



**FACULDADE FASIPE CUIABÁ  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA**

**MYLENA TOLEDO CORRÊA**

**PESSOAS GORDAS E SUA IMAGEM CORPORAL: SUA  
CONSTRUÇÃO COM A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO BRASIL**

**Cuiabá/MT  
2023**

**MYLENA TOLEDO CORRÊA**

**PESSOAS GORDAS E SUA IMAGEM CORPORAL: SUA  
CONSTRUÇÃO COM A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Banca Avaliadora do Curso de Psicologia -  
FASIPE Cuiabá.

Prof. Me. Leonço Alvaro Costa Filho

**Cuiabá/MT  
2023**

**MYLENA TOLEDO CORRÊA**

**PESSOAS GORDAS E SUA IMAGEM CORPORAL: SUA  
CONSTRUÇÃO COM A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Avaliadora do Curso de Psicologia – FASIPE Cuiabá, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

Aprovado em \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_.

---

**LEONÇO ALVARO COSTA FILHO**

Professor(a) Orientador(a)

Departamento de Psicologia – UNIFASIPE CUIABÁ

---

**DIEGO ANIZIO DA SILVA**

Professor(a) Avaliador(a)

Departamento de Psicologia– UNIFASIPE CUIABÁ

---

**ANA SOPHIA HAAGSMA SIMM**

Professor(a) Avaliador(a)

Departamento de Psicologia – UNIFASIPE CUIABÁ

**Cuiabá/MT  
2023**

## **RESUMO**

**RESUMO:** Este Trabalho de Conclusão de Curso irá expor como a mídia do Brasil influencia diretamente na imagem corporal e na sua construção, principalmente quando relacionada a pessoas que apresentam sobrepeso ou algum grau de obesidade. Essas representações na mídia fazem com que diversas mulheres e pessoas em geral, desenvolvam transtornos, como transtornos alimentares (bulimia e anorexia). Os principais objetivos deste trabalho será compreender a influência da mídia na imagem corporal de mulheres gordas, entender os impactos dos padrões de beleza e como o cuidado psicológico é importante nesse processo. Em relação a metodologia será realizada a pesquisa bibliográfica e documental, de abordagem qualitativa. Ademais, foi apresentado o cronograma de execução do estágio.

**Palavras-Chave:** Imagem Corporal. Influência da Mídia. Padrões de Beleza.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>5</b>
<b>2. REVISÃO DE LITERATURA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Categorias de análise: gordofobia, imagem corporal e estereótipos.....	8
2.2 Teorias sobre a construção da imagem corporal.....	13
2.3 Influência da mídia na percepção da imagem corporal.....	17
2.4 Exame da representação de pessoas gordas na mídia no Brasil.....	21
2.5 Efeitos da mídia na construção da imagem corporal de pessoas gordas.....	24
<b>3. METODOLOGIA.....</b>	<b>28</b>
<b>4. RESULTADO E DISCUSSÕES.....</b>	<b>30</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>31</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>34</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Neste presente Trabalho de Conclusão de Curso, será abordado sobre como a mídia do Brasil influencia na construção da imagem corporal, sendo expostos, na maioria das vezes, os corpos magros e bem estruturados e excluindo os corpos considerados “normais” ou acima do peso. Este trabalho é de extrema importância, levando em consideração que muitas mulheres acabam realizando diversas cirurgias, tomando medicamentos e tomando medidas drásticas para se encaixarem em padrões estabelecidos pela mídia e pela sociedade, além disso, de acometer diversos transtornos graves, como transtornos alimentares.

Este tema também faz com que o leitor reflita sobre esses padrões de corpos considerados “perfeitos”, compreendendo as consequências dessas ações nas mulheres. Diante das consequências geradas por essas ocorrências, percebe-se a necessidade de um acompanhamento psicológico nesses casos, auxiliando sobre autoestima e fazendo com que elas lidem com seus próprios sentimentos.

Como objetivo geral, o trabalho busca compreender como essas mulheres consideradas gordas constroem sua imagem corporal influenciada pelos padrões de beleza veiculados nas mídias. Os objetivos específicos se dão em descrever como o cuidado psicológico pode contribuir para melhorar a vida de mulheres com sobrepeso, contribuindo com a saúde mental e física dessas pessoas. Além de, analisar os impactos dos padrões de beleza das mídias na vida de mulheres gordas e compreender a construção da imagem corporal.

Este Trabalho de Conclusão de Curso se configura como pesquisa básica, com o intuito de gerar conhecimentos úteis para o avanço da ciência e quanto à abordagem, será usada a pesquisa qualitativa, com o propósito de estudar as consequências psicológicas desenvolvidas pelos padrões corporais impostos pela mídia para mulheres gordas, interpretando fenômenos e atribuindo significados no processo da pesquisa, visto que a pesquisa qualitativa busca

compreender a totalidade do fenômeno. Para isso, será utilizado também a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental.

A pesquisa bibliográfica, neste Trabalho de Conclusão, será usada como um procedimento metodológico essencial na produção do conhecimento científico capaz de produzir, principalmente em temas pouco estudados, interpretações que servirão de ponto de partida para outros estudos nesta e em outras áreas (LIMA; MIOTO, 2007). Este tipo de pesquisa precisa de um conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, com foco no objeto de estudo, e que, portanto, não pode ser de nenhuma forma aleatório (LIMA; MIOTO, 2007).

Na metodologia deste estudo, foi descrito com detalhes os procedimentos para se obter as respostas necessárias. Além de demonstrar como decorreu a análise dos dados obtidos, comprovando que todo o processo de formulação deste Trabalho de Conclusão de Curso não foi realizado de maneira aleatória, mas sim que houve procedimentos metodológicos que construíram esse trabalho. Como, por exemplo, na busca de artigos científicos relacionados a temáticas, selecionado a partir dos resumos e palavras-chave. Após isso, a realização do fichamento, com o nome do(s) autor(es), ano, revista ou período, problema da pesquisa, considerações e a importância dele para este tudo. Além de ler e fazer os fichamentos dos artigos científicos que o orientador pediu e que acabaram contribuindo imensamente com este estudo, trazendo mais profundidade e relevância.

A partir de todo o arcabouço teórico construído, a estrutura deste Trabalho de Conclusão de Curso seguirá o objetivo geral e os objetivos específicos propostos no Projeto de Pesquisa. Dando destaque para a compreensão de como pessoas gordas constroem sua imagem corporal influenciada pelos padrões de beleza veiculados nas mídias, descrevendo as consequências psicológicas diante desses casos.

O corpo feminino está cada vez mais em evidência nas mídias, isso pode ser visto nas principais redes sociais, tais como *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, *Twitter*, nos comerciais e campanhas de televisão, desfiles de moda, concursos de beleza, dentre outros. Para Grassi et al. (2018), a mídia influencia a mente e a subjetividade, com objetivo de determinar o padrão de beleza, ou seja, interferindo na sua autoestima e na percepção de si.

Sabemos que falar do corpo é falar de identificação e de um desejo de ser aceito em sociedade (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011). No âmbito nacional, tendo em vista os diversos acontecimentos que sinalizam a divulgação da imagem do corpo de mulheres, sendo essas imagens baseadas em um determinado modelo e padrão corporal, que são divulgadas

diariamente em redes sociais e assim acabam eliminando as diversas formas de corpos diferentes existentes (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011), deixando como reflexão da relevância de se entender como isso influencia a formação do corpo feminino e a formação desta imagem corporal diante de tantas influências e padrões inseridos em nossa sociedade atualmente.

Diante disso, os indivíduos precisam ter conhecimento sobre assuntos relacionados a como os padrões corporais inseridos em nosso cotidiano afetam o outro, em como é importante o acompanhamento psicológico e como devemos compreender os danos causados e reformular as informações que são passadas.

É fato que os formatos de corpos são diversos e que a mídia brasileira impõe determinado padrão a se seguir e de ser aceito, mas não se importam em transmitir que esse padrão é excludente, não incluindo pessoas gordas, na maioria dos casos. Desta forma, a problemática deste Trabalho de Conclusão de Curso estará centrada em entender como pessoas gordas são afetadas diante desta questão, e quais os danos psicológicos causados nos mesmos.

O objetivo geral deste trabalho é compreender como pessoas gordas constroem sua imagem corporal influenciada pelos padrões de beleza veiculados nas mídias. Já os objetivos específicos é de descrever as consequências de como as mídias e os padrões magros de beleza influenciam na vida de mulheres gordas e quais as consequências psicológicas; analisar os impactos dos padrões de beleza das mídias na vida de mulheres gordas e compreender a construção da imagem corporal de mulheres gordas.

O texto foi estruturado da seguinte forma: a explicação das categorias de análise, sendo elas a imagem corporal, a gordofobia e os estereótipos; as teorias sobre a construção da imagem corporal e o seu desenvolvimento; a influência direta da mídia na percepção da imagem corporal nos indivíduos que buscam o corpo perfeito; o exame da representação de pessoas gordas na mídia do Brasil; e os efeitos da mídia na construção da imagem corporal de pessoas gordas, apresentando as principais consequências dessa midiatização que vangloria o corpo magro.

## **2. REVISÃO DE LITERATURA**

## **2.1 Categorias de análise: gordofobia, imagem corporal e estereótipos**

A cultura ocidental tem um papel ativo ao declarar como os corpos deveriam ser e essa forma é dada pelo índice de massa corporal (IMC), termo usado pela Organização Mundial da Saúde. O IMC considera acima de 30, obesidade, mas a questão é que esse índice não leva em consideração outros fatores de saúde, como colesterol, hormônio, transtornos mentais, vitaminas, hábitos alimentares e outras condições que classificam se um corpo é considerado saudável ou não (CALAZANS; SANTOS, 2022). Essa classificação é legitimada pelo discurso médico que “se constitui como um discurso de voz de autoridade, sobre doença, saúde e emagrecimento e constrói um imaginário social de corpo padronizado” (PAULA, 2017, p. 18 apud CALAZANS; SANTOS, 2022). Esse discurso de autoridade pode ser considerado, segundo Calazans e Santos (2022), um importante reflexo da gordofobia, principalmente quando se deixa de atender um paciente por ele ser obeso ou quando fazem um diagnóstico sem realizar pesquisas por meio de exames, levando em consideração apenas o peso.

A Pesquisa Nacional de Saúde (PNS), feita no ano de 2019, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em parceria com o Ministério da Saúde, atestou que a obesidade atingia cerca de 29,5% das mulheres e 21,8% dos homens, ao passo que o sobrepeso afetava 62,6% das mulheres e 57,5% dos homens (IBGE, 2020 apud CALAZANS; SANTOS, 2022).

Percebe-se, portanto, que as mulheres são as que mais sofrem com obesidade e também com o sobrepeso. Uma pesquisa feita pelo Grupo Catho que agencia currículos e vagas de emprego constatou que 18,5% dos presidentes e diretores de empresas apresentavam alguma objeção a profissionais obesos, na hora de contratação (CALAZANS; SANTOS, 2022). Houve um aumento de objeções dos presidentes e diretores de empresas comparado aos 10,2%, na pesquisa de 2001 (ARRUDA, 2009, p. 81 apud CALAZANS; SANTOS, 2022).

No Brasil não há nenhuma lei específica que pune as práticas de gordofobia, por isso é usada a Constituição Federal para assegurar e proteger a dignidade (CALAZANS; SANTOS, 2022). O perfil na rede social Instagram, Gorda na Lei (@gordanalei), tem como intuito oferecer informações e orientações às pessoas gordas a garantirem seus direitos (CALAZANS;

SANTOS, 2022). A bacharel em direito Rayane Souza em uma entrevista a revista Exame.com diz:

o corpo gordo é capaz e esse paradigma tem que ser rompido com urgência. As empresas devem ampliar suas visões de mercado e entender que somos plurais. Isso traz muito mais benefícios do que continuarmos insistindo em padrões e rótulos. Hoje, quem não investe em diversidade e representatividade fica para trás, além de correr um grande risco de sofrer juridicamente com eventuais situações de preconceitos (Estadão Conteúdo, 2021 apud CALAZANS; SANTOS, 2022, p. 80).

Para a compreensão desta pesquisa, é preciso entender as categorias teóricas essenciais para a sua fundamentação. Entendendo o que é a gordofobia e o seu papel na sociedade, assim como imagem corporal e as influências de estereótipos. Os parágrafos anteriores deste tópico foram inseridos com o intuito de situar a realidade brasileira e como a gordofobia é uma questão real.

De acordo com Fischler (1995, p. 69 apud JIMENEZ, 2020, p. 147), “há um século nos países ocidentais desenvolvidos os gordos eram amados; hoje, nos mesmos países, amam-se os magros”. É possível perceber que, atualmente, os indivíduos não toleram/odeiam os gordos e há um medo social em engordar.

Desde a década de 80, a obesidade obteve maior notoriedade na agenda pública internacional como um debate da saúde pública, isso porque houve um aumento do sobrepeso e obesidade na sociedade, havendo uma minimização da desnutrição, através das transformações nas indústrias, nos hábitos alimentares, ao sedentarismo e no urbanismo (SILVA, 2017). A expressão “epidemia mundial” se tornou comum, sendo sempre relacionada a enfermidades contagiosas. A obesidade entraria como a primeira epidemia que não é passada por contágio, mas sendo explicado que qualquer pessoa pode pegá-la (POULAIN, 2013; SEIXAS; BIRMAN, 2012).

Diante disso, a obesidade se instaurou na sociedade como um estado dramático pela mídia alarmista, sendo considerada uma calamidade urgente (POULAIN, 2013; SEIXAS; BIRMAN, 2012). Vista como uma epidemia apocalíptica, é aplicado então o “combate a obesidade”, sendo correlacionados com campanhas de perseguição e extermínio, como o confronto contra a corrupção, as drogas e a prostituição infantil (RIGO; SANTOLIN, 2012). O que pode ocasionar um campo de batalha em oposição a obesidade e uma guerra contra os indivíduos gordos, por meio de julgamentos e atos discriminatórios (FARRELL, 2011 apud PAIM; KOVALESKI, 2020).

Jimenez (2020) diz que esse ódio e pavor são denominados de gordofobia. Sendo considerada uma discriminação que acarreta à exclusão social e que nega acessibilidade às

peças gordas. Essa classificação é estrutural e cultural, sendo observada em diversos ambientes e contextos na sociedade contemporânea. O autor ainda ressalta que o pré-conceito ocorre por razão da desvalorização, diminuição, vexação, ofensa e restrição dos corpos gordos de modo geral, além de que a gordofobia está presente em todos os lugares e é, muitas vezes, disfarçada de preocupação com a saúde, dificultando seu entendimento e embate (JIMENEZ, 2020). Ademais, isso tem perpetuado por discursos de poder, de saúde e beleza como agentes de exclusão, como há também comportamentos do cotidiano que fortificam o preconceito e estigma em relação às pessoas gordas, validando os estereótipos que indicam situações degradantes, constrangedoras, marginalizando as pessoas e as excluindo socialmente (JIMENEZ, 2020). É válido ressaltar que:

Esses comportamentos acontecem na família, na escola, no trabalho, nas mídias, nos hospitais e consultórios, na balada, no transporte, nas praias, nas academias, nas piscinas, nas redes sociais, na internet, etc. Enfim, nos espaços públicos e privados (JIMENEZ, 2020, p. 147).

Quando citado sobre gordofobia, é possível perceber o quanto o corpo gordo é rejeitado, visto como sujo e que causa aversão para muitos indivíduos, sendo notório que há um peso maior para as mulheres, que acabam sofrendo a zombaria da gordofobia (SOUZA, 2021). Como foi dito, a gordofobia não é encontrada apenas pelas mídias, por amigos, mas muitas vezes no ambiente familiar e nos relacionamentos amorosos.

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).

A história da imagem corporal se inicia no século 16, na França, através do médico-cirurgião francês Ambroise Paré, que descobriu a presença do membro fantasma, categorizando como alucinação de que um elemento ausente estaria presente (BARROS, 2005). Três séculos se passaram, na Filadélfia (EUA), Weir Mitchell comprovou que a imagem corporal (sem utilizar esse mesmo termo) pode ser transformada a partir de tratamentos ou por experimento (GORMAN, 1965 apud BARROS, 2005). A escola francesa também participou dos estudos

através de Bonnier que, em 1905, apresentou uma desorientação em toda imagem corporal pela deformação do tamanho das áreas corpóreas (BARROS, 2005).

A escola britânica aprofundou ainda mais nos estudos da imagem corporal, expondo as visões neurológicas, fisiológicas e psicológicas. Henry Head, médico neurologista, foi quem utilizou primeiro o termo “esquema corporal” e o primeiro a desenvolver a hipótese de que "cada indivíduo constrói um modelo ou figura de si mesmo que constitui um padrão contra os julgamentos da postura e dos movimentos corporais" (FISHER, 1990, p. 5 apud BARROS, 2005).

A maior contribuição sobre a imagem corporal foi dada por Paul Schilder, que juntou seus conhecimentos da área da neurologia e da psiquiatria, além da psicologia. Schilder pondera que a imagem corporal é um acontecimento plurifacetado. Nos seus estudos, "ele analisou a imagem corporal não apenas no contexto do orgânico, mas também na psicanálise e na sociologia" (FISHER, 1990, p. 8 apud BARROS, 2005). Na sua explicação de imagem corporal ele expõe que "a imagem corporal não é só uma construção cognitiva, mas também uma reflexão dos desejos, atitudes emocionais e interação com os outros" (ibidem). Deve-se apresentar aqui também uma das maiores reflexões de Schilder, a de que a imagem do corpo não dispõe apenas de razões patológicas, assim como de acontecimentos cotidianos que colaboram para a sua construção (BARROS, 2005)

A imagem corporal envolve três componentes: perceptivo, subjetivo e comportamental (THOMPSON, 1996 apud SAIKALI, 2004). Perceptivo está conectado com a maneira da própria percepção da aparência física, envolvendo o tamanho corporal e o peso. Subjetivo que está relacionado com a satisfação da aparência, o índice de preocupação e a ansiedade. Por fim, o comportamental que está ligado com as situações evitadas pelos sujeitos por aflição relacionada com a imagem corporal.

As crenças culturais que caracterizam as normas sociais sobre o corpo humano (MCNAMARA, 2002 apud SAIKALI, 2004). O embelezamento, manipulação e mutilação fazem com que o corpo tenha um caráter terreno de significados simbólicos (SAIKALI, 2004). Reiterando que essas transformações apresentam uma importante função social, transmitindo até mesmo informações sobre a posição social do sujeito e mudança no status social.

Será discutido com mais afinco no próximo tópico sobre como imagem corporal é influenciada por diferentes motivos, mas três deles se destacam: os pais, os amigos e a mídia. Sendo que o foco desta pesquisa está relacionado com esse impacto midiático. Visto que o

padrão de beleza imposto pela mídia na atualidade exacerba o “corpo perfeito”, que por consequência gera insatisfações dos sujeitos com a própria imagem corporal (CARGAS, 2014).

Antes de iniciar conceituando estereótipo, é preciso apresentar sua ligação com o preconceito, termo mais conhecido na sociedade. O preconceito existe há muitos anos, desde a antiguidade romana até a contemporaneidade (RODRIGUES, ASSMAR e JABLONSKI, 1999; STANGOR e LANGE, 1994 apud PEREZ, 2012).

O preconceito como uma construção científica é desenvolvida desde 1920, no princípio dominada pela questão racial (DUCKITT, 1992 apud PEREZ, 2012). Mas há explicações acerca do preconceito que enfatizam fatores institucionais e históricos, como a escravidão, segregação, e a estratificação social (STEPHAN e STEPHAN, 1996 apud PEREZ, 2012). Com base no preconceito que se traz sobre o estereótipo, sendo este a base do preconceito. Walter Lippmann, em 1922, criou a concepção muito tempo antes de a relevância psicológica dos estereótipos ser notada pelos maiores centros de referência do século. Desenvolveu a noção de estereótipo como “fotos em nossas cabeças” para exemplificar o que qualificou como uma interpretação interna mental de grupos coletivos, em confronto com a sua realidade externa (BANAJI e BHASKAR, 2000 apud PEREZ, 2012).

Os estereótipos podem ser explicados como um compilado de representações descritivas e propriedades relacionadas ao pertencimento de um grupo social (BODENHAUSEN; MACRAE, 1998 apud SANTOS, 2008) e empregado a uma pessoa que pertence o mesmo, no pressuposto de que essa pessoa divide com seus semelhantes os atributos da categoria (PEREIRA, 2002). Dessa maneira, a pessoa que passa por um julgamento é caracterizada por diversos traços comuns às pessoas que pertencem ao seu grupo (SANTOS, 2008).

Neste contexto Pereira (2002, p.50) explicou que:

Os estereótipos surgem em diferentes tipos de contextos, cumprindo uma série de funções relacionadas às características particulares de sua emergência, tais como responder aos fatores ambientais, como nas situações de conflitos grupais e nas diferenças de poder, nos papéis sociais, e por fim, atender as necessidades da identidade social (PEREIRA, 2002, P. 50).

Os estereótipos são caracterizados através do consenso, das razões descritivas e avaliativas, pela homogeneidade e a distinção dos indivíduos. Esse processo é realizado de forma individual, no qual se alguma pessoa achar que pessoas idosas saudáveis são aqueles que fazem algum exercício físico e encaminhar isso para os grupos sociais e esses grupos aceitaram o que foi dito, isto deixa de ser uma crença e se torna um estereótipo (CAMPOS et al., 2021).

Os autores ainda citam que existem vários tipos de estereótipos em todos os domínios da vida social, como ao ciclo vital, a família, ocupações, desvios sociais, estado civil, entre

outros que os indivíduos queiram diferenciar (CAMPOS et al., 2021). O estereótipo é uma maneira de descomplicar a visão do mundo para o indivíduo, evitando a perda de tempo e esforço ao efetuar certas generalizações. A classificação pode ser vista como uma das obrigações mais básicas dos seres vivos. Do mesmo jeito que se categoriza os produtos como carros, xícaras, roupas (MERVIS e ROSCH, 1981 apud PEREZ, 2012), o corpo social também passa por esse tipo de recurso (STANGOR e LANGE, 1994 apud PEREZ, 2012).

De maneira geral, o que há de habitual nas noções de estereótipo é a “crença compartilhada acerca de atributos – traços de personalidade ou comportamentos – de grupos de pessoas” (RODRIGUES, ASSMAR e JABLONSKI, 1999, p. 150 apud PEREZ, 2012). Por outro ângulo, é necessário ressaltar que a conceituação de estereótipo possui um encargo importante na ampliação do universo, na tentativa de antecipar e entender o comportamento humano (PRATTO e BARGH, 1991 apud PEREZ, 2012).

## **2.2 Teorias sobre a construção da imagem corporal**

Na atualidade, vive-se um período no qual temas como juventude, beleza e saúde são cada vez mais valorizados e ressaltados. Por consequência, surge a necessidade de se discutir a representação do corpo que foi construída socialmente e culturalmente por cada grupo social (ALMEIDA; BAPTISTA, 2016). Principalmente com a influência da indústria cultural, por meio midiático, que gera desejos e representações são reforçadas, fazendo com que corpos sejam padronizados (ALMEIDA; BAPTISTA, 2016). O reforço oferecido pelas redes de comunicação em apresentar corpos atraentes incentiva sujeitos a buscarem uma aparência física idealizada, o que por conseguinte faz com que indivíduos “fora da medida” sintam-se cobrados e insatisfeitos (RUSSO, 2005 apud ALMEIDA; BAPTISTA, 2016).

O corpo nem sempre apresentou a relevância social que possui nos dias atuais e nem foi interesse de estudos de diferentes áreas do conhecimento, como foi dito anteriormente. O professor de antropologia histórica Courtine (2013 apud CAETANO, 2016) afirma que “o corpo, um belo dia, veio bater à porta”, mostrando o corpo como uma invenção teórica do século XX para o século XXI. Antes desse período, o corpo era visto apenas como “um pedaço de matéria”, sem importância como tema de estudo nas ciências humanas; a alma era o principal interesse dos pesquisadores (CAETANO, 2016).

As primeiras mudanças ocorreram com o surgimento da psicanálise, quando Sigmund Freud, em suas pesquisas sobre a histeria, apresentou que o corpo seria capaz de assumir a

função de porta-voz do inconsciente (CAETANO, 2016). A área da Filosofia e da Antropologia passaram a dedicar estudos com o olhar ao corpo e onde ele se encontra nas formas sociais da cultura (CAETANO, 2016). A partir das décadas de 1960/70 que o corpo passa a ser pensado como objeto de estudo pelas teorias do discurso (COURTINE, 2013 apud CAETANO, 2016). As transformações políticas desse período contribuíram para que o corpo começasse a desempenhar uma função importante nas reivindicações políticas da época, vivendo no cerne das palavras de ordem das lutas sociais e das aspirações individuais - minorias desprivilegiadas (CAETANO, 2016). Desta maneira, o corpo começou a ser relacionado com o contexto político/social, apresentando uma enorme relevância social. De acordo com Caetano (2016), vive-se um período marcado pelo individualismo, imediatismo, experiências sensoriais, supervalorização da imagem, e o corpo acaba assumindo um lugar de destaque.

O indivíduo contemporâneo parece considerar o corpo o terreno sólido em que realiza esses ideais pregadas pela sociedade contemporânea. O indivíduo parece manter com o corpo, visto como seu melhor trunfo, uma relação de terna proteção e de esgaçamento de seus limites, da qual retira um benefício narcísio e social, pois sabe que na maior parte das vezes, é a partir dele que são estabelecidos os julgamentos de felicidade, saúde e beleza. Pensar a obsessão atual pela construção da aparência como espécie de resposta à instabilidade, fragmentação e efemeridade que marcam a vida social nos ajuda a compreender a centralidade assumida pelo culto ao corpo na cultura contemporânea. (DANTAS, 2011 apud CAETANO, 2016, p. 19).

Seguindo esse raciocínio, Le Breton (2012 apud CAETANO, 2016) descreve a teoria da promoção do corpo a *alter ego*. No qual o corpo passa a realizar o papel de protagonista na relação do sujeito com o mundo, sendo transmutado em substituto do sujeito. Procurando “uma sociabilidade ausente, abrindo em si uma espécie de espaço dialógico que assimila o corpo à posse de um objeto familiar, ou o alça à posição de parceiro”. (LE BRETON, 2012, p. 249 apud CAETANO, 2016, p. 19). Esse corpo “torna-se, no imaginário atual, o meio pelo qual é possível transformar o sujeito imaterial” (CAETANO, 2016, p. 19). Este corpo começa a ser cuidado, mimado, explorado como território a conquistar, sendo objeto de todas as atenções e investimento e o cuidar do corpo passa a ser sinônimo de cuidar bem de si (CAETANO, 2016, p. 19).

Segundo Caetano (2016), as relações que os sujeitos constituem com seus corpos, não são exclusivamente individuais, mas sim foram guiados por diversos discursos que circulam socialmente sobre o corpo. A mídia, exibe um papel fundamental e relevante, visto que tem o poder de apresentar quais narrativas serão difundidas e, dessa forma, manipular os imaginários sobre o corpo que serão vistos como algo verdadeiro na sociedade (CAETANO, 2016). Além de que a mídia engloba nessas narrativas questões políticas e econômicas, assim como relações de poder determinadas por diferentes esferas sociais (CAETANO, 2016). Isso tudo irá definir

a construção desses imaginários. Por trás desse imaginário de corpo perfeito, criado e difundido pela mídia, por exemplo, existe

toda uma indústria de produtos fitness que alimenta esse imaginário, pois dele depende sua existência e essa indústria, por sua vez, se apoia no discurso médico/clínico, que assume um lugar de legitimidade ao tratar do assunto, e, assim, contribui para a formação de estereótipos e idealizações sobre a construção do corpo perfeito (CAETANO, 2015, p. 20).

A imagem corporal é a interpretação que o sujeito faz do seu próprio corpo em sua mente, a forma como ele julga seu corpo e se sente com ele, abrangendo as sensações táteis, térmicas e de dor (SCHILDER, 1999 apud VERAS, 2010). De acordo com Veras (2010), a criação da imagem corporal se inicia na interação entre os indivíduos, incluindo fatores biológicos, emocionais, contextuais e relacionais. Desse modo, são estabelecidas pelo contexto cultural que passam as barreiras grupais, familiares e atingem o espaço individual. Quando o sujeito não consegue se adequar na demanda estabelecida a aparência física, os indivíduos são pressionados a passarem por diversas situações para alcançar em seu corpo aquilo que a cultura impõe como corpo ideal (TAVARES, 2003).

O desenvolver da formação da imagem corporal costuma ser influenciado por diferentes fatores, sendo eles: sexo, idade, mídias, crenças, valores e atitudes intrínsecos em uma cultura (DAMASCENO et al., 2006)

O corpo é entendido em dois sentidos: um corpo que nos é dado, sem que sejamos examinados e um corpo que nos é imposto pela instância social das épocas e das culturas (VASCONCELOS et al., 2004). Em nenhum outro período, como nos últimos tempos, o corpo magro alcançou um significado de corpo ideal e esteve tão em vislumbre. Esse corpo, nu ou vestido, vem sendo exposto em várias revistas femininas e masculinas, sendo considerado “na moda” nas matérias de jornais, capas de revistas, manchetes publicitárias, e tornou-se um sonho de consumo para milhões de pessoas, nem que, para obter isso, elas precisem passar por intervenções cirúrgicas, dietas de todos os tipos ou atividades físicas das mais diversas (VASCONCELOS et al., 2004).

Atualmente, aparenta haver somente um tipo de corpo possível: o corpo magro. O momento em que se vive é uma época de "lipofobia" como Fischler (1995) denominou, e que está diretamente relacionada a uma "obsessão pela magreza, sua rejeição quase maníaca à obesidade" (FISCHLER, 1995, p.15). A sociedade atual, ao vangloriar a pessoa magra, coloca a gordura em um retrato de “falência moral”, e o gordo, além de mostrar um peso socialmente impróprio, começa a carregar um caráter pejorativo (VASCONCELOS et al., 2004). Dessa forma, o gordo passa a ser visto como um corpo sem saúde, um corpo caracterizado pelo

exagero. Sendo um corpo que infringe a norma, a lei rege a vida social, que passa a existir, através de uma condição desviante, frente a uma norma corporal, social e psíquica (CHAUVENETT, 1991). A pessoa que possui "uns quilinhos a mais", ostenta uma peculiaridade o tornando distinto dos outros, sendo visto com uma característica negativa, carregando um "estigma", conceito criado por Goffman (1963/1988) que o caracteriza como:

(...) um atributo que o torna (o estranho) diferente dos outros que se encontram numa categoria em que pudesse ser incluído, sendo, até, de uma espécie menos desejável - num caso extremo, uma pessoa completamente má, perigosa ou fraca. Assim, deixamos de considerá-lo criatura comum e total, reduzindo-o a uma pessoa estragada e diminuída. Tal característica é um estigma, especialmente quando o seu efeito de descrédito é muito grande - algumas vezes ele também é considerado um defeito, uma fraqueza, uma desvantagem (...) (GOFFMAN, 1963/1988, p.12).

A cultura atual eleva tanto a magreza, levando em consideração, primordialmente, o que a biomedicina prega, que considera a gordura um indício de falência moral, com muitas e sérias consequências para a subjetividade daqueles que não se encaixam a esse ideal de corpo (VASCONCELOS et al., 2004). Na sociedade contemporânea, o corpo gordo é visto de uma forma negativa e é considerado um termo de risco frente aos corpos considerados saudáveis. Diante disso, Mattos e Luz (2009) ressaltam que as noções do corpo obeso e corpo magro vão adiante da natureza orgânica, pois a obesidade é uma questão social. Os autores ainda ressaltam que essa perseguição pela saúde e estética influenciam nas ligações sociais e no culto ao corpo, no qual o indivíduo se sente pertencendo apenas a um grupo social estabelecido (MATTOS; LUZ, 2009).

O uso das redes sociais e suas influências são fenômenos considerados novos e foco de estudos de diversas áreas do conhecimento para entender os efeitos da sua exposição em diferentes populações (LIRA et al., 2017). Essas novas mídias reforçam, segundo Lira et al. (2015), o narcisismo e os padrões de beleza nos tempos atuais e algumas pesquisas avaliaram seu impacto sobre a imagem corporal (IC).

A Imagem Corporal (IC) pode ser caracterizada como uma forma de corpo produzida em nossa consciência e sentimentos, ideias e atos relacionados ao corpo (LIRA et al., 2017). A insatisfação corporal é um distúrbio atitudinal da IC, retratado como a “avaliação subjetiva negativa da IC, que pode ser avaliada pela discrepância entre a IC real e a idealizada” (LIRA et al., 2015, p. 165). A internalização do modelo do corpo “ideal”, isto é, a admissão do valor ao ponto de alterar as atitudes e comportamentos pessoais, sendo um necessário conciliador da insatisfação corporal (LIRA et al., 2015).

Como dito anteriormente, a IC é influenciada por vários fatores, onde esses possuem impacto: os pais, os amigos e a mídia, de acordo com Lira et al. (2015). Esta última, é “sinônimo de ‘meios de comunicação social’, é a mais pervasiva das influências” (LIRA et al., 2015, p. 165). Ademais, o campo social influencia diretamente nessa visualização do próprio corpo, pois nas redes midiáticas o corpo feminino está sempre relacionado ao corpo magro e aos corpos masculinos associados a um corpo com musculaturas (GROGAN, 2017). O autor ainda expõe que vários estudos mostram que essa insatisfação da imagem corporal é mais notada em mulheres do que em homens (GROGAN, 2017). Diante disso, vê-se que questões como a mídia, as emoções, o humor, e o ambiente sociocultural da vida do indivíduo influenciam sobre a visão do próprio corpo (GROGAN, 2017).

Ademais, é provável que o nível de insatisfação com a imagem corporal seja um determinante ou incentivador para sujeitos começarem atividades físicas ou seja o responsável por gerar distúrbios alimentares e dismorfias musculares (DAMASCENO, 2006). Nas academias de musculação/ginástica, encontram-se sujeitos dentro dos valores de índice de massa corporal e percentual de gordura satisfatórios para a manutenção da saúde, porém há essa insatisfação com a imagem corporal, buscando esse tipo físico que foi idealizado (DAMASCENO, 2006).

### **2.3 Influência da mídia na percepção da imagem corporal**

A atualidade pode ser caracterizada como uma época definida por marcas capitalistas globalizadas, industriais, cibernéticas e consumistas, colocando ênfase em um contexto comunicacional extenso, localizado no século XX, mas é preciso salientar que essa desarmonia entre a imagem real e o ideal e a apreciação de um padrão ideal não é algo que começou agora (RUBIM, 2000). Desde o século XIX vê-se relatos de anorexia, como o da imperatriz Elisabeth von Österreich-Ungarn, Princesa Sissi, da Áustria.

Esse distanciamento entre o corpo real e a imagem corporal é um acontecimento que compõe o sujeito, pois desde o nascimento, pelas primeiras relações do indivíduo com o mundo, há esse confronto por novas imagens que o mundo exhibe (FROIS; MOREIRA; STENGEL, 2011). Em todas as fases históricas há protótipos pretendidos e seguidos pela sociedade: como padrões de família, de beleza, de status. Esse almejo por todas essas questões se dá sobre uma falta (FROIS; MOREIRA; STENGEL, 2011).

A sociedade vem formando um padrão de corpo ideal através da relação entre cultura e o convívio social com diversos grupos distintos. Diante disso, é possível notar o crescimento do mercado em itens e serviços que contribuem na procura de beleza e na transformação da aparência física, fazendo com que muitas pessoas passem do limite para chegar a esse objetivo (SILVA; SILVA; SANTOS, 2012 apud VARGAS, 2014). Swain (2001) ressalta que o nascimento de uma “Indústria do corpo”, oferta resultados imediatos e milagrosos com: a execução compulsiva de exercícios, o consumo diário escasso de calorias, dependência de cirurgias plásticas não necessárias, a utilização de laxantes e redutores de apetite, implantes, próteses e enxertos, medicamentos desnecessários, prejudiciais, métodos invasivos de rejuvenescimento, dentre outras.

A imagem corporal apresenta a compreensão do corpo pelo próprio sujeito, sendo considerada uma escolha do indivíduo de acordo com sua personalidade e estado emocional. Rowe, Ferreira e Hoch (2011 apud VARGAS, 2014) explicam que a imagem corporal está diretamente ligada com a forma que o sujeito vê e sente pelo seu corpo, pelo modo como a pessoa o reconhece e o utiliza. Nos dias atuais, vários âmbitos da sociedade, especialmente a mídia, expõe debates relacionados ao corpo e a padrões estéticos, evidenciando o corpo perfeito, com menção a um único padrão (VARGAS, 2014), o que gera um desconforto para aqueles que não estão nesse padrão idealizado. A insatisfação e satisfação corporal tem como condição principal a concepção do sujeito sobre a sua própria imagem corporal.

A satisfação corporal nada mais é do que o indivíduo estar bem consigo mesmo, ver sua imagem refletida no espelho ou ter a percepção de seu corpo e gostar do que percebe. Já a insatisfação corporal é o inverso, o que acarreta sentimentos e pensamentos negativos sobre a própria aparência, influenciando no bem-estar emocional e na qualidade de vida do indivíduo (PIVA, 2013 p. 22 apud SANTOS; GONÇALVES, 2020).

É importante a contextualização de como é considerada a mídia. Para alguns autores, a mídia social é um subgrupo de mídia, envolvendo vários meios dentro desse conceito, como: sites, blogs, e-mail, incluindo os aplicativos das redes sociais, como os mais conhecidos Instagram, Facebook e WhatsApp). Primo (2012 apud SANTOS; GONÇALVES, 2020) explica que esse conceito envolve tudo, já que estão presentes e são mantidas na sociedade.

Os homens, ora, são os criadores e mantenedores das mídias. Tanto rádio quanto TV, tanto um jornal quanto um blog seriam, pois, sociais. Na esteira deste raciocínio, o termo “mídias sociais” despir-se-ia de qualquer relevância, já que não aparta nenhuma distinção: se todas mídias são sociais, nenhuma instância ficaria de fora (PRIMO, 2012 p. 619 apud SANTOS; GONÇALVES, 2020).

Os recursos de comunicação simbolizam além de lazer, um instrumento responsável pela disseminação de informações de caráter público, como o rádio, a televisão, a internet,

revistas, entre outros meios. No Brasil, o meio de comunicação mais utilizado é a televisão, e a internet como segundo colocado, onde a população pode ter acesso quando quiserem, através de celulares, computadores, tablets e smartphones (CONTI; BERTOLIO; PERES, 2010). Os autores realizaram pesquisas que afirmam que a predominância da insatisfação com a aparência é de 95% em um coletivo de várias faixas etárias (CONTI; BERTOLIO; PERES, 2010).

O enaltecimento do corpo ideal tornou-se uma compulsão frente aos padrões estabelecidos na sociedade e discutidos na mídia. A midiaticização é uma fonte potente que influencia diretamente na vida da população. Segundo Matsuo et al. (2007), o acesso dos indivíduos à mídia é cada vez maior nas etapas mais críticas da construção física e mental. Conti, Bertolio e Peres (2010) caracterizam a mídia, destacando a televisão, como um propagador de educação, fatos, justiça, como para cuidados com o corpo. Quanto a esse último, Silva et al (2009) explica que pode resultar em malefícios para a população, onde os indivíduos criam uma imagem corporal distorcida.

Quando dito sobre satisfação corporal nem sempre há uma ligação com um corpo saudável, o que acusa que muitos dos meios de comunicação ignoram as questões relacionadas à saúde, gerando consequências prejudiciais. Há estudos que evidenciam o grau de insatisfação entre os participantes da pesquisa, salientando nas mulheres o desejo da silhueta mais magra e nos homens a vontade de aumentar a massa magra (BARROSO; ALMEIDA; KULNIG, 2012).

A mídia aumenta essa insatisfação a cada vez que é exposto os protótipos estéticos, ocasionando uma compulsão pelo corpo perfeito e a mídia brasileira é um grande manipulador na procura por essa aparência perfeita. Em vários momentos é passado pela mídia que o corpo bonito é o corpo magro, sendo necessário fazer academia, intervenções estéticas, dietas e o consumo de cosméticos de alto custo (GOMES; ARRAZOLA, 2016).

Modelos e influenciadores exibem seus corpos pelas telas e impõem para a população o padrão de beleza a ser seguido. Essa aclamação pelo padrão de corpo magro exposto pela mídia desenvolve uma doença social comunitária que acaba com a autoestima e a autoimagem dos indivíduos (CURY, 2005). Provoca-se, diante dessa circunstância, uma procura instantânea por físicos esculpidos e artificiais, indícios de status e integridade, mesmo que seja pela forma da adesão de costumes prejudiciais à saúde em longo prazo. As pessoas que não conseguem se incluir nesses padrões, acabam se sentindo frustradas, com baixa autoestima e discriminadas, e estas conjunções são pertinentes para o aparecimento de Transtornos Alimentares (SAMUELS; MAINE; TANTILLO, 2018 apud OLIVEIRA et al. 2020).

A maneira como a mídia divulga esse culto ao corpo faz com que a vaidade seja uma qualidade positiva, apresentando a moda da contemporaneidade nas roupas publicitárias, capas de revistas e fotografia (GHILARDI-LUCENA, 2012). Os Adolescentes estão sendo influenciados por fazerem uso ininterrupto, sendo consumidores constantes das tendências, tudo consequência da insatisfação corporal (LIRA et al., 2017). Meninas na fase da puberdade, tendem a expor maior insatisfação e preocupação com o peso corporal, por sempre almejar o corpo magro, com medo de serem rejeitados, se tornando então um grupo vulnerável a essas influências expostas na mídia. Essas também, são aquelas que mais consomem as tendências, pois estão sempre fazendo o uso da internet e televisão, gerando uma insatisfação corporal (WEINBERG, 2007).

De acordo com Osório (1989 apud FROIS; MOREIRA; STENGEL, 2011) os adolescentes vivem a questão existencial na procura pela apropriação de uma identidade, pois novas necessidades aparecem nessa fase, precisando que conheçam mais sobre si:

Identidade é o conhecimento por parte de cada indivíduo da condição de ser uma unidade pessoal ou entidade separada e distinta dos outros, permitindo-lhe reconhecer-se o mesmo a cada instante de sua evolução ontológica e correspondendo ao plano social, resultante de todas as identificações prévias feitas até o momento considerado. (OSÓRIO, 1989, p. 15).

Os adolescentes, por serem de uma geração digital, possuem grande facilidade de filiar-se a novas tecnologias, fazendo uso da mídia como um local que se encontra respostas para sua frustração. Acontece que as os padrões estéticos considerados perfeitos impostos pela sociedade e pela mídia, faz com que os sujeitos acreditem que esse é o modelo correto, gerando essa insatisfação da própria imagem corporal (LIRA et al., 2017).

O corpo se tornou um produto da sociedade, sendo avaliado pela sua qualidade e eficiência, sendo rotulados, especificados e ordenados (GIDDENS, 1998 apud SANTOS; GONÇALVES, 2020). De acordo com Vieira e Bosi (2013, p. 849), “trata-se de uma exploração econômica do corpo pela via da saúde, do mundo da malhação e da confecção do corpo”.

A mulher perfeita existe e mora nas representações midiáticas. Ela é bonita, inteligente, divertida, engraçada, mãe amorosa e amante voraz: e, além de todas essas vantagens, come pouco e tem, por causa disso e da malhação constante, um corpo escultural, perfeito. Essa mulher existe na tevê, nas revistas, nos jornais e, hoje, especialmente existe e se alimenta das redes digitais, que se tornaram um ponto de grande inflexão do culto à magreza e ao corpo ideal (JACOB, 2014, p.90 apud SANTOS; GONÇALVES, 2020).

Logo, a influência da mídia motiva os indivíduos a procurar esse ideal através de dietas extremamente restritivas e procedimentos estéticos invasivos, o que de certa forma, contribui para a melhora da autoestima. A beleza natural, na maioria das vezes, fica ofuscada,

ocasionando o sentimento de insegurança com o próprio corpo (GRACIANO; EMILIANO, 2015).

#### **2.4 Exame da representação de pessoas gordas na mídia no Brasil**

Já foi salientado anteriormente que em nenhum outro momento o corpo magro esteve tão em alta como nos dias atuais. O corpo, de forma nu ou vestido, visível em diferentes revistas femininas e masculinas, está em evidência (SUDO; LUZ, 2007).

No Brasil, há revistas semanais que expõem com frequência matérias de capa versando temas como: “dieta; medo de engordar; estar/entrar em forma; a ciência em prol da saúde e do corpo” (SUDO; LUZ, 2007, p. 1034), assinalando que conteúdos relacionados com o corpo e mais pontualmente como evitar o corpo gordo, acabam vendendo e encontrando leitores ávidos pelo tema (SUDO; LUZ, 2007).

Esse momento em que vivemos, no qual há essa obsessão pela magreza, que é difundida tanto pelos meios midiáticos como pelas pessoas que a cercam, rejeitam e excluem uma parcela da sociedade. Rejeitam a obesidade e estigmatiza essa parcela da população excluída do imaginário da cultura ocidental (SUDO; LUZ, 2007).

A privação de pessoas gordas acontecem de diversas formas, desde o ponto que transporte público não consegue acomodar corpos maiores em seus bancos e catracas, como o fato relatado por Flávia Durante, fundadora do Pop Plus, evento de moda e tendência grande que desde 2012 ocorre 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 ser gordo não se encaixa no modelo dominante da atualidade, utilizando o amparo científico que pondera o excesso de gordura à doença, trazendo essa culpabilização de si por não ter esse corpo magro ou musculoso em relação aos homens (SUDO; LUZ, 2007).

A partir disso, é notável como as capas de revistas trabalham na maneira de sugerir e estimular o leitor à compra da revista, por mais que ninguém possa obrigá-lo (SUDO; LUZ, 2007). Utilizam a persuasão como um meio para responder às demandas que surgem e são dominantes na sociedade atual. As revistas, ao trazerem temas como o surgimento de novos

medicamentos usados no tratamento para emagrecimento ou até em perda de peso mais rápido (SUDO; LUZ, 2007).

A midiaticização influenciou nessa construção do corpo ideal, obtendo força e aumentando a paixão pela moda, expandindo cada vez mais o consumo de produtos que garantem um corpo belo, transformando a aparência física em uma dimensão fundamental da identidade feminina (SOUZA et al., 2013). O corpo passa a ser pensado como objeto de consumo, que gera mais consumo e as pessoas que não se encaixam a essas exigências sociais são consideradas fracassadas e incapacitadas (SOUZA et. al, 2013). Para se encaixarem nessas exigências, muitos sujeitos vão atrás de estratégias de embelezamento e rejuvenescimento, como exercícios físicos e dietas alimentares, e até mesmo consumo de medicamentos, álcool e outras drogas (SOUZA et al., 2013).

A indústria de beleza e a alimentícia acumularam milhões com alimentos e produtos que ajudam no emagrecimento e no ganho de massa magra, medicamentos, shakes, sopas, cremes e outros produtos (VENDRUSCOLO, MALINA & AZEVEDO, 2014 apud PINTO, 2020). As propagandas, informações e noticiários são contraditórias. Ao mesmo tempo que estimulam o uso de produtos dietéticos e práticas alimentares para emagrecimento, promovem o consumo de lanches *Fast-Food* (PINTO, 2020).

Além de que algumas campanhas de marketing costumam chamar atenção de maneira exacerbada a alguns padrões físicos como o “perfeito”, com o intuito de salientar ao consumidor o que eles querem difundir (MELO, FARIAS & KOVACS, 2017 apud PINTO, 2020). Percebe-se que essa pressão é muito maior entre as mulheres do que para os homens, visto que o discurso sexista normatiza que as meninas, desde crianças, precisam ter um corpo delicado e magro, e que a beleza física será determinante do seu futuro e de sucesso nas relações sociais (ALMEIDA, 2013 apud PINTO, 2020).

As narrativas midiáticas apresentam a comida e o comportamento compulsivo como representação da obesidade, mostrando que o corpo gordo só pensa em comida (ANDRADE, 2015). Construindo uma identidade que expõe o corpo como diferença em relação a outros indivíduos. Essas narrativas são as principais responsáveis pela constituição e fomentação de estereótipos para os indivíduos de corpo gordo, ao afirmarem que estes são cômicos, estranhos ou fracos (SOUSA JUNIOR, 2019).

A inclusão de personagens gordos em séries e filmes é algo problemático, pois os gordos são sempre estigmatizados, sendo sempre envolvidos em papéis cômicos, onde os personagens são considerados piadistas, um personagem bem-humorado. O gordo é sempre o estepe para os

personagens principais, sempre ao lado deles como coadjuvantes. Algumas vezes são a personificação daquilo que não é bonito, passando a impressão de sujeira, preguiça, desleixo e sempre suadas. Vistos como eternos românticos, onde passam todo o enredo procurando o grande amor que nunca irão encontrar. E por fim, há os personagens gordos que para serem aceitos em seu grupo precisam passar por mudanças estéticas, expondo um emagrecimento que transforma (ARRUDA; MIKOS, 2020).

Entretanto, Ankerkrone (2014 apud SOUSA JUNIOR, 2019) declara que a inclusão de personagens gordos na mídia de maneira positiva e não com estereótipos e estigmatizada, gera a conquista de respeito e espaço de pessoas gordas na sociedade, mesmo que isso signifique não seguir os padrões de beleza impostos (SOUSA JUNIOR, 2019). Por isso, se faz necessário que marcas, propagandas publicitárias, filmes e as indústrias de beleza em geral, incluam em seus trabalhos pessoas gordas, com o intuito de minimizar discriminações e de reduzir comparações.

Com a intenção de derrotar as noções negativas acerca do corpo gordo, os problemas de acessibilidade e as discriminações relacionados aos mesmos, nasce então, o ativismo gordo, tendo como propósito a proteção e o debate de temas associados à qualidade de vida de indivíduos gordos e suas diversidades (LUPTON, 2013 apud FREITAS; BARTILOTTI, 2020). Esta ação possui influências fortes do movimento feminista, ao compreender quesitos relacionados ao corpo gordo, enquanto cenário político e as pressões estéticas quanto procedimentos utilizados pelo patriarcado, para diminuir as mulheres (PIÑEYRO, 2016 apud FREITAS; BARTILOTTI, 2020).

Através dessas manifestações os debates acerca da gordofobia ganharam maior relevância em 2010, no Brasil, através das mídias sociais, induzindo nas tendências da moda, no mercado, na política e nas questões econômicas, discutindo sobre a estigmatização, a discriminação, o preconceito contra os sujeitos gordos e demandas relacionadas a acessibilidade (RANGEL, 2017).

Diante dessas questões, o ativismo gordo não concorda com a definição de “obesidade” declarada pelo Índice de Massa Corporal (IMC), pois esse conceito destaca o estereótipo da pessoa gorda como um sujeito doente (RANGEL, 2018). Poulain (2013 apud FREITAS; BARTILOTTI, 2020) retrata uma crítica a utilização do IMC, explicando que o mesmo é um instrumento que não considera as divergências entre os sujeitos e suas variáveis. Por isso, mesmo que o indivíduo possua o IMC dentro do padrão esperado, não quer dizer que ela não

tenha deficiências metabólicas, da mesma maneira que um indivíduo gordo pode ser saudável (POULAIN, 2013 apud FREITAS; BARTILOTTI, 2020).

## **2.5 Efeitos da mídia na construção da imagem corporal de pessoas gordas**

O Instagram é uma das redes sociais mais usadas nas primeiras duas décadas do século XXI, contendo cerca de 2 bilhões de usuários ativos e 99 milhões de acessos diários (D'ANGELO, 2023 apud CALAZANS; SANTOS, 2022.). O Instagram virou um meio de exposições íntimas e pessoais que, de certa forma, legitimam maneiras de ser e estar no mundo. Para se obter reconhecimento e popularidade no Instagram, há algumas estratégias que podem ser adotadas, segundo o professor e pesquisador na área da comunicação Paolo Demuru (CALAZANS; SANTOS, 2022). Esta rede social se constitui na “hiperexposição da intimidade e das rotinas do dia-a-dia” (DEMURU, 2020, p. 2 apud CALAZANS; SANTOS, 2020, p. 75).

A midiaticização tem um papel principal na construção de representações sociais e conceitos que influenciam inúmeras pessoas, trazendo essa busca do corpo esbelto (LIMA; SILVA, 2021). Aplicativos e redes sociais, para Lima e Silva (2021), são definidos como a relação de dois elementos: atores e conexões. Atores por ter pessoas, grupos ou instituições e conexões pelas interações sociais, que ocorrem pela reunião de indivíduos com pensamentos semelhantes que compartilham ideias, fotos, vídeos e informações, além de serem capazes de alcançar milhares de indivíduos em pouco tempo. Esse é o caso do Instagram e de outras grandes redes sociais. Essas redes permitem a interação por postagens de fotos, troca de curtidas, comentários e etc (LIMA; SILVA, 2021).

O objetivo deste Trabalho de Conclusão de Curso não será apresentar a motivação dessas pessoas ativas no Instagram e o que levaram a exporem suas vidas privadas ou o que cada uma delas procura ao narrar suas vivências e influenciar outras pessoas, mas sim o impacto das mídias digitais na formação da imagem corporal de pessoas gordas.

Em relação às consequências dessa insatisfação da imagem corporal geradas pela mídia, mulheres influenciadoras contribuem, mesmo que de forma implícita e não intencional, para a idolatria corpo belo e a pressão estética e há influenciadoras digitais que relatam ao público que por serem vítimas dessa pressão estética são portadoras de transtornos alimentares (TA), uma das consequências do padrão magro de beleza (TAKAHASHI, 2020). Quando citado sobre esse corpo belo e a pressão estética existente no cotidiano das pessoas, fala-se sobre esses corpos musculosos, sexuais, que muitas vezes precisam ir contra o cansaço, o envelhecimento para se

encaixarem no padrão imposto pela sociedade (VILHENA; MEDEIROS; NOVAES, 2005). Essa pressão estética gera uma busca sem fim a um padrão de beleza que está frequentemente em transformação (OLIVEIRA, 2021).

Takahashi (2020) diz que a pressão social e cultural não é uma razão causal, mas é algo que pode desencadear o TA. De acordo Hercovici e Bay (1997 apud TAKAHASHI, 2020) o ideal de magreza é uma das condições culturais principais para o crescimento desses transtornos, como a bulimia e a anorexia nervosa. A anorexia e a bulimia são transtornos alimentares dominantes na população feminina e que estão, de modo intrínseco, relacionados ao ideal de feminilidade e o padrão de beleza construído pela sociedade é, automaticamente, incorporado pela mesma (TAKAHASHI, 2020). Uma das consequências da busca desse padrão foi a origem de uma compulsão pelo controle e modelação do corpo, assim como o desassossego e o medo da obesidade (ANDRADE; BOSI, 2003 apud TAKAHASHI, 2020).

Segundo o DSM-5 (apud TAKAHASHI, 2020), os transtornos alimentares são designados por indivíduos que manifestam uma ideia predominante abrangendo a preocupação exagerada com o peso e a aparência corporal (medo de engordar), gerando o engajamento em regimes assustadoramente restritivas ou a utilização de mecanismos inapropriados para chegarem ao corpo idealizado.

Entre os transtornos alimentares presentes no DSM – V os mais conhecidos são a anorexia e a bulimia. A anorexia é definida como um combate pessoal contra a fome, tendo como consequência uma perda de peso rápida e exagerada através da diminuição da alimentação e excesso de exercícios físicos (SANCHEZ; DORFMAN; JAEGER, 2003). Já a bulimia é caracterizada pela alta ingestão de alimentos, juntamente com atos e comportamentos que diminuem o ganho de peso (SANCHEZ; DORFMAN; JAEGER, 2003).

Essa procura pelo corpo ideal e pela beleza eterna, se encontra na atualidade, como um culto ao corpo. Observa-se nas cidades o registro de várias academias de ginásticas, locais que vendem alimentos que prometem o menor número de calorias, parques com inúmeras pessoas fazendo seus exercícios, além de clínicas de estética que oferecem diversos serviços de “limpeza de pele” a plásticas que transformam o corpo (IDA; SILVA, 2007). Kelnner (2001 apud TAKAHASHI, 2020) declara que a busca contínua do corpo perfeito gera conflitos com os limites humanos e acabam promovendo sintomas psicopatológicos, como transtorno depressivo, transtorno de ansiedade ou melancolia e transtornos alimentares. Para ser aceito, o indivíduo submete-se a situações sem ter a consideração de seu corpo com condições fisiológicas, biológicas e genéticas.

Um dos motivos que acarreta as pessoas a ficarem mais vulneráveis e desenvolverem transtornos alimentares é a busca por realizar regimes rigorosos e radicais para a obtenção de uma “silhueta perfeita”. Na contemporaneidade, as mulheres tem sido expostas e se submetido a encaixar em padrões idealizados e sofrem essa pressão para a execução de dietas com o intuito de corresponderem ao que a sociedade impõe sobre a magreza (FARIA; SHINOHARA, 1998).

No viés psicanalítico, o transtorno alimentar é um distúrbio acarretado pela interação do corpo com o contexto em que vive e a ampliação dos casos de transtornos alimentares pode ser compreendido também como efeito da forma de organização da sociedade onde o alimento não proporciona a união (TAKAHASHI, 2020).

Para Freud, em Totem e Tabu, o alimento tem como função promover laço social e quando é incapaz de cumprir essa função, o alimento adquire atributo de angústia. Os transtornos alimentares como anorexia e bulimia são então, manifestações de um sofrimento psíquico relacionados a uma falha psíquica ligada a ruptura precoce na relação com a figura materna do sujeito (TAKAHASHI, 2020, p. 9).

Muitas pessoas gordas, nos últimos anos, estão aderindo cada vez mais a realização de cirurgias bariátricas, impactando uma amplificação de 542% destas cirurgias no Sistema Único de Saúde do Brasil em sete anos (EHRENBRINK; PINTO; PRANDO, 2009). Porém, pouco se considera as consequências negativas, segundo Ehrenbrink, Pinto e Prando (2009). Um possível motivo para essa omissão pode estar no fato de que a cirurgia bariátrica gera um efeito rápido e efetivo contra a obesidade, o que fortalece uma vontade presente na sociedade de buscar uma "cura milagrosa" para essa doença que, na maioria dos casos, geram diversas comorbidades e baixa qualidade de vida. Assim, muitos indivíduos fecham os olhos para as consequências negativas desse procedimento, não levando em consideração que ela possa gerar prováveis prejuízos (EHRENBRINK; PINTO; PRANDO, 2009).

Quando se pensa em cirurgia bariátrica e anorexia, logo se percebe a discrepância e a ampla diferença entre as duas: “na anorexia, o paciente perde a saúde por não comer; na cirurgia bariátrica, o paciente precisa parar de comer para restabelecer a sua saúde” (EHRENBRINK; PINTO; PRANDO, 2009, p. 102). Todavia, as duas têm suas semelhanças em relação aos efeitos em longo prazo, como “anemias, faltas de vitamina, enfraquecimento de cabelos e unhas, descalcificação óssea, entre outras. Efeitos esses que, muitas vezes, são ignorados pela sociedade, que vê na cirurgia bariátrica a solução do problema mundial da obesidade” (EHRENBRINK; PINTO; PRANDO, 2009, p. 102). Quanto aos impactos psicológicos da cirurgia bariátrica há o emagrecimento repentino, alteração de humor, estresse, depressão, compulsividade alimentar, modificações comportamentais e ideação suicida, além de

sofrimento psicológico o que interfere diretamente na sua qualidade de vida (FAGUNDES; CAREGNATO; SILVEIRA, 2014).

Ehrenbrink, Pinto e Prando (2009) no caminhar do estudo se perguntaram se as “pessoas tivessem tido acompanhamento psicológico durante o ganho de peso e tivessem feito um tratamento para transtornos alimentares, por exemplo, o comer compulsivo, elas teriam chegado à obesidade e a cirurgia bariátrica teria sido realmente necessária?” (EHRENBRINK; PINTO; PRANDO, 2009, p. 102). Estas questões são válidas e ainda continuam atuais, por isso a importância e a relevância deste Trabalho de Conclusão de Curso, buscar compreender o impacto que as mídias sociais oferecem e as consequências psicológicas na vida de pessoas gordas.

Outra reflexão que Ehrenbrink, Pinto, Prando (2009) elaboram é sobre a importância do acompanhamento psicológico após a realização da cirurgia, notando se tem relação direta com o "reganho" de peso, já que há médicos que explicam o fato de ganhar peso novamente por não ter "tratado a cabeça" antes da cirurgia.

Entre outros motivos que podem interferir na concepção de sucesso ou insucesso do tratamento, é o fator denominado de "lua-de-mel", que ocorre nos primeiros meses após a cirurgia, quando os sujeitos acabam por perder muito peso em pouco tempo (EHRENBRINK; PINTO; PRANDO, 2009). Pacientes que passam pela cirurgia há menos tempo notam apenas os benefícios, comentando apenas os resultados positivos, o que faz com que eles se sintam mais incentivados na adesão ao tratamento (EHRENBRINK; PINTO; PRANDO, 2009).

Ehrenbrink, Pinto e Prando (2009) declaram que é preciso que se tome cuidado com a ilusão que alguns pacientes têm de que a cirurgia bariátrica pode solucionar todos os problemas, inclusive aqueles que são de fora à cirurgia e à obesidade. Muitos deles pensam que, após a realização da cirurgia, problemas emocionais, sociais e profissionais, entre outros, vão se solucionar após se livrar da obesidade, o que acabam induzindo a uma possível frustração diante de desejos não conquistados pela cirurgia e perda de peso (EHRENBRINK; PINTO; PRANDO, 2009).

Após a cirurgia bariátrica, os pacientes voltam constantemente a seus médicos para realizar exames variados para acompanhar os efeitos físicos, porém, os efeitos psicológicos, que são tão pertinentes para o êxito do tratamento e para a manutenção do peso do paciente, não são levados a sério (EHRENBRINK; PINTO; PRANDO, 2009). A relevância de acompanhar as implicações psicológicas, que frequentemente não são muito levadas em consideração (EHRENBRINK; PINTO; PRANDO, 2009).

Portanto, o padrão de beleza e a pressão estética podem sim acarretar distúrbios e transtornos psicológicos. Por conta disso, o objetivo deste Trabalho de Conclusão de Curso é apresentar as consequências psicológicas desenvolvidas pelos padrões corporais impostos pela mídia para mulheres com corpos gordos, visto que está provado que existem na sociedade.

### **3. METODOLOGIA**

O presente Trabalho de Conclusão de Curso se configura como pesquisa básica, com a finalidade de gerar conhecimentos úteis e válidos para o avanço da ciência na área da psicologia (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Quanto à abordagem, foi usada a pesquisa qualitativa, com o intuito de estudar as consequências psicológicas desenvolvidas pelos padrões corporais impostos pela mídia para mulheres gordas, interpretando fenômenos e atribuindo significados no processo da pesquisa, dado que a pesquisa qualitativa busca compreender a totalidade do fenômeno, mais do que tenta focalizar em conceitos específicos e ressalta o subjetivo como meio de entender e interpretar as experiências (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Essa abordagem de pesquisa - qualitativa - tem como objetivo responder indagações muito específicas. Trabalha com algo que não pode ser quantificado, isto é, com o “universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes” (MINAYO, 2001, p. 21-22), o que há de mais profundo das relações.

Esta pesquisa possui um caráter explicativo e exploratório, uma vez que busca identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência do fenômeno estudado (GIL, 2007 apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009), aprofundando o conhecimento da realidade. Para se obter essa finalidade, foi usado a pesquisa bibliográfica e a análise documental.

A pesquisa bibliográfica foi realizada a partir do levantamento de referências teóricas já publicadas, por meio de escritos e digitais, como livros, artigos científicos e páginas de webs. Esse tipo de pesquisa permite o aprofundamento com o objeto que foi estudado e obter essa

familiaridade. Concordo que “qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto” (FONSECA, 2002, p. 32 apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 37).

Após a leituras iniciais de artigos científicos sobre o tema, foi delimitado o que seria objeto de pesquisa deste Trabalho de Conclusão de Curso. Esta pesquisa utilizou como base referencial os artigos científicos encontrados no Google Acadêmico e na Scielo - Biblioteca Eletrônica Científica Online. O critério de escolha dos artigos científicos para esse estudo estava na descrição dos resumos, nas palavras-chave e, em alguns casos, na conclusão. Quando os estudos de certos artigos científicos relacionaram com este objeto estudo, era realizado um fichamento simples no Google Documentos, assinalando os autores, ano, a revista ou periódico científico, o problema da pesquisa, os resultados obtidos e no que ele poderia acrescentar a este objeto de estudo. Foi priorizado artigos científicos produzidos no Brasil, com o intuito de trazer essa realidade vigente no país. Foi também selecionado artigos científicos mais recentes, dos anos 2000 até 2002, dando prioridade para os estudos mais contemporâneos sobre a temática.

A pesquisa documental segue o mesmo caminho que a pesquisa bibliográfica, muitas vezes não sendo fácil diferenciá-las, segundo Fonseca (2002, p. 32 apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Este tipo de pesquisa utiliza como fonte de pesquisa, materiais sem tratamento analítico, como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresa, vídeos de programas de televisão, etc. (FONSECA, 2002, p. 32 apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 37).

A partir desses procedimentos, foi selecionado o que fazia sentido ou não trazer para esse Trabalho de Conclusão de Curso. Essa análise foi fundamental para a estruturação deste estudo, trazendo primeiro os conceitos e depois a relação destes com o que foi pretendido estudar. Além de fornecer novos desdobramentos para essa pesquisa, visto que houve essa familiaridade e aproximação com o tema.

Em relação ao cronograma proposto no Pré-Projeto de Pesquisa, o ano de 2022 foi finalizado com a apresentação do mesmo. Este Trabalho de Conclusão de Curso começou a ser pensado em agosto de 2022, com a definição da temática a ser estudada, definida como “Pessoas gordas e sua imagem corporal: sua construção com a influência da mídia no Brasil” e assim foi realizadas as primeiras referências de pesquisas bibliográficas, com o intuito de realizar os levantamentos de dados teóricos sobre o assunto.

Em setembro foi definido o tipo de metodologia para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso, sendo essa uma pesquisa de natureza básica, de abordagem qualitativa, com procedimentos técnicos da pesquisa bibliográfica e documental, com o objetivo de explicar e entender o fenômeno. Após esse momento, foi dado início a escrita do projeto, que foi durante o mês de setembro, outubro e novembro. Finalizando em novembro com a apresentação do projeto final.

No ano de 2023, foi feito, primeiramente, uma pesquisa bibliográfica e levantamento de publicações com o intuito de aprofundar mais na temática. Com isso, a partir dos fichamentos realizados, começou a ser feita a parte escrita com as discussões analisadas das pesquisas bibliográficas e através das indicações feitas pelo professor orientador deste trabalho. No mês de junho, foi finalizada a parte dissertativa e a elaboração da conclusão final do Trabalho de Conclusão de Curso. O último passo é a apresentação e a entrega da versão final para a universidade.

Portanto, para a realização deste Trabalho de Conclusão de Curso foram utilizados esses procedimentos metodológicos para conseguir chegar ao objetivo central. Apresentando os principais conceitos estudados no primeiro tópico; a teoria da construção da imagem corporal de pessoas gordas no Brasil no segundo momento; a influência midiática na criação da imagem corporal; explicar também sobre a importância da representação de pessoas gordas na mídia; além de expor os principais efeitos que essa mídia gera na sociedade em geral que, atualmente, percebe-se que está cheia de sintomas e cheia de pessoas doentes e viciadas nesses conteúdos que causam danos na saúde física e psicológica dos indivíduos.

#### **4. RESULTADO E DISCUSSÃO**

Diante do que foi apresentado na revisão bibliográfica, foi possível compreender sobre os principais conceitos que permeiam este Trabalho de Conclusão de Curso, com o objetivo de entender mais afincado as relações entre imagem corporal, gordofobia e a influência da mídia.

Após apresentar esses conceitos e a ligação dos mesmos com a mídia, ficou nítido o quanto os recursos midiáticos influenciam diretamente na vida dos indivíduos, principalmente quanto à imagem corporal, gerando uma imagem de si mesmo distorcida (VARGAS, 2014).

A internet e a televisão, principalmente, apresentam cotidianamente um padrão corporal que “deve” ser seguido manipulando a busca pelo corpo perfeito (BARROSO; ALMEIDA; KULNIG, 2012), visando como bonito aqueles que possuem um corpo magro ou musculoso e como ruim/feio aquele corpo que foge desses padrões, como o corpo gordo. Diante disso, vários efeitos são causados na sociedade, especialmente nas pessoas que se sentem fora do padrão ideal e almejado, gerando sérias consequências na saúde mental dos indivíduos, onde as pessoas se submetem a procedimentos extremamente invasivos, dietas super restritivas, indução de vômitos e um vício em tentar a todo momento/custo chegar a esses padrões (ZENITH et al., 2012 apud VARGAS, 2014).

Ao buscar sobre essa temática pôde-se compreender o quão necessário é que pessoas gordas tenham maior representação na sociedade, tanto nas mídias, como trazer para as pessoas maiores debates acerca desse tema, sendo escasso os estudos sobre os temas (ARAÚJO et al. 2018). Ao discutir sobre esse assunto com os indivíduos, se espera uma redução da discriminação para com esses sujeitos e uma maior aceitação das pessoas com o próprio corpo, idealizando somente a saúde, não há um padrão estabelecido.

Mais adiante, se faz necessário que todos os recursos da mídia, primordialmente, os mais utilizados atualmente como a internet, e seus aplicativos, e a televisão, com suas propagandas publicitárias, trabalhem e pensem nessa questão da imagem corporal, da gordofobia, dos estereótipos, visando a saúde mental dos consumidores dessas redes. Expor o tema e ampliar esses padrões impostos, não apenas para aqueles que possuem corpos magros, como os corpos gordos, é de grande valia para a sociedade.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante do que foi exposto neste Trabalho de Conclusão de Curso dando ênfase à imagem corporal na sociedade atual e a influência da mídia brasileira nessa padronização do corpo ideal, é possível observar como que os recursos midiáticos relacionam-se diretamente com a distorção ou o descontentamento com o próprio corpo, corroborando com as reflexões sobre este tema.

Esta pesquisa prezou, primordialmente, em apresentar as concepções de imagem corporal, gordofobia e estereótipos. A imagem corporal é caracterizada pela percepção de como cada indivíduo tem do seu corpo, podendo essa visão ser influenciada pela sociedade, cultura e, atualmente, muito grande pela mídia que expõe um padrão ideal de beleza (SCHILDER, 1999 apud VERAS, 2010). A gordofobia que é a discriminação contra pessoas gordas, sendo realizada através de falas, atitudes, representações negativas, e toda a organização da sociedade (SOUZA, 2021). E os estereótipos são considerados como um protótipo que a sociedade cria, onde os indivíduos são separados, concebendo rótulos, impondo comportamentos e padronizando a sua imagem (SANTOS, 2008).

Após conceituar as principais categorias de análise, foi exposto sobre as teorias da construção da imagem corporal onde é falado sobre como a representação do corpo foi mudando com o passar do tempo, além de apresentar a influência da mídia na construção da imagem corporal, a necessidade da representatividade de pessoas gordas nas mídias sociais e os efeitos que a midiaticização gera em indivíduos gordos.

Nos tempos atuais, quando as considerações divulgadas estão relacionadas para a propagação de noções ligadas ao prazer estético, faz-se perceptível o aumento de sintomas ligados à percepção da imagem corporal (VERAS, 2010). São imagens, vídeos e textos visuais que são expostos suplicando pela apreciação excessiva da juvenildade, da magreza e a obtenção de padrões de medidas que não configuram às particularidades étnicas brasileiras e que afetam concomitantemente e continuamente os indivíduos, podendo ser pelo contexto social, profissional ou familiar (VERAS, 2010).

Todo esse processo de estruturação da imagem corporal é típico na adolescência, pois chega a ser uma característica dessa fase que tanto idealiza esse corpo e que estão sempre em busca de corpos-imagem, mas vale ressaltar que esse meio de construção da imagem corporal é algo que ocorre e dura por toda a vida do indivíduo (FROIS; MOREIRA; STENGEL, 2011).

O desenvolvimento da imagem corporal, é um trabalho difícil, sendo um tema complexo, necessitando que este trabalho seja continuado visando maiores conhecimentos nessa área (VERAS, 2010). Mas, foi possível perceber o quanto a cultura e a mídia estão

relacionados com a criação da imagem corporal. A cultura atual tem cooperado assiduamente com os modelos de corpos que devem ser seguidos pela população, esses que estão criando a percepção de si mesmos através de vários fatores (VERAS, 2010).

Os indivíduos, principalmente as mulheres, se sentem atraídas pelo que é exposto pela mídia, sendo influenciadas a obter o que é colocado como bonito na atualidade, ocasionando a fuga de suas realidades e sofrendo com um "vício perturbador" (VERAS, 2010). A mídia está na sociedade, de forma indireta ou direta, com o papel de impor a todo custo formas de como o sujeito deve ser e fazer, como na forma de se vestir, agir, comer, além de outros comportamentos necessários para se chegar ao corpo perfeito (BARROS, 2019). Tais atitudes deveriam ser orientadas e acompanhadas por profissionais da área da saúde, para que sejam realizadas de uma forma saudável (BARROS, 2019).

Este Trabalho de Conclusão de Curso pode colaborar com uma visão de desconstrução do corpo perfeito exposto pela mídia, ao ser lido este estudo é possível entender sobre os conceitos-chave, como gordofobia, imagem corporal e estereótipos, compreender a influência e a consequência da midiaticização no desenvolvimento dessa imagem corporal e refletir sobre essas questões. Além disso, dar espaço a esse tema que merece maior destaque nas mídias, para que os indivíduos gordos se sintam mais representados.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, L. S.; et al. **Discriminação baseada no peso: representações sociais de internautas sobre a gordofobia.** *Psicologia em Estudo*, vol. 23, pp. 1-17, 2018.
- ARRUDA, A. S.; MIKLOS, J. O peso e a mídia: estereótipos da gordofobia. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero.** Jul/dez, 2020.
- ANDRADE, Giane Rodrigues de Souza de. **A Mídia como Pedagogia Cultural.** X EPCC – Encontro Internacional de Produção Científica UniCesumar. Paraná, p. 1-7, 2015.
- BARROS, D. D.. Imagem corporal: a descoberta de si mesmo. **História, Ciências, Saúde-Manguinhos**, v. 12, n. 2, p. 547–554, maio, 2005.
- BARROS, Y, I, B. **Imagem corporal e a influência da mídia na construção do corpo feminino.** Universidade Católica do Salvador - Faculdade de Enfermagem, Salvador-BA, 2019.
- BARROSO, D, R.; ALMEIDA, L, I, R.; KULNIG, A, M. Mídia e construção da imagem corporal em adolescentes do gênero feminino. **Rev Bras Reab Ativid Física.** 2012;1(1):53-62.
- BARTHOLOMEU, D.; SISTO, F. F.; RUEDA, F. J. M. Dificuldades de aprendizagem na escrita e características emocionais de crianças. **Psicologia em estudo**, v. 11, n. 1, p. 139-146, 2006. Disponível em:  
<https://www.scielo.br/j/pe/a/XxZdXPnTC8WmQG5mWCpp58g/?format=pdf#:~:text=As crianças com dificuldades de aprendizagem que estejam,De forma geral%2C pode-se dizer que instabilidade emocional. Acesso em: outubro de 2022.>
- CAETANO, V. B. C. **#Gordanuncamais: O imaginário sobre o corpo gordo em postagens Fitness no Instagram.** Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Letras). Universidade Federal do Pampa, Jaguarão, p. 1-49, 2016.

CAMPOS, L, A, M; MARINS, J, S.; RAMOS, M, C, N. et al. O que são estereótipos. **Ciência Atual**, vol. 17, n.2, 2021.

CARVALHAIS, Lénia Sofia de Almeida; SILVA, Carlos. Consequências sociais e emocionais da dislexia de desenvolvimento: um estudo de caso. **Psicologia Escolar e Educacional**, v. 11, p. 21-29, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pee/a/6hzxH48Z8RZc9nhxWttbdvC/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: outubro de 2022.

CARROL, J, M., SNOWLING, M, J. Language and phonological skills in children at high risk of reading difficulties. **J Child Psychol Psychiatry**, v. 45, n. 3, p. 631-40. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15055381/>. Acesso em: outubro de 2022.

CALAZANS, F. SANTOS, C. A. #Gordofobia: produção de sentido sobre corpos gordos femininos no Instagram. **Revista Comunicação Midiática**, v.17, n.2, p.73-87, 2022.

CONTI, M, A.; BERTOLIO, M, N, T.; PERES, S, V. A mídia e o corpo: o que o jovem tem a dizer? **Ciê Saúde Coletiva**. 2010;15(4):2095-103

CRUZ, V. **Dificuldades de aprendizagem: fundamentos**. Porto: Porto Editora, 1999.

DAMASCENO, Vinícius Oliveira et al. Imagem corporal e corpo ideal. **Revista brasileira de ciência e movimento**, v. 14, n. 2, p. 81-94, 2006.

DURANTE, Flávia. **Gordofobia existe até em ônibus**: “Sinto frio na barriga ao ver a catraca”. *Universa*, São Paulo, 24 nov. 2017.

FAGUNDES, M. A; CAREGNATO, R. T; SILVEIRA, L. M. **Variáveis Psicológicas Associadas À Cirurgia Bariátrica**. 2017. 54. Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA), Porto Alegre, 2017. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S14130394201600020006&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S14130394201600020006&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt). Acesso em: maio de 2023.

FARIA, S, P.; SHINOHARA, H. **Transtornos Alimentares**. Interação, Curitiba, v. 2, p. 51-73, jan./dez. 1998.

FERNANDES, W, M., LIMA, R, F., AZONI, C, A, S., CIASCA, S, M. **Neuroimagem e dislexia do desenvolvimento**. In: Ciasca SM, Rodrigues SD, Azoni CAS, Lima RF, eds. *Transtornos de aprendizagem. Neurociência e Interdisciplinaridade*. São Paulo: Book Toy; 2015. p. 339-54. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/291818454\\_Neuroimagem\\_e\\_dislexia\\_do\\_desenvolvimento](https://www.researchgate.net/publication/291818454_Neuroimagem_e_dislexia_do_desenvolvimento). Acesso em: outubro de 2022.

FREITAS, E, A.; BARTILOTTI, C, B. **Gordofobia: vivências de universitários e universitárias gordos/as**. Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Psicologia da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. 2020.

FROIS, E.; MOREIRA, J.; STENGEL, M. **Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão**. *Psicologia em Estudo*, Maringá, v. 16, n. 1, p. 71-77, jan./mar. 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas Editora, 1991.

GROGAN, S. **Body image: understanding body dissatisfaction in men, women and children**. 3ª ed. Abingdon (United Kingdom): Routledge; 2017.

IDA, Sheila Weremchuk; SILVA, Rosane Neves da. Transtornos alimentares: uma perspectiva social. **Rev. Mal-Estar Subj.**, Fortaleza, v. 7, n. 2, p. 417-432, set. 2007. Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1518-61482007000200010&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482007000200010&lng=pt&nrm=iso)>. acessos em 13 dez. 2022.

International Dyslexia Association. **Dyslexia in the classroom: what every teacher needs to know**. Baltimore: International Dyslexia Association; 2013. Disponível em: <https://structuredlit.wpenginepowered.com/wp-content/uploads/2015/01/DITC-Handbook.pdf>. Acesso em: outubro de 2022.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamasso. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Revista katálysis**, v. 10, p. 37-45, 2007.

LIMA, Gabriella Campos Jannini de; SILVA, Luciana Maria da. Relações entre corpo, mídia e saúde mental: significações de corpos midiaticizados no Instagram. **Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social**, v. 9, n. 2, p. 786-797, 2021.

MATTOS, R. S.; LUZ, M. T. Sobrevivendo ao estigma da gordura: um estudo socioantropológico sobre obesidade. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p. 489-507, 2009.

MATSUO, R, F.; VELARDI, M.; BRANDÃO, M, R, F.; MIRANDA, M, L, J. Imagem corporal de idosos e atividade física. **Rev Mack Educ Fís Esp**. 2007;6(1):37-43.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOURA, Gabriela. Racismo, transfobia e gordofobia – o amor além da fantasia: Padrões estéticos em relações amorosas. **Revista Subjetiva**, 9 abr. 2019.

NASCIMENTO, Francisco Paulo do; SOUSA, Flávio Luís Leite. Classificação da Pesquisa. Natureza, método ou abordagem metodológica, objetivos e procedimentos. **Metodologia da Pesquisa Científica: teoria e prática—como elaborar TCC**. Brasília: Thesaurus, 2016. Disponível em: <http://franciscopaulo.com.br/arquivos/Classifica%C3%A7%C3%A3o%20da%20Pesquisa.pdf>. Acesso em: novembro de 2022.

OLIVEIRA, R, C. **Pressão estética e autoimagem: um estudo com mulheres de diferentes faixas etárias**. Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL, 2021.

OLIVEIRA, A, P, G.; FONSECA, I, R.; ALMADA, M, O, R, V.; ACOSTA, R, J, L. T.; SILVA, M, M.; PEREIRA, K, B.; NASCIMENTO, P, L.; SALOMÃO, J, O. Transtornos alimentares, imagem corporal e influência da mídia em universitárias. **Rev enferm UFPE on line**. 2020;14:e245234 DOI: <https://doi.org/10.5205/1981-8963.2020.245234>

OSÓRIO, L. C. **Adolescente hoje**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1989.

RIGO, L. C.; SANTOLIN, C. B. **Combate à obesidade**: uma análise da legislação brasileira. Movimento, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 279-296, 2012

RODRIGUES, S.; CIASCA, S, M. Dislexia na escola: identificação e possibilidades de intervenção. **Rev. psicopedag.** vol. 33, n. 100, p. 86-97, 2016. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psicoped/v33n100/10.pdf#:~:text=RESUMO%20E2%80%93%20Dislexia%20C3%A9%20um%20transtorno%20espec%3ADfco%20de,dislexia%20C%20sua%20identifica%C3%A7%C3%A3o%20e%20algumas%20pos%20ADsibilidades%20de%20interven%C3%A7%C3%A3o..> Acesso em: outubro de 2022.

PAIM, M, B.; KOVALESKI, D, F. **Análise das diretrizes brasileiras de obesidade**: patologização do corpo gordo, abordagem focada na perda de peso e gordofobia. Saúde e Sociedade [online]. v. 29, n. 1, 2021.

PEREIRA, M. E. **Psicologia social dos estereótipos**. São Paulo: EDU, 2002.

PEREZ, V, S. **Pessoa com deficiência = pessoa incapaz?** Um estudo acerca do estereótipo e do papel da pessoa com deficiência nas organizações. Cad. EBAPE.BR, v. 10, nº 4, artigo 6, Rio de Janeiro, Dez, 2012.

POULAIN, J.-P. **Sociologia da obesidade**. São Paulo: Senac, 2013.

RANGEL, Natália Fonseca de Abreu. **Redes da internet como meio educativo sobre gordofobia**. 2017. 90 f. Monografia (Graduação em Ciências Sociais) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

RANGEL, Natália Fonseca de Abreu. **O ativismo gordo em campo; Política, identidade e construção de significados**. 2018. 162 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

RUBIM, A. A. C. **A contemporaneidade como idade média**. Interface Comunicação, Saúde, Educação, 4(7), 25-36, 2000.

SANCHEZ, P. C., DORFMAN, I. Z., & JAEGER, M. A. (2003). Transtornos alimentares. In A. M. S. Bassols & M. F. B. Santis (Orgs.), **Saúde mental na escola**: Uma abordagem multidisciplinar (pp. 30- 37). Porto Alegre, RS: Mediação.

SANTOS, R, G. **A influência dos estereótipos no julgamento da veracidade de enunciados**. Universidade Federal da Bahia, Salvador - BA, 2008.

SANTOS, M. S.; GONÇALVES, V. O. Uso das redes sociais, imagem corporal e influência da mídia em acadêmicos dos cursos de educação física. **Rev. Eletrônica de Graduação e Pós Graduação em Educação**, vol. 16, n° 3, 2020.

SAIKALI, C. J. et al.. Imagem corporal nos transtornos alimentares. *Archives of Clinical Psychiatry (São Paulo)*, v. 31, n. 4, p. 164–166, 2004.

SEIXAS, C. M.; BIRMAN, J. O peso do patológico: biopolítica e vida nua. **História, Ciências, Saúde - Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 13-26, 2012.

SIGNOR, Rita. Dislexia: uma análise histórica e social. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 15, n. 4, p. 971-999, 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1984-639820158213>>. Acesso em: novembro de 2022.

SILVA, E. M. P. **A auto estima em crianças com dislexia**. Lisboa: Escola Superior de Educação Almeida Garrett. 2012.

SILVA, B. L. **As interfaces entre a gordofobia e a formação acadêmica em nutrição: uma problematização necessária**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Nutrição) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

SILVA, V. A.; SILVA, E. A. A.; DIONÍSIO, L. R.; FERREIRA, F. A. R.; SALDANHA, A. A. W.; CARVALHO, E. A. B. **Mídia e percepção da imagem corporal entre adolescentes: uma discussão de gênero**. II Seminário Nacional Gênero e Práticas Culturais – culturas, leituras e representações; 28-30 Out, 2009.

SNOWLING, M. J., STOTHARD, S. E., et al. **YARC York Assessment of Reading comprehension**. London: GL. Assessment; 2009.

SOUSA JÚNIOR, João Henriques de. Representação do gordo no cinema nacional: análise de papéis de atores com sobrepeso e obesidade nas produções cinematográficas brasileiras de maior bilheteria. **REVISTA LIVRE DE CINEMA, uma leitura digital sem medida (super 8, 16, 35, 70 mm,...)**, v. 6, n. 1, p. 4-12, 2019.

SOUZA, M. R. R. DE. et al.. Droga de corpo! Imagens e representações do corpo feminino em revistas brasileiras. *Revista Gaúcha de Enfermagem*, v. 34, n. 2, p. 62–69, jun. 2013.

SOUZA, S. D. **Gordofobia e a dignidade da pessoa gorda**. Goiás-GO, Universidade Federal de Goiás, 2021.

SOUZA, Livia Pessin De; VIEIRA, Ana Carla. **Perspectivas sobre a Dislexia na visão de adolescentes diagnosticados**. Universidade do Sagrado Coração, São Paulo, p. 442-448, 2018. Disponível em: [https://www.unisagrado.edu.br/custom/2008/uploads/anais/sile\\_2018/atualizado/CO/PERSPECTIVAS SOBRE A DISLEXIA NA VISAO DE ADOLESCENTES DIAGNOSTICADOS\\_copia.pdf](https://www.unisagrado.edu.br/custom/2008/uploads/anais/sile_2018/atualizado/CO/PERSPECTIVAS SOBRE A DISLEXIA NA VISAO DE ADOLESCENTES DIAGNOSTICADOS_copia.pdf). Acesso em: outubro de 2022.

SUDO, N.; LUZ, M. T.. O gordo em pauta: representações do ser gordo em revistas semanais. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 12, n. 4, p. 1033–1040, jul. 2007.

SWAIN, T. N. **Feminismo e recortes do tempo presente: Mulheres em revistas femininas.** São Paulo em Perspectiva, 15(3), 67-81, 2001.

TAVARES, M. da C. G. C. F.. **Imagem corporal - conceito e desenvolvimento.** São Paulo: Editora Manole, 2003.

TELES, Paula. Dislexia: como identificar? Como intervir? **Revista Portuguesa de Medicina Geral e Familiar**, v. 20, n. 6, p. 713-30, 2004. Disponível em: <https://www.rpmgf.pt/ojs/index.php/rpmgf/article/view/10097/9834>. Acesso em: novembro de 2022.

VARGAS, Eliza Garonci Alves. A influência da mídia na construção da imagem corporal. **Rev. Brasileira Nutri Clin**, v. 29, p 73-5, 2014. Disponível em:<http://www.braspen.com.br/home/wp-content/uploads/2016/12/12-A-influencia-da-midia-na-construcao-da-imagem.pdf>. Acesso em: junho de 2023.

VIEIRA, Camilla Araújo Lopes; BOSI, Maria Lúcia Magalhães. Corpos em confecção: considerações sobre os dispositivos científicos e midiáticos em revistas de beleza feminina. *Physis*, **Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, p. 843-861, 2013.

VERAS, A, L, L. Desenvolvimento e construção da imagem corporal na atualidade: um olhar cognitivo- comportamental. **Rev. bras.ter. cogn.** vol.6 no.2 Rio de Janeiro dez, 2010.

VILHENA, Junia de; MEDEIROS, Sergio; NOVAES, Joana de Vilhena. A violência da imagem: estética, feminino e contemporaneidade. **Rev. Mal-Estar Subj.**, Fortaleza , v. 5, n. 1, p. 109-144, mar. 2005. Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1518-61482005000100006&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482005000100006&lng=pt&nrm=iso)>. acessos em 26 maio 2023.

WEINBERG, C. **Por que estou assim? Os momentos difíceis da adolescência.** São Paulo: Sá; 2007