

Investigando corpos gordos na *internet*: uma análise crítico-reflexiva a partir dos pressupostos teórico-metodológicos da Gramática do *Design Visual*

Jádisson Gois da Silva 

(Universidade Federal de Sergipe – UFS, Aracaju/SE, Brasil)

Sandra Virgínia Correia de Andrade Santos 

(Universidade Federal de Sergipe – UFS, Aracaju/SE, Brasil)

Cristiano Mezzaroba 

(Universidade Federal de Sergipe – UFS, Aracaju/SE, Brasil)

RESUMO – Investigando corpos gordos na *internet*: Uma análise crítico-reflexiva a partir dos pressupostos teórico-metodológicos da Gramática do *Design Visual* – Objetivou analisar imagens disponibilizadas pela mídia digital sobre corpos gordos e que, em seu conjunto enquanto artefatos culturais, podem se constituir em veículos produtores de sensibilidades com viés gordofóbicos. Caracterizou-se como uma pesquisa de natureza qualitativa de cunho descritivo-exploratório, operando a “Gramática do *Design Visual* – GDV”. Assim, trazemos ao campo educacional a perspectiva teórico-metodológica para se trabalhar com a GDV a qual pode auxiliar professores e pesquisadores na identificação, compreensão e desvelamento da produção imagética dos cotidianos.

PALAVRAS-CHAVE

Corpo gordo. *Internet*. Estigma. Cultura digital. Análise imagética.

ABSTRACT – Investigating fat bodies on the internet: A critical-reflexive analysis based on the theoretical-methodological presuppositions of Visual Design Grammar – Aimed to analyze images of fat bodies made available by the digital media and which, as a whole, as cultural artifacts, can become vehicles for producing sensitivities with a fat-phobic bias. It was characterized as qualitative research of a descriptive-exploratory nature, using the “Grammar of Visual Design - GDV”. In this way, we bring to the educational field a - theoretical-methodological perspective for working with GDV, which can help teachers and researchers to identify, understand and unveil the imagery produced in everyday life.

KEYWORDS

Fat body. *Internet*. Stigma. Digital culture. Image analysis.

RESUMEN – Investigando cuerpos gordos en internet: Un análisis crítico-reflexivo basado en los presupuestos teórico-metodológicos de la Gramática del Diseño Visual – Tuvo como objetivo analizar imágenes de cuerpos gordos puestas a disposición por los medios digitales y que, en su conjunto, como artefactos culturales, pueden convertirse en vehículos de producción de sensibilidades con sesgo gordofóbico. Se caracterizó como una investigación cualitativa de carácter descriptivo-exploratorio, utilizando la «Gramática del Diseño Visual - GDV». De esta forma, aportamos al campo educativo una perspectiva teórico-metodológica para el trabajo con la GDV, que puede ayudar a docentes e investigadores a identificar, comprender y develar los imaginarios producidos en la vida cotidiana.

PALABRAS CLAVE

Cuerpo gordo. *Internet*. Estigma. Cultura digital. Análisis de imágenes.

Introdução

O corpo é uma síntese da cultura, porque expressa elementos específicos da sociedade da qual faz parte. (Daolio, 1995, p. 25).

Nos últimos anos, o tema da obesidade tem ganhado cada vez mais espaço nas inúmeras mídias e, conseqüentemente, fomentando debates quanto ao corpo gordo. Inclusive no cinema, como por exemplo, a recente obra cinematográfica “A baleia” (*The Whale*, em seu título original), dirigida por Darren Aronofsky e tendo como protagonista o ator Brendan Fraser que, pela interpretação no filme, ganhou Oscar de melhor ator em 2023, interpretando um professor com obesidade severa e que suscitou debates quanto ao caráter gordofóbico do filme. Poderíamos citar também, nesse caso, a obra “Preciosa – Uma história de esperança” (*Precious*, 2009), em que a protagonista sofre os mais diversos preconceitos, por uma intersecção de traços, dentre eles, ser uma mulher negra, gorda e periférica.

Contudo, percebe-se que tal debate acaba por reforçar um padrão imagético que a maioria das pessoas não consegue alcançar (o corpo em forma, musculoso, *fitness*), além de associá-lo a uma determinada configuração estereotipada, sobretudo a de que os corpos que não se alinham a um determinado padrão físico do corpo magro automaticamente carregam consigo o julgamento de um corpo em que olhar afere ausência de saúde.

É muito comum corpos gordos serem marginalizados pela própria sociedade, fato que encontra terreno fértil nas mídias digitais. Essa realidade realça a importância de reflexões sobre como os meios digitais corroboram na continuidade de representações negativas atribuídas ao corpo gordo que, mesmo saudável, mediante análise biológica, é impactado cotidianamente, já que conduzem o modo como a sociedade se relaciona com o próprio corpo e, inclusive, com o dos outros.

Levando em consideração as informações até aqui apresentadas, emerge a seguinte questão de pesquisa: Como a mídia, especialmente os portais de informação

na *internet*, têm utilizado imagens para se referir ao corpo gordo? Para responder a esse questionamento, objetivou-se analisar imagens disponibilizadas pela mídia digital sobre corpos gordos que, em seu conjunto, enquanto artefatos culturais, podem se constituir em veículos produtores de sensibilidades com viés gordofóbicos.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de cunho descritivo-exploratório, com base em Godoy (1995) e Minayo (2012), e tem como lócus o portal UOL, em seu espaço digital “Na Telinha” (<https://natelinha.uol.com.br/>). A partir desse lócus, foram selecionadas duas imagens para compor o *corpus*, cuja análise teve como base as metafunções da Gramática do *Design* Visual, de Kress e Van Leeuwen (1996), abordagem teórica significativa para compreender as relações de sentido constituídas pelas imagens publicizadas, a qual será pormenorizada neste texto, quando da apresentação dos dados e das análises.

Como aporte teórico, foram utilizados os estudos de Sudo e Luz (2007), Vigarello (2012), Poulain (2013) e Penas (2021), dentre outros, com vistas a fundamentar e discutir sobre a imagem representada pelo corpo gordo na mídia e identificar se há reprodução de padrões estéticos que valorizam um tipo de corpo enquanto desprestigiam outro. É importante enfatizar que, identificada uma padronização negativa, evidencia-se a relevância de tal problemática ser abordada de forma crítica e reflexiva para compreender possíveis implicações de representações midiáticas do corpo gordo que corroboram posicionamentos gordofóbicos.

Sendo assim, essa discussão está dividida em introdução, momento atual em que são apresentados os aspectos principais do estudo (contextualização, objetivo, problema); em seguida, uma abordagem teórica sobre o tema (as representações do corpo gordo na mídia); o caminho metodológico para produção dos resultados e discussões, seguidos das considerações finais (que retomarão uma visão panorâmica e retrospectiva quanto ao objeto investigado, refletindo quanto ao conhecimento construído e possíveis direções para futuras pesquisas).

Representações do corpo gordo na mídia

A gordofobia caracteriza-se como uma aversão à gordura, ao medo excessivo de engordar, e diversas formas de discriminação e estigmatização¹ surgem contra pessoas com corpos volumosos, as quais são percebidas como fora dos padrões de normalidade corporal disseminados na cultura vigente (Penas; Germano, 2021).

Também pode ser compreendida como lipofobia, enquanto aversão à gordura, medo de engordar ou de ser improdutivo (Teixeira; Freitas; Caminha, 2012), ou seja, características que envolvem a sociedade contemporânea em um contexto de higiomania (Nogueira, 2001), circunscrevendo os diversos/diferentes corpos humanos dentro de um estilo de vida com ênfase na tecnificação do contemporâneo, com a idolatria por um determinado padrão corporal e com foco em relação a uma saúde que está vinculada a produtos para consumo (dietas, práticas nas academias etc.).

Com relação à gordofobia, também ocorre uma profunda patologização desses corpos (gordos), evidenciada nas Diretrizes da Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica (ABESO²), ao considerar a obesidade como o prenúncio da morte precoce e do desenvolvimento de outras doenças (evitáveis), conforme o trecho: “tendência a encurtar a vida, abrindo caminho para perigosas enfermidades” (Abeso, 2016, p. 22).

Além disso, Paim e Kovalski (2020) afirmam que o conhecimento científico propaga um rol de soluções simplistas para situações complexas, aplicando-o de maneira reducionista, patologizante e absolutamente voltado ao campo biológico e comportamental. Segundo Poulain (2013), a obesidade³ é vista como uma questão de saúde⁴ e, por isso, a prática gordofóbica é um preconceito mais aceito devido ao discurso médico-hegemônico que o legitima: “[...] preconceitos tão naturalizados que a própria pessoa gorda incorpora uma imagem de si inapta e doente” (Paim; Kovalski 2020, p. 3 e 4).

Nesse sentido, torna-se perceptível que “[...] o atual discurso da saúde associa a magreza ao cuidado com o corpo, motivo pelo qual o corpo magro é considerado garantia de saúde e, por consequência, é visto como adequado/normal” (Paim; Kovaleski, 2020, p. 3).

Entretanto, uma considerável parte da população não se encontra dentro dos paradigmas normativos de beleza (hegemônicos – os que vinculam beleza à saúde e vice-versa), e diante desta problemática, sofrem vários tipos de exclusão, discriminações, preconceitos e até mesmo violência (Penas, 2021). Além disso, Vasconcelos, Sudo e Sudo (2004) trazem a seguinte análise crítico-reflexiva:

Em nenhuma outra época, o corpo magro adquiriu um sentido de corpo ideal e esteve tão em evidência como nos dias atuais: esse corpo, nu ou vestido, exposto em diversas revistas femininas e masculinas, está definitivamente na moda: é capa de revistas, matérias de jornais, manchetes publicitárias, e se transformou em um sonho de consumo para milhares de pessoas, nem que, para isso, elas tenham que passar por intervenções cirúrgicas (plásticas), dietas de todos os tipos (do sangue, da melancia etc) ou exercícios físicos dos mais variados (Vasconcelos; Sudo; Sudo, 2004, p. 68).

Para tanto, torna-se oportuno destacar que tais paradigmas englobam não somente os corpos magros, mas também os musculosos – como aqueles considerados belos, saudáveis, atraentes, merecedores de sucesso e felicidade (Penas, 2021).

Não obstante, de maneira geral, os corpos gordos também são, deliberadamente, excluídos da arquitetura das cidades e dos objetos, visto que em diversos espaços como, por exemplo, nos meios de transporte⁵, catracas de ônibus e metrô, elevadores, portas e assentos (de ambientes de trabalho, escolas, universidades e cinema), caracterizam-se como artefatos que, além de negarem acessibilidade, põem as pessoas com corpos gordos em profundo constrangimento (Menezes; Ferreira; Mélo, 2020).

Sendo assim, torna-se nítida a compreensão acerca dos estereótipos e das estigmatizações vigentes em torno do corpo gordo: “[...] alguém sem controle ou

domínio de si, que mantém o corpo feio e ‘impassível’ quando ‘tudo’ mostra que deveria mudar” (Vigarello, 2012, p. 15).

Para Vasconcelos, Sudo e Sudo (2004) existe a concepção de que, ao se alcançar o estado de magreza e uma boa forma física (conforme paradigmas normativos), a pessoa obterá êxito na profissão, nas relações sociais e relacionamentos amorosos. Enquanto isso, evidencia-se nos *posts* publicizados pela mídia⁶ alarmista e reiterados pela “[...] regulação moral que parte dos profissionais de saúde, ao julgarem indivíduos saudáveis como responsáveis e aqueles que adoecem como irresponsáveis” (Paim; Kovalesski, 2020, p. 3), que há um processo de culpabilização do sujeito gordo pelo fato dele estar doente, tendo o adoecimento intimamente relacionado à sua configuração corporal.

Nesse processo de culpabilização, os excertos de Mezzaroba (2012) nos provocam a seguinte reflexão:

[...] ao atribuir o peso da culpa ou da responsabilidade ao próprio indivíduo, ocorre aquilo que a saúde coletiva denomina de culpabilização da vítima, ou seja, exposto aos vários agravos que o indivíduo sofre no seu dia a dia, seja pelas suas condições de trabalho, de alimentação, de transporte, de relações pessoais, e com o ‘bombardeio de informações’ que recebe quanto a comportamentos preventivos que deve seguir para ‘ter saúde’, seria ‘culpa’ dele mesmo não seguir o que médicos e profissionais da saúde – incluídos aí os professores de EF e os *personal trainer* – ‘dizem’ ou “recomendam” para ser seguido (Mezzaroba, 2012, p. 238).

Além disso, o debate sobre a gordofobia vai ao encontro do conceito ampliado de saúde, no que se refere à ideia do sujeito em sua totalidade, isto é, não se referindo de maneira reducionista à ausência de doenças (visão biomédica), mas sim, levando-se em conta uma série de determinantes e condicionantes os quais apresentam íntima relação com a alimentação, moradia, saneamento básico, meio ambiente, trabalho, renda, educação, transporte, lazer e acesso aos bens e serviços essenciais (Brasil, 1990). Sem contar o que se espera dos contextos educacionais e formativos em pautar essa discussão em perspectivas multidisciplinares, não recaindo tal

responsabilização apenas a alguns componentes curriculares, neste caso, Educação Física ou Biologia, por exemplo.

Aspectos metodológicos

Para alcançar o objetivo proposto, a pesquisa caracterizou-se de natureza qualitativa, com abordagem descritiva-exploratória (Godoy, 1995; Minayo, 2012), tendo como lócus o portal UOL, em seu espaço virtual “Na Telinha” (<https://natelinha.uol.com.br/>), considerado um *site* parceiro do maior portal de notícias do Brasil. Tal escolha ocorre por esse espaço virtual centralizar publicações de diferentes temáticas, possuir uma diversidade de usuários e utilizar-se de textos multimodais para comunicar. Trata-se de um *site* fundado em 02 de junho de 2005, com foco no jornalismo de entretenimento, tanto digital como televisivo. Segundo o próprio *site*, estão entre seus principais objetivos a “[...] profissionalização e o fortalecimento da rede; defesa do jornalismo e da democracia e a promoção da diversidade” (Na Telinha, 2023).

Na composição do *corpus* de análise, foram selecionadas duas imagens publicadas em momentos distintos, mas que dialogam tematicamente. No processo de análise, esta pesquisa se utilizou da Gramática do *Design* Virtual (GDV), fundamentada por Gunther Kress e Theo Van Leeuwen (1996). A GDV, apoiada na semiótica social e inspirada na linguística sistêmico-funcional de Halliday, apresenta um conjunto de princípios e conceitos que descrevem estruturalmente a linguagem visual, dando a ela sentidos oriundos de sua composição e do contexto em que está inserida.

De acordo com Santos (2015, p. 22) este tipo de gramática “[...] analisa linguística e estruturalmente os textos visuais e seus códigos semióticos a partir de uma tríade: a representação do mundo, a interação entre leitor e texto e a significação de suas escolhas visuais”. Assim, a GDV articula três perspectivas: representação (aquilo que a imagem pretende representar, como por exemplo, objeto/pessoa/coisa); interação (do leitor com o texto/imagem) e significação (ou

seja, os sentidos e signos que a imagem objetiva transmitir a partir das escolhas composicionais).

Desse modo, a análise, alicerçada pela GDV, buscou uma compreensão aprofundada sobre as imagens presentes no portal UOL, em seu espaço virtual “Na Telinha”, por meio de um processo analítico-interpretativo voltado para as estratégias comunicativas envolvidas nas publicações imagéticas com o corpo gordo para, ao final, produzir inferências sobre o que é reproduzido pelo “discurso visual” e identificar se sua composição tende a reforçar a gordofobia.

É significativo entender que a linguagem visual, presente nas imagens, permite compreender melhor as mensagens transmitidas, tornando o usuário/leitor/interlocutor mais consciente e questionador diante das representações que lhe são apresentadas (Santos, 2015), característica atribuída a contextos educativos e formativos vinculados a perspectivas diversas, como da educação para as mídias (Belloni, 2001) e da mídia-educação (Fantin, 2006), entre tantas outras perspectivas e nomenclaturas. No quadro 1, segue a caracterização de alguns dos elementos que compõem a GDV:

Quadro 1 – As metafunções da GDV

AS METAFUNÇÕES DA GRAMÁTICA DO <i>DESIGN</i> VISUAL (GDV)		
METAFUNÇÃO REPRESENTACIONAL (Relação entre participantes e processos)	METAFUNÇÃO INTERATIVA (Relação entre imagem e observador)	METAFUNÇÃO COMPOSICIONAL (Relação entre elementos da imagem)
Narrativa (visual, ação e reação)	Contato (olhar)	Disposição
Conceitual (relação de taxonomia)	Distância social	Enquadramento (estruturação)
	Perspectiva	Saliência

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Tendo em vista o quadro 1, a primeira metafunção apresentada pela GDV é a representacional. A partir dela, conduz-se o olhar para a identificação dos processos evidenciados pela imagem, ou seja, “[...]a representação de aspectos

do mundo – físico, mental, social” (Ottoni; Lima, 2014, p. 31). Para o entendimento de tais processos, a GDV propõe duas representações: a conceitual e a narrativa.

A representação conceitual refere-se às imagens que não mostram ação ou movimento, mas sim classificações, relações e características, pois “[...] temos uma imagem não com uma narrativa, mas sim uma relação de taxonomia entre seus participantes (Gualberto, 2013, p. 6), o que indica um processo simbólico socialmente compreendido. Já em relação à representação narrativa, Santos (2015) explica que “[...] ocorre quando os elementos presentes indicam ações sendo realizadas”. Nesse sentido, indica uma mudança ou ação de seus participantes. Tais participantes, que podem ser pessoas, objetos, animais, símbolos ou qualquer elemento visualmente identificado, desempenham diferentes papéis na construção das imagens e se constituem como elementos relevantes para sua compreensão.

A segunda metafunção, a interativa, refere-se à relação de interação entre os participantes e ao modo como essa conexão é estabelecida visualmente. Isso inclui, por exemplo, elementos como o contato visual, o ângulo e a distância social, os quais influenciam a maneira como o leitor/observador/interlocutor se envolve com a imagem. Com base nessa metafunção, as imagens são organizadas em três dimensões principais, conforme explicitado por Kress e Van Leeuwen (1996):

- Contato: refere-se à direção do olhar, por meio de um vetor, indicando conexão ou distanciamento. Aqui a imagem pode representar uma **oferta** (o elemento representado é ofertado à contemplação do leitor) e uma **demanda** (o elemento representado se põe a olhar diretamente para o leitor).
- Distância social: parte-se da proximidade ou distanciamento do enquadramento. A diferença de maior ou menor proximidade entre o participante representado e o leitor pode indicar intimidade ou impessoalidade, respectivamente.

- **Perspectiva:** a perspectiva diz respeito ao ângulo em que a imagem é registrada, influenciando a forma como os elementos são percebidos. Ela pode ser *subjetiva*, quando apresenta um ponto de vista específico e direcionado, ou *objetiva*, quando busca revelar a cena de maneira neutra e completa. Além disso, a perspectiva está associada a diferentes efeitos visuais: o ângulo vertical pode sugerir relações de poder, estabilidade ou ratificação, enquanto o ângulo horizontal influencia o grau de empatia e envolvimento entre o espectador e os participantes representados.

A terceira metafunção, a composicional, refere-se à significação dos elementos expostos, isto é, como os participantes presentes nas imagens se relacionam entre si para formar um todo integrado por meio de sua disposição, do enquadramento e da saliência (Kress; Van Leeuwen, 1996). Sendo assim, o valor da informação refere-se ao valor dado a cada elemento contido na imagem, de acordo com suas escolhas e a posição que ocupa:

- **Dado/novo (Demarcação Horizontal):** a leitura se faz da esquerda para a direita, desse modo, as informações são postas em uma linha horizontal, ou seja, as informações localizadas no lado esquerdo já são de conhecimento do leitor, e o que é posto do lado direito é o que precisa ser compreendido pelo leitor, é o que ele ainda não conhece.
- **Ideal (Demarcação Vertical):** a leitura da imagem é feita de cima para baixo, nesse sentido, a parte superior é a idealização de algo, também podendo ter mais afinidade emotiva com o leitor, e a parte inferior trata-se de algo mais informativo e prático.
- **Centro e Margem:** no centro encontra-se o núcleo da informação, de modo que os elementos encontrados na margem servem de suporte às informações.

Ainda referente à metafunção composicional, temos o Enquadramento (Estrutura), que diz respeito à presença ou à ausência de objetos interligados, ou seja, é o nível de conexão entre os elementos da composição imagética (Silva; Almeida, 2018). Por isso, “[...] as identidades visuais podem se relacionar quando

estão conectadas ou podem estar separadas na medida em que não possuem mecanismos que possibilitem a identificação de que há relação entre elas” (Silva; Almeida, 2018, p. 54).

A metafunção composicional também tem como elemento comunicativo a Saliência. Esta, por sua vez, responsável pela organização de informações, possibilita perceber o grau de importância de um dado modo semiótico. Essa diferenciação se dá por meio de recursos como: tamanho, cor, contraste, nitidez, brilho, perspectiva, sobreposição etc.

Diante disso, a Gramática do Design Visual (GDV) e suas metafunções, ao possibilitar compreender os significados transmitidos pelas imagens, por meio das relações estabelecidas com o leitor/observador/interlocutor, constitui-se enquanto uma abordagem analítica relevante para este estudo, sobretudo por permitir interpretação sistemática e significativa do *corpus*.

Resultados e discussão

Após a seleção e identificação das imagens que fariam parte do *corpus*, iniciamos o processo de análise em busca de compreender como o corpo gordo é veiculado na mídia digital UOL, em seu *site* parceiro “Na Telinha”. Nas duas imagens escolhidas, encontra-se o ator Marcus Majella, conhecido no Brasil por participação em programas humorísticos, em momentos distintos, como pode ser observado mais adiante nas figuras 1 e 2. Nessa discussão, portanto, partiremos da imagem acompanhada da manchete “Marcus Majella perde 30 kg e visual impressiona. Cinco meses após terminar namoro com bonitão, humorista do Vai que Cola apareceu mais magro e com visual diferente impressiona”, como pode ser observado a seguir:

Figura 1 – Marcus Majella com corpo gordo



Fonte: <https://natelinha.uol.com.br/famosos/2022/08/12/marcus-majella-perde-30-kg-e-visual-impressiona-185969.php>

De início, a matéria chama a atenção para o fato de o ator Marcus Majella ter perdido 30 kg e põe em destaque primeiramente seu visual com corpo gordo e, mais adiante, sua imagem com corpo magro, conforme será apresentado posteriormente, na figura 2. Como o foco desta análise é a linguagem visual, discutiremos os elementos que compõem as duas imagens escolhidas, em diálogo com os pressupostos da Gramática do *Design Visual*, proposta por Kress e Van Leeuwen (1996).

É importante retomar que, de acordo com a GDV, a composição visual é organizada de forma a produzir significado e, por conta disso, estabelece diálogo com o contexto comunicativo em que está inserida, apresenta regras estruturantes da linguagem visual, do mesmo modo que a gramática do texto verbal, e se divide em três partes significativas, as suas metafunções. Cada uma das metafunções se dedica a elementos próprios da linguagem imagética, escolhidos mediante objetivos bem demarcados.

Ao analisarmos a figura 1, do ponto de vista representacional, recorreremos à representação que a imagem de Marcus Majella exerce na publicação. Isso é determinado pela escolha das cores, do lugar onde se encontra, de outras pessoas ou objetos que também fazem parte da imagem (como na imagem dele mesmo, em suas costas), e da narratividade que é produzida, ou seja, das ações que são

desempenhadas em uma relação espaço-temporal. Assim, entendemos que o ator é o centro da mensagem, pois além de ocupar a posição central, o foco está em sua pessoa, enquanto o que está ao fundo se encontra desfocado.

Além disso, sua configuração corporal se apresenta corpulenta e esbanjando alegria, em acordo com a personagem com a qual é reconhecido socialmente. Essa última, tanto dialoga com sua vestimenta colorida, quanto também com uma característica de quem é “gordo” e faz humor, pois “[...] quando a pessoa gorda é responsável por piadas de todo gênero. Ela tem sempre um comentário bem-humorado e divertido para fazer, geralmente quando, no enredo, não se espera por isso (Arruda; Miklos, 2020, p. 122). Portanto, a alegria é uma marca do humorista representado.

Não obstante, Arruda e Miklos (2020) destacam o fato de as pessoas gordas serem motivos de piada constantemente:

[...] ri-se da gorda sempre em situações esdrúxulas, sempre comendo, nas quais seu corpo a faz ter movimentos espalhafatosos, que causam acidentes a ela ou a outrem. Esses casos são mais comuns e podem ser observados em produções de *Hollywood*, como *O Amor é Cego*, por exemplo. Nele, a atriz magérrima Gwyneth Paltrow ganha, inclusive, uma fantasia de gorda para interpretar Rosemary. Uma das pretensas cenas cômicas do filme se passa quando a personagem quebra a cadeira de um restaurante ao se sentar. No Brasil, a Marcelina, de *Minha Mãe é Uma Peça*, é apenas um dos casos que podem ser mencionados (Arruda; Miklos, 2020, p. 122).

Inclusive, a respeito da obra cinematográfica *Shallow Hal* – “O amor é cego” (EUA, 2001), os autores Silva e Mezzaroba (2022) objetivaram identificar e problematizar os atributos estereotipados e gordofóbicos presentes na referida obra, como ferramenta pedagógica sob o viés da análise fílmica. Contudo, teve como percurso metodológico a análise de conteúdo segundo a proposta de Manuela Penafria (2009). Esses autores constataram “[...] o quanto que a obra se desenvolve a partir de estereótipos acerca do culto ao corpo ‘perfeito’. Esta, por sua vez, mostra aos espectadores como é a o dia a dia das pessoas gordas frente aos atributos preconceituosos e de discriminação” (Silva; Mezzaroba, 2022, p. 128).

Na mesma imagem (figura 1), observa-se, logo atrás do Marcus Majella, um cartaz em que há a imagem de uma mulher loira e a imagem do próprio ator, porém com os cabelos cacheados e não lisos. Ademais, torna-se observável uma certa ambivalência do ser gordo, pois ora é percebido carismático e divertido, ou seja, aquele que irá fazer as pessoas rirem, ora como desleixado, preguiçoso e sem ímpeto de mudanças. Embora não haja uma representação de desleixamento de Marcus Majella na figura 1, a representação da graça, da alegria e da diversão estão bem demarcadas. Contudo, é possível outras representações quando se trata do corpo gordo.

Com base nos escritos de Fischler (1995), em sua obra “*Obeso benigno, obeso maligno*”, podemos compreender que

O primeiro é o de um homem roliço, extrovertido, dotado para as relações sociais, bancando voluntariamente o brincalhão, contando histórias no fim dos banquetes, sofrendo provavelmente por sua corpulência em seu foro íntimo, mas nada deixando transparecer. O segundo é bem diferente. É um doente ou um depressivo, um egoísta desenfreado ou um irresponsável sem controle sobre si mesmo. O primeiro é um gordo simpático. O segundo, um obeso que só suscita a reprovção, quando não a aversão (Fischler, 1995, p. 71).

De maneira geral, torna-se passível de inferência que o ser gordo/a na sociedade vigente significa estar negativamente marcado devido à sua configuração corpórea não corresponder aos padrões estéticos e de beleza que são, veementemente, percebidos como aceitável e modelo a ser seguido, isto é, o ser magro/a.

Essa realidade, ao articularmos com a figura anterior à luz da GDV, provoca-nos a compreensão de que embora a matéria sobre Marcus Majella não esteja diretamente relacionada à questão de beleza, o contexto social influencia o entendimento de que, por ser humorista e gordo, é necessário cores vibrantes, sorriso alargado e empolgante, com vistas a provocar risos nos interlocutores, validando a sua representação social, isto é, a primeira característica da tríade da

GDV, é preciso investir em uma representação do mundo sobre aquele corpo e em qual contexto atua.

Quanto à metafunção interativa, temos a relação entre a escolha organizacional dos elementos e o objetivo de provocar interação com seu interlocutor, demandando reações. Em síntese, refere-se à forma como se dá a comunicação da imagem com o leitor. Nesse sentido, quando o olhar do participante representado, neste caso o de Marcus Majella, conecta-se diretamente com quem o observa, há um convite, aproximando ambos por meio das emoções que a própria imagem significa, como as sensações de alegria e entusiasmo presentes na imagem de Marcus Majella e extraída do programa “Vai que Cola”, do canal Multishow⁷.

Em sua imagem, encontramos os seguintes elementos: o *Contato*, em que o participante representado aparenta estar interagindo com seus interlocutores, dirigindo-se de forma direta com quem o observa. Quanto à *Distância social*, a figura 1 sugere uma menor distância social entre os participantes representados e o participante interativo, visto que em ambas Majella é apresentado em *close-up*, isto é, em plano fechado (inclui cabeça, tronco e membros superiores do participante), sendo que é possível identificar os traços que lhes são próprios.

Já a *Perspectiva*, outro elemento importante para compreensão imagética, é objetiva, sob um ângulo horizontal, criando uma conexão, em que o ator é apresentado de perfil, ou seja, voltado para frente, gerando assim uma maior aproximação.

Já em relação à metafunção composicional, destacamos dois elementos que constituem a imagem: o primeiro deles é a Disposição, ou *Valor da informação*, o qual se refere à posição da imagem. Para Kress e van Leeuwen (1996), a escolha de onde a imagem está localizada produz sentidos específicos.

Sendo assim, pelo fato de a figura 1 se encontrar ao centro, ela corresponde ao núcleo da informação, ou seja, ao mais importante, enquanto o que aparece ao seu redor serve de suporte para complementá-la. Observamos, portanto, que o ator se revela como peça fundamental no texto, o que dialoga com a própria manchete. Isso reforça ainda mais que as imagens que acompanham um texto verbal não se encontram apenas como ilustração, mas como complementação da informação, podendo, em alguns casos, ter maior impacto que as palavras.

Assim, a análise da metafunção composicional, responsável pela organização e combinação entre as demais metafunções, demarca que as escolhas e o modo de estruturação também estão relacionados à sua intencionalidade. Temos também o *Enquadramento*, elemento que se refere à posição do participante representado. Na imagem analisada, identificamos uma posição de médio distanciamento, já que apresenta o ator da cintura para cima. Isso sinaliza um valor de maior credibilidade e veracidade, buscando envolvimento menos parcial entre o leitor e os participantes da cena.

Em acréscimo, a *Saliência*, um de seus principais elementos, é evidenciada por cores, contraste, nitidez, imagens em primeiro e segundo plano, dentre outros componentes. Ao fundo da figura 1, por exemplo, há um cartaz em que aparece uma atriz e o próprio Marcus Marjella, deixando o personagem em destaque. Embora nessa figura haja duas imagens do ator, a que aparece desfocada contribui para o reconhecimento de suas inúmeras facetas, todas elas no auge do entusiasmo. Assim, a posição da primeira imagem ganha o foco principal, sem excluir outros participantes.

A saliência de sua imagem articulada com todos os elementos aqui pontuados, corrobora o entendimento de que o produto midiático objetiva passar uma informação positiva. Ao relacionarmos a manchete que abre a matéria com a figura 1, inferimos que o diálogo entre ambas leva o leitor à compreensão de que o Marcus Marjella se encontra feliz por ter perdido aproximadamente 30 kg, o que

corresponde a padrões normativos que induzem a sociedade a “[...] vencer as tentações, resistir as delícias do comer bem, em nome de ter um corpo divulgado como perfeito e saudável” (Sudo; Luz, 2007, p. 1037).

Por conseguinte, inferimos que o sentimento de felicidade estampado na figura 1 possui duas intencionalidades: a) realçar a postura humorística do ator em seu programa; b) induzir o leitor a reconhecer a alegria de ter perdido peso, percebidas nas “entrelinhas” do texto visual. Frente ao exposto, Arruda (2021) comenta o seguinte:

A ideia de que o peso – e somente ele – indica a condição de saúde de alguém, de que a magreza é uma meta a ser atingida a qualquer custo e de que o emagrecimento está relacionado exclusivamente a um mérito individual é amplamente disseminada pelos meios de comunicação, associando magreza à saúde e gordura à doença sem um aprofundamento em questões outras de saúde (Arruda, 2021, p. 43).

Além disso, diferentemente do que ocorre com corpos magros, os quais estão estampados em revistas e que geralmente apresentam programas jornalísticos, prevalecem em produções cinematográficas como modelos positivos, corpos gordos são repelidos pelos *media* (Arruda, 2021), ou seja, “[...] além de representações positivas desses corpos serem praticamente inexistentes, elas seguem padrões estereotipados” (Arruda, 2021, p. 44), como por exemplo: o apresentador, comediante e radialista brasileiro, Fausto Corrêa da Silva, popularmente conhecido como “Faustão” e que, desde 17 de janeiro de 2022, apresenta o “Programa Faustão na Band”, na TV Bandeirantes, mas que outrora estivera como apresentador do “Domingão do Faustão” (26 de março de 1989 – 13 de junho de 2021).

Um outro claro exemplo é o de José Eugênio Soares, mais conhecido como “Jô Soares”, que foi apresentador de televisão, mas também dramaturgo e humorista. É notadamente conhecido por ter apresentado o “Programa do Jô” entre 2000 e 2016 na Globo, bem como o “Jô Soares Onze e Meia” entre os anos de 1988 e 1999 no SBT.

Dando continuidade à análise imagética, na figura 2, é apresentado o corpo do ator após a perda dos 30 kg:

Figura 2 – Marcus Majella após perder 30 kg



Fonte: <https://natelinha.uol.com.br/famosos/2022/08/12/marcus-majella-perde-30-kg-e-visual-impressiona-185969.php>

Na figura 2, o humorista aparece fazendo *selfie* na frente do espelho, usando calça jeans e casaco, bem diferente, em comparação com o seu personagem nos programas do Multishow. A figura aqui também mostra o comediante com cabelos mais loiros do que o de costume, sendo visível também a mudança na configuração de um corpo gordo para um corpo magro.

A partir desse ponto, entendemos, conforme a metafunção representacional, que houve uma transformação do ator, não só em seu aspecto físico, pois enquanto na primeira há um diálogo com a personagem humorista, sorridente e feliz, na segunda imagem o ator demonstra um homem “esbelto” e “sério”.

Contudo, não se trata aqui da construção de um homem mal-humorado, mas sim de que, enquanto no corpo gordo o riso é a marca, no corpo magro, há outra representação social de contenção. Assim, “[...] nossos corpos se tornam produtos dos discursos que dão consistência simbólica à vida social” (Sudo; Luz, 2007, p. 1039). Nesse aspecto, o participante representado na figura 2 apresenta

uma narratividade de satisfação, por meio de suas roupas e do olhar, em que há uma admiração de si, reforçada pela produção da *selfie* que fora compartilhada em suas redes sociais para comunicar seu emagrecimento.

Sudo e Luz (2007, p. 1037) mencionam que “[...] o corpo magro surge sempre como referencial, o objetivo a ser alcançado não em nome de uma estética ou de uma escolha social, mas sim em nome do ter saúde; deve-se estar atento aos menores sintomas físicos”. Assim, entende-se que o processo de estigma, isto é, a marca de ser um sujeito gordo na sociedade vigente, transpassa estereótipos dos mais diversos (Arruda; Miklos, 2020).

Em relação à metafunção interativa, na figura 2, o *Contato* de Marcus Majella se conecta diretamente com o seu interlocutor, também produzindo uma relação de proximidade entre ambos. *Distância social* sugere uma menor distância social entre os participantes representados e o participante interativo, da mesma forma que a figura 1. *Perspectiva*, dessa vez, o ator não divide a imagem com outros participantes, tendo em vista ser o foco exclusivo da representação, já que a manchete atrai o interlocutor para “descobrir” como ficou após perder 30 kg. Assim, a escolha do ângulo horizontal, com o ator em perfil, voltando-se para frente, gera relação de mais proximidade.

Dito isto, podemos depreender que, enquanto a figura 1 desperta no interlocutor sentimento de felicidade pela graça que seu personagem representa, na figura 2 esse sentimento de felicidade se dá por ele se encontrar satisfeito com seu novo visual com os 30 kg a menos.

Em relação à metafunção composicional, destacamos dois de seus elementos. A *Disposição*, em que o fato de se encontrar no centro da imagem corrobora a exclusividade da informação. O *Enquadramento* da cintura pra cima intensifica aproximações com quem o observa. E a *Saliência*, a qual contribui para realçar e demonstrar seu emagrecimento e aparente satisfação por tal conquista. De acordo com Penas (2021):

O corpo se destaca, na condição de marca identitária, como um atributo que classifica e hierarquiza os indivíduos, sendo supervalorizado o corpo *fitness* – aquele moldado em academias de musculação e múltiplos treinos de condicionamento físico atualmente disponíveis - e desqualificados o corpo gordo, suas dobras excedentes e volumes tenros e macios (Penas, 2021, p. 19).

Para se alcançar este tipo de corpo (magro), geralmente associam remédios, com substâncias cada vez mais potentes, mas também a prática sistemática de atividade física, de “companhias engordativas” e uma resistência às “tentações” alimentares (Sudo; Luz, 2007). Assim, o que se representa nas mídias, em especial a digital (intensificada pelas vozes das redes sociais), acontece no cotidiano dos sujeitos com corpos gordos, tornando-se urgente e emergente a desconstrução destes paradigmas narrativos e imagéticos (Arruda; Miklos, 2020).

Para tanto, outro imaginário gordofóbico, o qual se torna importante de ser aqui destacado, diz respeito à inaptidão física do corpo gordo – usualmente percebido como sedentário, desleixado e sem possibilidades de realizar atividades físicas (Paim; Kovalski, 2020). Este e tantos outros imaginários, mas também suas práticas, tornam-se culpabilizantes e excludentes e não leva em consideração as individualidades e subjetividades desses corpos.

Assim sendo, ressaltamos que, ao realizar a análise das imagens do ator Marcus Majella, à luz da GDV, o exercício possibilitou compreender os elementos que compõem as imagens, sua estrutura e organização, bem como a correlação existente para criar sentidos na comunicação com seus interlocutores.

Considerações finais

O produto midiático analisado demonstra nitidamente uma comparação entre os corpos apresentados (um gordo e o outro magro), postulando a ideia, inclusive, de um corpo saudável e belo – o magro. Além disso, percebe-se que a primeira imagem demonstra o ator gordo, e feliz, até mesmo pelo fato de que assume o papel de comediante, o que também é característico de muitas pessoas que são gordas e se associam ou são associadas às pessoas extrovertidas.

A segunda imagem, por sua vez, mostra o ator magro e aparentemente sério, porém contente com o resultado do emagrecimento. Verifica-se, ainda, uma notória tendência na veiculação de saberes estigmatizantes e culpabilizantes os quais contribuem para promoção do fenômeno da gordofobia (sendo existente uma notória valorização frente à segunda imagem em detrimento da primeira).

Além disso, evidencia-se uma diferença na representação do mesmo ator não simplesmente pela separação temporal de cinco meses. É importante reconhecer que o corpo gordo está inserido em um contexto profissional e, portanto, característico do humor. Por outro lado, o corpo magro está em seu espaço pessoal, longe da sua representação profissional. Essa distinção estaria simbolizando que o corpo gordo é “melhor aceito” em contextos humorísticos, enquanto na “vida real” é o corpo magro que tem seu valor. Esse entendimento dialoga com muitas falas em comentários virtuais quando algum artista famoso deixa de ser gordo, pois, para muitos, o ator perde a graça quando perde seus “quilos a mais”.

Percebe-se, portanto, que o produto midiático analisado, ao buscar passar a mensagem de que o ator “venceu a obesidade”, apresenta um corpo gordo como um malefício que pode acarretar problemas de saúde como doenças crônicas não transmissíveis (diabetes, hipertensão arterial e doenças cardíacas). De fato, os saberes das Ciências Fisiológicas e da Saúde têm evidenciado tais problemáticas, porém a questão em si está no fato das pessoas com corpos gordos serem vítimas de atos preconceituosos e discriminatórios – levando-as à exclusão social.

Tal situação se torna anacrônica e contraproducente, pois não leva em consideração as questões individuais, culturais, socioeconômicas e políticas que podem estar relacionadas à obesidade. A GDV, por conduzir uma interpretação que leva em conta os diferentes contextos em que as imagens estão inseridas e a maneira como a informação é captada pelo interlocutor, contribui para uma análise que articula essas questões para que se possa melhor compreender as referências estabelecidas

com o corpo gordo. Com base nisso, há o entendimento de que os saberes veiculados pela mídia em geral têm sido fator preponderante para o estabelecimento e disseminação da gordofobia, como foi possível perceber ao utilizar a GDV.

Contudo, embora o processo de análise, à luz da GDV, forneça um conjunto de ferramentas para compreensão aprofundada do texto imagético, é importante enfatizar que se trata de uma perspectiva interpretativa e não de um método único para estudo da linguagem visual, podendo ser utilizadas outras abordagens.

Além disso, a ausência de atualização da GDV, relacionada às imagens em formato digital, as quais apresentam características significativas próprias e elementos cada vez mais complexos, fazem emergir a necessidade de novos estudos e, inclusive, a formulação de outros componentes analíticos. Não obstante, mesmo apresentando tais lacunas, a GDV torna-se de grande potencialidade à pesquisa educacional, como no caso experimentado aqui, trazendo a possibilidade de relacionar mídia, saúde, corpo e servir como uma ferramenta metodológica para investigar questões do contemporâneo permeadas pela intensa cultura imagética.

Notas

- ¹ Estigma é uma marca que o sujeito carrega, que pode ser inata, como a cor da pele, ou adquirida ao longo da vida, como, por exemplo, uma deficiência física a qual resultou de um acidente, e que no contexto social possui uma carga de valor altamente negativa (Goffman, 1988).
- ² “É uma sociedade multidisciplinar sem fins lucrativos e que reúne diversas categorias profissionais envolvidas com o estudo da obesidade, da síndrome metabólica e dos transtornos alimentares” (Paim; Kovaleski, 2020, p. 3).
- ³ Torna-se oportuno mencionar que existe um consenso na literatura científica de que a etiologia da obesidade é bastante complexa, apresentando um caráter multifatorial (Who, 1998).
- ⁴ Saúde neste contexto é compreendida de acordo com a ordem biomédica de “normalidade/patologia”, que ainda é hegemônica e que embora de maneira distorcida e reducionista tem sido referencial na cultura ocidental (Luz, 2003).
- ⁵ Como ocorreu no final de 2022 com uma modelo brasileira em um voo comercial, barrada por ser “gorda demais”. Ver: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/11/23/modelo-brasileira-afirma-ter-sido-barrada-em-voo-da-qatar-airways-no-libano-por-ser-gorda-demais.ghml>. Acesso em: 27 mar. 2023.

- ⁶ A mídia é aqui entendida como um sistema cultural complexo que possui uma dimensão simbólica que compreende a (re)construção e circulação de produtos repletos de sentidos, tanto para quem os produziu (os media) como para quem os consome (leitores, telespectadores)” (Medrado, 2000 *apud* Sudo; Luz, 2007, p. 1035).
- ⁷ Canal brasileiro de televisão paga, com ênfase em conteúdos de entretenimento. Nele o ator participa do programa “Vai que Cola” e “Ferdinando Show”. O “Vai que Cola” estreou na TV brasileira em 8 de julho de 2013, criado por Leandro Soares e dirigida por João Fonseca e Regis Faria, e tem como base o humor popular. Marcus Majella é um dos protagonistas desde a primeira temporada. Já o “Fernandinho Show” é apresentado por Marcus Majella, seu roteiro traz entrevistas com personagens conhecidos do público e também com personalidades. No início de cada episódio, Ferdinando performa *hits* de famosas cantoras como Madonna, Katy Perry Beyoncé, Sia, Lady Gaga, Ivete Sangalo, Wanessa e Shakira. Ambos os programas também apresentam em comum o ator Marcus Majella enquanto um personagem gay e engraçado.

Referências

- ABESO – Associação brasileira para o estudo da obesidade e da síndrome metabólica. *Diretrizes brasileiras de obesidade*: 2016. São Paulo, 2016. Disponível em: <https://abeso.org.br/wp-content/uploads/2019/12/Diretrizes-Download-Diretrizes-Brasileiras-de-Obesidade-2016.pdf> Acesso: 17 fev. 2023.
- ARRUDA, Agnes. Peso, mídia e preconceito. *Dispositiva*, v. 10, n. 17, p. 41-57, jun. 2021. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/24237>. Acesso em: 18 fev. 2023.
- ARRUDA, Agnes; MIKLOS, Jorge. O peso e a mídia: estereótipos da gordofobia. *LÍBERO*, n. 46, p. 111-126, jul/dez. 2020. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/1116/1151>. Acesso em: 25 fev. 2023.
- BELLONI, Maria Luiza. *O que é mídia-educação*. Campinas: Autores Associados, 2001.
- BRASIL. Presidência da República. *Lei 8.080*, de setembro de 1990. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências. Brasília: 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8080.htm Acesso: 12 fev. 2023.
- DAOLIO, Jocimar. *Da cultura do corpo*. Campinas: Papius, 1995.
- FANTIN, Monica. *Mídia-educação: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália*. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.
- FISCHLER, Claude. Obeso benigno, obeso maligno. In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. (org.). *Políticas do Corpo: Elementos para uma história das práticas corporais*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 69-80.
- GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de empresas*, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.
- GOFFMAN, Erving. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro: Guanabara S.A., 1988.
- GUALBERTO, Clarice Lage. Multiletramentos a partir da gramática do *design* visual: possibilidades e reflexões. In: SILEL – SIMPÓSIO NACIONAL E INTERNACIONAL DE LETRAS E LINGÜÍSTICA, 3., 2013. Uberlândia. *Anais eletrônicos [...]*. Uberlândia, 2013. p. 1-19. Disponível em: <http://www.ileel.ufu.br/anaisdosilel/>. Acesso em: 28 mar. 2023.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading images: The grammar of visual design*. Psychology Press, 1996.

LUZ, Madel Therezinha. *Novos saberes e práticas em saúde coletiva: estudos sobre racionalidades médicas e atividades corporais*. São Paulo: Hucitec; 2003.

MENEZES, Camila Ferraz Jucá; FERREIRA, Rebeca Luisa Passos; MÉLO, Roberta de Sousa. "Imagina ela nua!": Experiências de mulheres que se autodeclaram gordas. *Revista Estudos Feministas*, v. 28, n. 2, p. e60118, 2020. DOI <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2020v28n260118>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/zFY8HjQdg4CmsSXBmzYp6zS/>. Acesso em: 10 mar. 2023.

MEZZAROBBA, Cristiano. Ampliando o olhar sobre saúde na EF escolar: Críticas e possibilidades no diálogo com o tema do meio-ambiente a partir da Saúde Coletiva. *Motrivivência*. Florianópolis, n. 38, p. 231-246, jun. 2012. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-8042.2012v24n38p231>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/2175-8042.2012v24n38p231>. Acesso em: 22 mar. 2023.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. *Ciência & saúde coletiva*, v. 17, p. 621-626, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.org/pdf/csc/2012.v17n3/621-626/pt>. Acesso em: 10 jan. 2022

NA TELINHA. Quem somos. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/quem-somos>. Acesso em: 27 mar. 2023.

NOGUEIRA, Roberto Passos. Higienomania: a obsessão com a saúde na sociedade contemporânea. In: VASCONCELOS, E.M. (Org.). *A saúde nas palavras e nos gestos: reflexões da rede educação popular e saúde*. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 63-72.

OTTONI, Maria Aparecida Resende; LIMA, Maria Cecília. *Discursos, Identidades e Letramentos: abordagens de Análise de Discurso Crítica*. São Paulo: Cortez, 2014.

PAIM, Marina Bastos; KOVALESKI, Douglas Francisco. Análise das diretrizes brasileiras de obesidade: patologização do corpo gordo, abordagem focada na perda de peso e gordofobia. *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 29, n. 5, p. e190227, 2020. DOI <https://doi.org/10.1590/S0104-12902020190227>. Disponível em: <https://www.scielo.org/article/sausoc/2020.v29n1/e190227/pt/>. Acesso em: 30 mar. 2023.

PENAFRIA, Manuela. Análise de Filmes - conceitos e metodologia (s). in: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, VI, 2009, Lisboa. **Anais...** Lisboa: Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), 2009, p. 1-10. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2023.

PENAS, Evelyn Cristina de Sousa. *Gordofobia em cena: estratégias discursivas contra o preconceito em vídeos do Youtube*. 2021. 91f. Dissertação (Mestrado em Psicologia), Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021.

PENAS, Evelyn Cristina de Sousa; GERMANO, Idilva Maria Pires. "Dieta para emagrecer o preconceito": Discursos contra gordofobia no YouTube. *Revista Polis e Psique*, v. 11, n. 1, p. 44-64, 2021. DOI 10.22456/2238-152X.101071. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/Polis_ePsique/article/view/101071. Acesso em: 20 abr. 2023.

POULAIN, Jean Pierre. *Sociologia da obesidade*. São Paulo/SP: Senac. 2013.

SANTOS, Sandra Virgínia Correia de Andrade. *Competência leitora dos textos multimodais: interagindo com objetos digitais de aprendizagem*. 2015. 104 f. Dissertação (Mestrado em Letras profissional em Rede PROFLETRAS), Universidade Federal de Sergipe, Itabaiana, 2015.

SILVA, Jádison Gois; MEZZAROBBA, Cristiano. Problematização dos atributos estereotipados e gordofóbicos presentes na obra cinematográfica *Shallow Hal* (o amor é cego): uma análise

filmica. *Revista livre de cinema*, v. 9, n. 2, p. 100-134, abr/jun. 2022. Disponível em: <https://www.relici.org.br/index.php/relici/article/view/374/428>. Acesso em: 12 abr. 2023.

SILVA, M. M. P.; ALMEIDA, D. B. L. Linguagem Verbal, Linguagem Visual: Reflexões teóricas sobre a perspectiva Sócio-Semiótica da Linguística Sistêmico-Funcional. *Odisseia*, Natal, v. 3, n. 1, p. 36-56, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/odisseia/article/view/12686>. Acesso em: 05 fev. 2025.

SUDO, Nara; LUZ, Madel. O gordo em pauta: representações do ser gordo em revistas semanais. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 12, n. 4, p. 1033-1040, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/zDrH5y8BHvCKGPzQQYBjkpw/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 18 abr. 2023.

TEIXEIRA, Fábio Luís Santos; FREITAS, Clara Maria Silvestre Monteiro de; CAMINHA, Iraquitan de Oliveira. A lipofobia nos discursos de mulheres praticantes de exercício físico. *Motriz*, v. 18, n. 3, p. 590-601, jul./set. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/motriz/a/JnCqrsFXNb9dQC yTPGGZGwy/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 23 abr. 2023.

VASCONCELOS, Naumi; SUDO, Iana; SUDO, Nara. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. *Revista mal-estar e subjetividade*, v. 4, n. 1, p. 65-93, 2004. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1518-61482004000100004&script=sci_abstract. Acesso em: 14 abr. 2023.

VIGARELLO, Georges. *As metamorfoses do gordo: história da obesidade no ocidente da idade média ao século XX*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2012.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. *Obesity: Preventing and managing the global epidemic. Report of a WHO Consultation on Obesity*. Geneva: WHO, 1998.

Jádisson Gois da Silva

Mestre em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGED/UFS) na Linha de Pesquisa Educação e Comunicação (bolsista CAPES). Licenciado e Bacharel em Educação Física pelo Centro Universitário Estácio de Sergipe. Especialista em Saúde Mental em caráter de Residência Multiprofissional em Saúde, pelo Hospital Universitário da Universidade Federal de Sergipe (HU-UFS - bolsista do Ministério da Educação). Também possui especialização em Atenção à Saúde das Pessoas com Sobrepeso e Obesidade, pela Universidade Federal de Santa Catarina, e especialização em Vigilância e Cuidado em Saúde no enfrentamento da COVID-19 e outras doenças virais pela Fundação Oswaldo Cruz - FIOCRUZ - Mato Grosso do Sul. É membro pesquisador do GEPESCEF - Grupo de Estudos e Pesquisas Sociedade, Cultura e Educação Física (DEF/CCBS/UFS).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0089-4852>

E-mail: jadissonsilva92@gmail.com

Currículo: <http://lattes.cnpq.br/2135587221711124>

Sandra Virgínia Correia de Andrade Santos

Doutora em Educação pela Universidade Federal de Sergipe (UFS), com pós-doutorado na área de Tecnologias, Linguagens e Educação (UFS). Mestra em Letras (UFS). Graduada em Letras (UFS) e em Pedagogia pela Universidade Cesumar (Unicesumar). Especialista em Tecnologias em Educação, pela PUC-Rio. Atualmente é professora das redes Estadual e Municipal, em Tobias Barreto, Sergipe. Membro do Grupo de Pesquisa Educação e Culturas Digitais - Ecult(UFS/CNPq),



do Grupo de Estudos em Educação Superior-GEES (UFS/CNPQ) e do Núcleo de Pesquisa em Comunicação e Tecnologia.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0129-056X>

E-mail: sanlitera@yahoo.com.br

Currículo: <http://lattes.cnpq.br/7484998951603074>

Cristiano Mezzaroba

Licenciado em Educação Física e Ciências Sociais ambos pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), com mestrado em Educação Física - Linha Teoria e Prática Pedagógica - por esta mesma universidade, e doutorado em Educação - Linha Sociologia e História da Educação, no Programa de Pós-Graduação em Educação da UFSC, com pós-doutorado na área de Ciências Humanas pela Universidad Nacional de San Martín, UNSAM, Argentina. Atualmente é professor Associado do Departamento de Educação Física da Universidade Federal de Sergipe e, também, professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGED/UFSC). Coordenador do GEPESECEP - Grupo de Estudos e Pesquisas Sociedade, Cultura e Educação Física (DEF/CCBS/UFSC). Pesquisador no Laboratório de Pesquisas Sociológicas Pierre Bourdieu (LAPSB/UFSC) e no Núcleo de Estudos e Pesquisas Educação e Sociedade Contemporânea (UFSC/CNPq).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4214-0629>

E-mail: cristiano_mezzaroba@yahoo.com.br

Currículo: <http://lattes.cnpq.br/1835801891069733>

*Recebido em 18 de outubro de 2024
Aceito em 14 de março de 2025*

