento da entrega deste resumo expandido, os resultados obtidos com as pesquisas bibliográficas apontam que, este trabalho pode ter uma grande contribuição para a discussão de um tema que afeta a vida de muitas pessoas, já que estamos abordando a gordofobia, que se trata de um preconceito contra o corpo de pessoas gordas. E principalmente como esse preconceito é reforçado pelos meios de comunicação, que estão o tempo todo associando estereótipos negativos à imagem dessas pessoas. Após algumas análises chegamos à conclusão de que o *podcast* é uma boa opção de produto midiático para discutir sobre esse tema, já que de acordo com Lanzeta (2021) ele é considerado uma mídia nichada pelo fato de não precisar competir por público, pois ele procura a mídia por conta própria. Ou seja, os ouvintes chegam até eles por se interessarem pelo tema ou formato de cada um, e isso contribui para que o produto chegue ao público que realmente se interessa pelo assunto.

### 4. Conclusão



Diante dos resultados até o momento, o referencial teórico deu bases epistemológicas para elaborar este trabalho. Contudo, como o projeto ainda está em processo de desenvolvimento, o que temos até aqui são argumentos que justificam e embasam teoricamente a criação de um produto com este tema. Pretendemos chegar a conclusões mais concretas ao final do projeto.

## 5. Agradecimentos

Agradeço o professor Tiago Franklin Rodrigues Lucena, que está orientando este projeto durante toda a disciplina de Planejamento e Produção em Mídias.

## 6. Referências

ARRUDA, A. **O peso e a mídia: as faces da gordofobia**. 1º ed, São Paulo. Editora Alameda, 2021.

BARROS, A. T. de; JUNQUEIRA, R. D. A elaboração do projeto de pesquisa. *In: DUARTE, J; BARROS, A. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2º ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2012. p. 32-50.

JIMENEZ, M. **Lute como uma gorda**. 1º ed, São Paulo. Editora Jandaíra, 2022.

LANZETA, G. **Ouvindo vozes: como criar um podcast de sucesso e ainda ganhar dinheiro**. 1º ed, São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2021.

SANTOS, M. C. dos. Pesquisa aplicada em comunicação: o estranhamento da interdisciplinaridade que nos assombra. **Comunicação & Inovação**. 2018, v. 9, n. 41, p. 18-33. Disponível em:

[https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/5469/2550](https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/5469/2550) .

Acesso em: 20 jun. 2024.