

Mudanças Sociais sobre o Corpo e Relações de Trabalho de Mulheres Gordas na Televisão

Jayane Souza¹

Caroline Delevati Colpo²

Submetido em: 25/10/2025

Aceito em: 14/12/2025

RESUMO

O presente estudo tem como principal objetivo refletir e analisar como acontecem mudanças sociais sobre o corpo refletem nas relações de trabalho de mulheres gordas na televisão sob a perspectiva da folkcomunicação com atravessamento da exclusão social da mulher gorda e as relações de trabalho. Dessa forma, esta pesquisa é de natureza qualitativa, com delineamento exploratório-descritivo. Diante do que foi analisado, pôde-se perceber que o corpo da mulher gorda é marginalizado socialmente, fazendo com que isso escoe para dentro do trabalho televisivo. E, esse contexto é atravessado pelas manifestações de opiniões e informações que acontecem através das tradições e podem ser reverberadas dentro da comunicação, inclusive em grupos marginalizados. Sendo assim, infere-se também que esse grupo marginalizado. Conclui-se que este estudo pode contribuir para fomentar o debate acerca das trabalhadoras gordas e a folkcomunicação, levando em consideração que é uma temática de relevância para ser aprofundada.

PALAVRAS-CHAVE

Mulher gorda; Folkcomunicação; Trabalho; Exclusão social.

¹¹ Jornalista, Mestra em Comunicação e doutoranda em Psicologia Social pela Universidade Federal da Paraíba. Pesquisadora do trabalho e de corporeidade. Ativista científica gorda. Profissional com experiência laboral em televisão, jornalismo policial e entretenimento, assim como, atuação em marketing de saúde. Correio eletrônico: jayane.souza@academico.ufpb.br

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas e professora do Curso de Relações Públicas da UFPB/PB. Coordenadora do Grupo de Pesquisa CACTO – Comunicação, Afeto, Cultura, Trabalho e Organizações. Doutora em Comunicação Social pela PUC/RS. Mestre em Desenvolvimento Regional pela UNISC/RS e graduada em Relações Públicas pela UFSM/RS carolinecolpo@gmail.com

Social Changes Regarding the Body and Labor Relations of Fat Women on Television

ABSTRACT

This study aims to critically reflect on and analyze how social changes regarding the body impact the labor relations of fat women in television, through the lens of folk communication and the intersection with the social exclusion experienced by fat women in professional contexts. The research adopts a qualitative approach with an exploratory-descriptive design. The analysis reveals that the fat female body is socially marginalized, and this marginalization extends into the television industry. This scenario is also shaped by the circulation of opinions and information that occur through traditional forms of expression, which may resonate within communicative practices, particularly among marginalized groups. Therefore, it is inferred that fat women constitute a marginalized social group within the media labor market. The study concludes that it may contribute to the academic debate on fat women in the workforce and folk communication, highlighting the importance and relevance of this topic for further scholarly inquiry.

KEY-WORDS

Fat women; Folk communication; Labor; Social exclusion

Cambios sociales sobre el cuerpo y las relaciones laborales de mujeres gordas en la televisión

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo principal reflexionar y analizar cómo los cambios sociales en relación con el cuerpo se reflejan en las relaciones laborales de mujeres gordas en la televisión, desde la perspectiva de la folkcomunicación, atravesada por la exclusión social de la mujer gorda y las dinámicas laborales. Así, esta investigación es de naturaleza cualitativa, con un diseño exploratorio-descriptivo. A partir del análisis realizado, se pudo observar que el cuerpo de la mujer gorda es socialmente marginado, lo que repercute directamente en su inserción en el trabajo televisivo. Este contexto también está atravesado por manifestaciones de opiniones e informaciones que ocurren a través de las tradiciones y que pueden reverberar en los procesos comunicativos, incluso dentro de grupos marginados. Por lo tanto, se infiere que este grupo se configura como socialmente marginado. Se concluye que este estudio puede contribuir a fomentar el debate sobre las trabajadoras gordas y la folkcomunicación, considerando que se trata de una temática relevante que merece ser profundizada.

PALABRAS-CLAVE

Mujer gorda; Folkcomunicación; Trabajo; Exclusión social

Introdução

A televisão é um instrumento que, além de ser um meio físico de transmissão, reprodução de imagens e produtos jornalísticos de comunicação de massa, também tem papel fundamental na construção subjetiva e experiencial dos telespectadores. Esse meio corrobora na influência do dia a dia das pessoas e na maneira como elas se comportam no mundo, devido ao seu grande alcance mundial. De acordo com a Federação Nacional das Empresas de Rádio e Televisão (Fenaert, 2023), em pesquisa realizada pelo Kantar Ibope Mídia, o Brasil é o país com maior consumo de TV aberta da América Latina. Somente em 2022 foram contadas 4 horas e 54 minutos assistidos por dia e audiência de 68%. Além disso, é preciso ter o entendimento de que as emissoras não são apenas instrumentos de reprodução de informação, mas também atuam como organizações que possuem regras, práticas e culturas específicas.

Ao imergir nos conceitos de gordofobia e marginalização social, pode-se perceber que questões relacionadas ao corpo da mulher gorda, sua função social e laboral perpassa por lugares que estão além da materialidade e do trabalho, mas que se ancoram na subjetividade. Principalmente pelo entendimento de que existe uma falha na narrativa das organizações quando se fala em corpo da mulher gorda. Para tanto, considera-se que as organizações, em especial as que trabalham com comunicação, utilizam o conceito de diversidade, incluindo o corpo gordo, com o interesse de serem bem-vistas na sociedade e atrair novos públicos para consumir o produto oferecido por elas.

Desta forma, um ponto que justifica este estudo é o fato de que ele pode ser uma grande contribuição nos estudos da área de folkcomunicação, assim como, para o ativismo gordo no contexto das organizações, trazendo aprofundamentos científicos que podem fundamentar discussões da área. Isso porque a folkcomunicação pode trazer à tona dinâmicas comunicacionais e culturais que moldam as experiências das mulheres gordas trabalhadoras de televisão, inclusive na performance delas fora desse contexto laboral. Justamente porque essa área se propõe a estudar processos que são criados e estabelecidos para se comunicar para transmitir valores, referências, conhecimento e sentimento (Beltrão, 2001).

Esse fato abre a porta para questionamentos importantes que, enquanto sociedade e enquanto ciência, são necessários e passíveis de estudo já que o número de pesquisas que contextualizam a mulher gorda dentro da sociedade em geral está aumentando lentamente nas áreas das ciências sociais aplicadas e humanidades, entretanto, quando se interconecta o trabalho, a quantidade dessas pesquisas cai drasticamente, principalmente se a abordagem for de maneira que não patologiza a pessoa gorda.

Ao aprofundar na temática de violência contra as mulheres gordas, pode-se ver novas autoras que se debruçam sobre esse assunto, como por exemplo as teses de Jimenez (2021) – que aprofunda sobre a vida da mulher gorda dentro da sociedade brasileira por um viés filosófico - e Rangel (2018) – que analisa o ativismo gordo na política, identidade e a construção de significados do corpo da mulher gorda do ambiente social. Entretanto, quando se propõe também o atravessamento da folkcomunicação, percebe-se a existência de uma lacuna teórica. Ou seja, existem estudos específicos dessa área que retratam a vivência de gênero, mas não foi encontrado, ao fazer o estado da arte, pesquisas que refletem o cenário aqui levantado: mulheres gordas trabalhadoras sob a perspectiva da folkcomunicação.

Tendo isso em vista, este estudo tem como principal objetivo refletir e analisar como acontecem as mudanças sociais sobre o corpo e como elas refletem nas relações de trabalho de mulheres gordas na televisão à luz da folkcomunicação. Logo, pretende-se compreender melhor as construções sociais acerca de corpo e corpo gordo, assim como, as implicações acerca de gênero nesse cenário, para que se consiga descrever como esses fenômenos sociais se apresentam nas organizações televisivas a partir de uma interpretação subjetiva e contextual. Portanto, esta pesquisa é de natureza qualitativa, com delineamento exploratório-descritivo.

Corpo e Mudanças Sociais

Questões relacionadas ao corpo humano são estudadas ao longo dos anos por diversas esferas científicas além da saúde, como por exemplo, sociologia, antropologia e a comunicação. Além disso, a história é composta por padrões de comportamento e construção de concepções que indicam o que é ser aceito e admirado pelo grupo social a que se pertence (Jimenez, 2021), e, ainda, todos esses pontos ficam mais evidentes quando envolvem características de gênero. Entretanto, antes de aprofundar sobre os padrões almejados, é interessante perceber que essas concepções podem mudar

de acordo com alguns fatores. De acordo com Rangel (2018), o significado simbólico de cada tipo de corpo varia de época para época, de cultura para cultura, de espaço geográfico para espaço geográfico. Sendo assim, o corpo não é impermeável, na verdade, ele está em constante transformação e interação dentro de si e fora de si, em contato com o mundo ao seu redor (Rangel, 2018), o que implica dizer que hoje está se estudando uma concepção de corpo que está em constante transformação, mas, que também interage consigo mesmo e com os outros.

A partir dos modelos culturais, sociais e econômicos obtidos ao longo dos anos, o ideal de corpo também passou por mudanças. Essas transformações aconteceram no final da idade média até a idade moderna, na qual ter um corpo curvilíneo e maior era sinônimo de beleza (Vasconcelos, Sudo e Sudo, 2004). Na idade média, pôde-se perceber a exaltação pelas curvas e a gordura era sinônimo de fartura. Já no período do renascimento, a beleza feminina ganha um novo valor e a beleza exterior passa a ser mais valorizada (Vasconcelos, Sudo e Sudo, 2004), ou seja, aí já foi possível perceber uma mudança na concepção social do corpo, assim como, de sua beleza.

Nos séculos XVI e XVII, Grieco (1991) explica que as mulheres das classes superiores tentavam se diferenciar das menos afortunadas, cultivando grandes superfícies esbranquiçadas, contrastando com figuras morenas, pálidas e magras. Nesse contexto, no século XVIII, o que ocorre é uma mudança na percepção da gordura, seja nos ingredientes e preparações das comidas ou como componente do corpo (Vasconcelos, Sudo e Sudo, 2004). As autoras discorrem ainda que no século XX, passa a existir a supervalorização do corpo porque compreendia-se que este era um símbolo de força física para o trabalho, mesmo que a burguesia contemporânea à época mantivesse uma atitude mais estética. Assim, a magreza vai se tornando em um ideal feminino moderno, passando a ser representada e glorificada como um sinal externo de sucesso (Vasconcelos, Sudo e Sudo, 2004).

Ao compreender como se deu o delineamento histórico e social que o corpo ideal percorreu, antes de entender o sentido de corpo gordo, é importante analisar o conceito de corpo na contemporaneidade. Segundo Boltanski (1984), o corpo é como um objeto cuja posse marca o lugar do indivíduo na hierarquia das classes, pela sua cor, textura, pelo volume, pela amplitude, forma ou velocidade de seus deslocamentos no espaço. Sendo assim, o corpo é um sinal de status, cujo resultado simbólico nunca é dissociado da pessoa que o habita (Boltanski, 1984). Desse modo, percebe-se que a depender das características que esse corpo tiver, ele será colocado acima de outros, cujos atributos são menosprezados socialmente na contemporaneidade. Consoante a isso, o autor Vigarello (2003) complementa que as representações do corpo se deslocam na sociedade pela

cultura e subjetividade dos sujeitos de tal maneira que elas transformam o controle do peso corporal, os cuidados com as habilidades e a hierarquia concedida às características físicas. Dessa forma, o autor afirma que os padrões estéticos atuais não são aqueles do passado, já que se tem duas noções antigas e que hoje são consideradas equivocadas, como a força e a destreza (Vigarello, 2003).

É importante enfatizar que quando se fala de resultados simbólicos, também pode-se inferir que atrelada a eles está uma forma de controle social. Foucault (1984) entende que o controle da sociedade sobre os indivíduos não se opera simplesmente pela consciência ou ideologia, mas começa no corpo, com o corpo. Ele explica ainda que o domínio e interesse pelo corpo se intensifica a partir da força do capitalismo, no qual o corpo passa a ser o item principal para fortalecer o trabalho. Ainda para Foucault (1987), um dos focos de poder é construído a partir da “mecânica do poder”, na qual se define como a possibilidade de ter domínio do corpo dos outros, trazendo assim, a noção de que a disciplina fabrica corpos submissos, o que colabora para o aumento ou diminuição das forças sociais do corpo (Foucault, 1987), principalmente na forma como esses corpos são vistos na coletividade e no tamanho da força que eles exercem dentro da sociedade.

Para tanto, entender o corpo gordo é necessário não só estar ciente dessa forma de controle social, mas também da compreensão de sua construção social, construção esta que, muitas vezes, lhes escapa, surgindo então como algo naturalmente dado (Vasconcelos, Sudo e Sudo, 2004). Sendo assim, a ideia que se concebe pela sociedade de corpo gordo diz respeito à forma como esse corpo é tratado socialmente e como ele performa nos diferentes âmbitos da vida coletiva.

Mulher Gordas Marginalizadas e o Trabalho na Televisão

A filósofa Jimenez (2021) explica que o ser humano, cujo aspecto físico é gordo, passa por vários tipos de violências, que se iniciam quando criança, passam pela fase da adolescência e extravasa para a fase adulta de maneira que o preconceito é justificado pela necessidade de aprovação do porte físico e padronização do corpo magro como o “certo”, “bom”, “saudável” e “belo”. Dessa forma, a autora acredita que essa é uma forma de meritocracia social, em que o corpo gordo está em um nível inferior ao corpo magro. Logo, a maneira pela qual o corpo gordo é observado pela sociedade é interseccional a forma como o corpo da mulher gorda também é observada (Jimenez, 2021).

Tendo isso em vista, compreende-se que alguns fatores sociais podem influenciar na identidade do indivíduo e nas relações interpessoais. Quando se fala de mulher gorda, é importante se aprofundar nos estudos de gênero e no conceito de interseccionalidade, que tem origem nas décadas de 1970 e 1980, junto às feministas negras norte-americanas, que questionaram o suposto universalismo da categoria “mulher” (Costa, 2015). Essa concepção, que inicialmente foi utilizada para mostrar as implicações do racismo na sociedade, ganha vertentes específicas para cada nicho de ativismo feminino, como por exemplo, o feminismo gordo, feminismo negro e o feminismo lésbico. Apesar disso, o debate acerca do corpo da mulher gorda ainda é escanteado dentro do feminismo, fazendo com que seja considerada como pauta secundária dentro do movimento (Rangel, 2018).

Sendo assim, é crucial compreender que corpo gordo feminino tem características específicas e, por isso, passam por atitudes preconceituosas, muitas vezes convenientes aos que praticam esses atos. Isso demonstra que essas mulheres são excluídas e julgadas como inadequadas por um discurso que reflete o poder da sociedade sobre as mulheres gordas. Por isso, ao aprofundar nessas questões é importante entender como se dá a gordofobia. Jimenez (2021) a classifica como uma discriminação que acontece no âmbito cultural e estrutural, levando à exclusão social, desvalorização e a imposição de restrições a esses corpos. A gordofobia perpassa pelos diversos marcadores sociais e em cada um deles se comporta de uma maneira. Nesse contexto, percebe-se que a mulher gorda sofre mais com a exclusão e o preconceito do que os homens gordos, uma das justificativas para isso é a força do capitalismo que a pressiona para a busca do corpo perfeito (Rangel, 2018)

Compreendendo a existência de uma narrativa construída de opressão às mulheres gordas, elas buscam incansavelmente métodos que façam seus corpos diminuírem, porém, como a maioria deles são ineficazes, vira um ciclo vicioso de consumo, expectativas, baixa autoestima e tristeza (Jimenez, 2021). Dessa maneira, mais uma vez é possível notar que a exclusão social tira de todo um grupo acessos básicos e o deixa vulnerável às ações que intensificam o sentimento de rejeição (Rangel, 2018).

Então, no caso do corpo da mulher gorda, essa opressão é constatada a partir do momento em que os “não-gordos” fazem escolhas e categorizam os gordos, e conseqüentemente, faz com que a mulher tenha como meta de vida sair dessa condição de gorda, culpada, julgada e desvalorizada por todas as pessoas e excluída em todos os lugares (Jimenez, 2021). Portanto, é possível entender que a privação do corpo gordo se dá na falta de acessibilidade a artefatos do cotidiano das pessoas, como

acesso ao cinema, avião, transporte público e restaurantes, além de questões relacionadas à moda e repulsa de olhares no dia a dia (Rangel, 2018). Já nas mulheres, ainda há o agravante da força do capitalismo que as pressionam para a busca do corpo perfeito.

A construção de uma ideia do que significa corpo da mulher gorda, pode ser justificada pela necessidade de reprogramar o corpo, pois, a todo momento, ele está sendo alvo de consumo, como contextualiza Mendes (2016):

Se o corpo entra no mercado para consumir, ser consumido, e como alvo de um ajuste, ou seja, em estado de reprogramação, isso nos permite dizer que há uma imagem de corpo – e não outra em seu lugar – que é econômica, política e simbolicamente viável (Mendes, 2016, p. 67).

Portanto, pode-se enfatizar o entendimento de que o corpo da mulher gorda não se alinha com a concepção de corpo ideal em que o sujeito precisa se manter magro para não passar pelo processo de estigmatização e marginalização do corpo gordo dentro da sociedade. Tendo isso em vista, quando se fala de marginalidade, neste contexto, adota-se o conceito de Campos (1971), o qual a compreende como grupos humanos que estão em situações de privação econômica, subdividindo-a em 4 dimensões, são elas: ecológica, econômica-social, cultural e estrutural. Dentre essas subdivisões, a marginalidade estrutural é a que mais se encaixa no cenário que estuda as mulheres gordas quando atravessadas pelo trabalho. Segundo Campos (1971), a marginalidade estrutural põe em foco as relações que se dão entre o setor marginal e o resto da sociedade, com características específicas, como das relações de dominação e subordinação.

Ao compreender o contexto em que a mulher gorda se insere dentro da sociedade, pode-se inferir que o atravessamento da folkcomunicação possibilita o entendimento dos processos que esse sujeito se relaciona e transmite seus valores. Dessa forma, ao estudar esses processos percebe-se que os grupos marginalizados reelaboram a sociedade e suas relações apresentando uma visão própria a sua gente, diferente e às vezes questionadora da visão dominante e institucionalizada (Beltrão, 2001). Dessa forma, possibilita evidenciar discursos populares compartilhados e endossados não só pela estrutura da sociedade, como por veículos de comunicação, sendo eles também uma fonte de trabalho. Esse entendimento propõe uma resistência ao padrão de corpo feminino magro, ao mesmo passo que possibilita questionar estereótipos difundidos na cultura cotidiana. Justamente porque no entendimento da folkcomunicação, o popular é entendido como o tradicional (Beltrão, 1980). Isso permite inferir que, no contexto analisado, as formas tradicionais de percepção do corpo da mulher

gorda permanecem marcadas pela marginalização, o que se reflete também em sua inserção e continuidade no mercado de trabalho, a qual pode resultar em um aspecto de resistência.

As relações de trabalho e a forma como os trabalhadores performam nas organizações podem demonstrar como a marginalização atravessa a sociedade e se torna ubíqua ao ambiente laboral. No viés da comunicacional, a marginalidade é abordada através do entendimento dos meios de comunicação como mecanismos de influência e de garantia à classe dirigente do controle sobre as classes inferiorizadas (Santana, 2020). O Autor Santana (2020) explica essa como uma forma de reconhecer as massas marginalizadas e tentar penetrá-las, seja para tomar suas consciências às contradições existentes, como também para estabelecer o firmamento do sistema capitalista. Dessa forma, percebe-se como essas conexões precisam de mediações limitadas para que as estruturas hegemônicas mantenham controle sobre os discursos populares, restringindo sua capacidade de contestação e preservando a lógica dominante.

Por outro lado, as implicações que a marginalidade traz para o dia a dia organizacional propõe mudanças na maneira como as relações de trabalho acontecem nas organizações. Isso ocorre a partir do entendimento de que as organizações são espaços que reúnem pessoas com diversos tipos de corpos, pensamentos e vivências. Além disso, o resultado da convivência desses indivíduos afeta a maneira como eles se relacionam dentro do trabalho. Dessa forma, a construção das relações de trabalho e a diversidade de expressões em que o trabalho é adotado pelos sujeitos dentro das organizações dependem dos papéis assumidos e desempenhados pelos trabalhadores (Colpo et al., 2016). Pode-se perceber que grupos e indivíduos compõem uma pluralidade de identidades e sentimentos, na qual, a maneira como as pessoas se comportam dentro das organizações revela a subjetividade de cada trabalhador nas relações de trabalho (Dejours, 2004), construindo assim, relações sociais junto às relações de trabalho. Isso se justifica pela necessidade que o ser humano possui de ter o seu semelhante para satisfazer as interações em busca de alcançar resultados através de esforços conjuntos (Colpo et al., 2016), incluindo deixar de ser marginalizado.

Historicamente, foi possível notar que ainda na Idade Média aconteceu o processo de marginalização da mulher dentro do sistema produtivo, já que desde essa época, observava-se a criação de obstáculos ao acesso da mulher ao mercado de trabalho, bem como a desvalorização da mão de obra feminina (Alves; Guimarães, 2009). Mas, quando o foco é colocado na contemporaneidade, percebe-se que algumas das transformações do trabalho, como por exemplo, mudança da jornada laboral e a inserção da mulher do mercado de trabalho, trazem como efeito o

aumento da taxa de pessoas gordas, já que elas se encontram em um cenário de trabalho precarizado, explica Rangel (2018) apud Poulain (2014).

Assim como, quando se transversaliza questões relacionadas a trabalho e o corpo da mulher gorda, pode-se inferir que existem alguns estereótipos e imaginários construídos sobre esse tipo de corpo que fazem o ambiente organizacional ceder à exclusão social e convergir para a marginalização no mercado de trabalho. Poulain (2014) destaca que pessoas gordas são vistas pelos empregadores como aquelas às quais não possuem autocontrole, má higiene pessoal, nível de produtividade mais baixo e são menos dignas de confiança. Por isso, fica difícil de imaginar como as organizações poderiam contratar trabalhadores com as características abordadas acima. Por isso, as consequências negativas que esse cenário traz nas sociedades ocidentais desenvolvidas são consideradas por Poulain (2014) como uma deficiência social, a qual traz um impacto muito maior para as mulheres. Dessa forma, as outras qualidades desses sujeitos tornam-se irrelevantes.

Tendo isso em mente, entende-se que existe um processo de exclusão e privação não só da mulher no mercado de trabalho, mas, principalmente, das mulheres gordas. E esse processo pode desencadear, como disse Campos (1971), reação por parte delas, aqui entendidos como sujeitos marginais:

(...) o processo de exclusão, em sua individualidade, também faz com que os sujeitos façam de tudo para conseguir ocupar o seu lugar dentro de um grupo, de uma comunidade ou uma organização. A questão de pertencimento, inclusões e exclusões aos grupos e ao espaço organizacional, também está diretamente ligada à como o corpo é tratado na dinâmica de relações das organizações (Colpo; Souza, 2022, p. 6).

Ou seja, há uma pressão social para que indivíduos marginalizados busquem pertencimento dentro do mercado de trabalho, o que acontece com a mulher gorda é um exemplo disso. Portanto, a presença ou não das mulheres gordas dentro do ambiente organizacional pode comprovar a exclusão social do corpo gordo no ambiente de trabalho, principalmente quando se fala em comunicação, jornalismo e influência que os imaginários coletivos possuem no cotidiano.

Implicações no Trabalho de Mulheres Gordas Trabalhadoras de Televisão

O jornalismo se apresenta como uma tecnologia que cria e reproduz diversos tipos de imaginários sociais, sendo fonte que alimenta esses mesmos imaginários dentro da

contemporaneidade, assim como, eles se retroalimentam (Silva, 2010). Pois, a televisão não é apenas reprodutora de informações, mas, também um trabalho, logo, também passa por um sistema complexo que abrange todos os trabalhadores, com leis, regras, crenças e valores que regem o dia a dia organizacional. Então, assim como as representações sociais podem ser produtos de emissoras de televisão, elas também usam dessas representações no sistema de trabalho. Logo, a modelagem do corpo que é apresentado dentro do âmbito midiático, seja ele televisivo, virtual ou da publicidade, é afetado pelo modo que o corpo social é esperado pela sociedade. Isso porque o processo de trocas de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa acontecem através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente às tradições (Beltrão, 2001).

Sendo assim, sempre acabam demonstrando o estereótipo de corpo saudável, considerado como sinônimo de corpo magro na sociedade brasileira (Jimenez, 2021). Dessa maneira, percebe-se que, a partir da concepção que a magreza é aceita como o padrão a ser almejado e conquistado socialmente, ela também passa o entendimento de que esse é o tipo de corpo que deve ser melhor aceito dentro do ambiente organizacional. Isso se observa principalmente quando esse cenário colabora com o sentimento de pertencimento ao mundo e com os acordos sociais, já que estar com o corpo gordo pode ameaçar a vivência em coletividade, assim como, evidenciar a estigmatização (Freitas, 2002). Ademais, Poulain (2013) destaca que pessoas gordas são vistas pelos empregadores como aquelas às quais não possuem autocontrole, má higiene pessoal, nível de produtividade mais baixo e são menos dignas de confiança.

Dentro desse cenário, é importante a compreensão de que os processos folkcomunicacionais não são nem realidades autônomas, independentes da vida econômica-social, nem meros reflexos desta (Schmidt, 2008). A autora Schimidt (2005) traz a folkcomunicação como uma possibilidade de um diálogo entre agentes dos grupos populares (agentes folk) e mercado, uma mediação de interesses (Schmidt, 2008). Então, é possível inferir que esse diálogo é mediado a partir de interesses mercadológicos, numa lógica que quem em mais poder tende a tensionar erroneamente esse espaço. Logo, é importante analisar os diferentes contextos sociais e organizacionais relacionados ao trabalho de mulheres gordas, pois, o fator econômico pode ser causa de grande impacto nos discursos compartilhados na sociedade.

Para tanto, Jimenez (2021) explica ainda que dentro da coletividade brasileira percebe-se que o corpo da mulher gorda está em um nível abaixo do corpo magro, sendo essa uma forma de meritocracia social. Então, a resistência em escolher mulheres gordas para comandar programas

televisivos no Brasil pode ser resultado da formação do imaginário coletivo e organizacional de que esses sujeitos são doentes. Tendo em vista esse cenário, pode-se inferir que a justificativa para essas práticas de marginalidade e exclusão dentro do ambiente organizacional da televisão é que tudo o que acontece dentro de uma organização, inclusive as relações de trabalhos e tudo que está intrínseco ao ser humano que a integra a organização (Pires; Macêdo, 2006).

Outro ponto que também pode-se observar como atravessamento da sociedade para o sistema organizacional televisivo é o fato de que as mulheres são mais passíveis de exclusão e preconceito. Isso porque a consequência da marginalização do corpo gordo acontece com mais intensidade com as mulheres que, segundo Jimenez (2021), considera que a sociedade é patriarcal que auto valoriza a concepção de beleza e saúde feminina na padronização de um corpo magro. E ainda, além das pessoas gordas serem vistas pelos empregadores como menos dignas de confianças, sem autocontrole e com menos produtividade (Poulain, 2014), a mulher gorda ainda ocupa o lugar de culpa e fracasso dentro da sociedade. Não sendo diferente dentro do ambiente de trabalho televisivo.

Além disso, ao compreender que os estudos em comunicação não podem mais ser desenvolvidos sem a indissociabilidade da cultura da mídia e da cultura popular, já que comunicação e cultura devem ser estudadas juntas (Trigueiro, 2006), subentende-se também que os processos e relações de trabalho de meios de comunicação estão inclusos dentro desse panorama. Vale ressaltar ainda que o contexto de trabalho de mulheres gordas em televisão não pode ser resumido a produção de conteúdo, é mais abrangente e multifuncional. Entretanto, mesmo que no espaço de produção da mensagem televisiva não se encerre no percurso da emissão à recepção (Trigueiro, 2006), esse processo também influencia na mediação entre o mercado e os agentes folk. Pois, a comunicação é um processo constante de recuperação realizado pelos diferentes constituintes da audiência para se compreenderem os diferentes usos que eles fazem dos bens culturais massivos (Trigueiro, 2006).

Tendo tudo isso em vista, compreende-se que o corpo é um elemento importante na expressão de enunciados e mediação de discursos. Isso acontece a partir do momento que esses discursos são construídos e fortalecidos pelas tradições, assim como, pela maneira com que eles encontram formas de resistências nas relações entre si e o grupo marginalizado (Beltrão, 2001), no caso do objeto deste estudo, das tradições organizacionais e midiáticas. Ademais, existe um conceito que também pode ser utilizado para contextualizar o corpo da mulher gorda no sistema organizacional televisivo: o conceito de funcionalidade de Nun (1971). O autor explica que aqueles que não são considerados funcionais para o mercado de trabalho, consequentemente são excluídos

e considerados marginalizados do âmbito organizacional (Nun, 1971). Dessa forma, o corpo da mulher gorda, considerado inferior e doente, também, é visto como não-funcional para a televisão, tanto em frente às câmeras como fora delas, logo, aumenta o poder do corpo da mulher magra e minimiza a mulher gorda.

Considerações finais

A partir de tudo que foi explorado nesta pesquisa, considera-se compreensível que o corpo seja peça fundamental para a construção de sentidos na sociedade, assim como na representação e a maneira como ele se comporta, já que ajuda a modificar e a reproduzir padrões estéticos e culturais. Ainda assim, admite-se que o corpo gordo adquire diversos significados a depender da localização, ano ou cultura em que se está inserido, o que faz com que no contexto atual percebe-se a exclusão social do corpo gordo, intensificado pelo marcador social de gênero. Trazendo como consequência a necessidade de mulheres reprogramarem o próprio corpo para serem socialmente aceitas.

Ao observar que o corpo da mulher gorda não só é excluído, como também marginalizado estruturalmente, vê-se que esse panorama extravasa para o ambiente organizacional através do que é praticado dentro das organizações. Desse modo, considera-se também que a presença ou não das mulheres gordas dentro do ambiente organizacional pode comprovar a marginalização estrutural social que provoca exclusão do corpo feminino gordo no ambiente de trabalho. Sendo assim, ao entender que o corpo da mulher gorda é menos eficiente para as organizações, também se deduz que ele é afuncional para o mercado.

Em relação ao trabalho em emissoras de televisão, considera-se que há uma pressão social para que indivíduos marginalizados busquem pertencimento dentro do mercado de trabalho, o que acontece com a mulher gorda na comunicação é um exemplo dessa estruturação. Ou seja, as mulheres com esse tipo de corpo se veem estimuladas a reprogramarem seus próprios corpos para que sejam aceitos não somente na sociedade, mas que elas possam sentir pertencimento dentro do trabalho. Ao se perceberem como não funcionais para alguns cargos dentro da televisão, elas passam a ser marginalizadas também naquele espaço.

Portanto, vê-se que a marginalização estrutural social passa por um processo de escoamento para a vida organizacional televisiva, fazendo com que essas mulheres estejam sempre em busca de pertencimento. Nesse contexto, também pode-se perceber que esse estudo traz luz para os processos e relações de trabalho possibilitando a reflexão sobre comunicação e resistência de um grupo

considerado marginalizado e as conexões com as tradições massivas que influenciam no contexto laboral televisivo, assim como propõe a folkcomunicação. Portanto, foi possível atingir o objetivo geral desta pesquisa ao refletir e analisar como as implicações das mudanças sociais sobre o corpo refletem nas relações de trabalho de mulheres gordas na televisão a partir do entendimento de que a marginalização no trabalho dessas mulheres são reflexos da marginalização social. Ou seja, o fato de as gordas estarem à margem da sociedade está diretamente proporcional ao lugar que elas ocupam dentro das organizações, neste caso, televisivas.

Referências

- ALVES, Bruno Franco; GUIMARÃES, Marina Oliveira. A inserção da mulher no mercado de trabalho brasileiro: direitos, desigualdades e perspectiva. **Revista Augustus**, Rio de Janeiro, v. 14, 2009.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. POA/RS: Edipucrs, 2001.
- BOLTANSKI, L. **As classes sociais e o corpo** (3a ed.). Rio de Janeiro: Graal, 1984.
- CAMPOS, Jaime. El concepto de marginalidad social en América Latina. **Revista Integración**, v. 8, p. 75-95, 1971.
- COSTA, Joaze. Decolonialidade e interseccionalidade emancipadora: a organização política das trabalhadoras domésticas no Brasil. **Sociedade e Estado**, v. 30, p. 147-163, 2015.
- COLPO, Caroline Delevati et al. Organizações e Afetividades. In: INTERCOM, 39ª. 2016, Novo Hamburgo. **Anais [...]**. São Paulo: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016. p. 1-13.
- COLPO, Caroline Delevati; SOUZA, Jayane Evellen de Fátima Cruz de. O corpo gordo nas organizações: as afecções do corpo enquanto elemento simbólico, cultural ou imaginário. In: INTERCOM, 45., 2022, João Pessoa. **Anais [...]**. João Pessoa: Intercom, 2022. p. 1-15.
- DEJOURS, Christophe. Subjetividade, trabalho e ação. **Production**, v. 14, p. 27-34, 2004.
- FENAERT. **Brasil é o maior consumidor de TV aberta da América Latina. 2023**. Disponível em: <https://www.fenaert.org.br/1328-brasil-e-o-maiorconsumidor-de-tv-aberta-daamericalatina.html#:~:text=De%20acordo%20com%20estudo%20realizado,parte%20do%20Inside%20Video%202023>. Acesso em: 10 ago. 2023.

FREITAS, Maria do Carmo Soares. **Mulher light**: corpo, dieta e repressão. Imagens da mulher na cultura contemporânea. Salvador: Núcleo de Estudos Interdisciplinares Sobre a Mulher-NEIM: FFCH/UFPA, 2002.

FOUCAULT, Michel. **Dream, imagination and existence**. In: BINSWANGER, Ludwig. *Dream and existence*. Edited by Keith Hoeller. Translated by Forrest Williams and Jacob Needleman. Atlantic Highlands, NJ: Humanities Press International, 1993. p. 29–78.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Tradução de Lígia M. Pondé Vassallo. Petrópolis: Vozes, 1987.

GRIECO, Sara F. Matthews. O corpo, aparência e sexualidade. **História das mulheres no ocidente**, v. 3, p. 71-120, 1991.

JIMENEZ, Maria Luisa Jimenez. **Lute como uma gorda**: gordofobia, resistências e ativismos. 2021. 237 f. Tese (Doutorado) - Curso de Filosofia, Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá, 2021.

MENDES, Patrícia Monteiro Cruz. **Saúde imaginária**: a reprogramação do corpo no reality show. 2016. 250 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

NUN, José. **Superpoblación relativa, ejército industrial de reserva y masa marginal**. Santiago: Centro Latinoamericano de Demografía (CELADE), 1971. (Serie D, n. 66).

PIRES, José Calixto de Souza; MACÊDO, Kátia Barbosa. Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. **Revista de administração pública**, v. 40, p. 81-104, 2006.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologia da obesidade**. Tradução de Rossana Pacheco da Costa Proença. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2014.

RANGEL, Natália Fonseca de Abreu. O ativismo gordo em campo: política, identidade e construção de significados. 2018. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Florianópolis, 2018.

SANTANA, Flávio. A folkcomunicação como estratégia de resistência dos grupos marginalizados: um estudo de caso de uma comunidade de catadores de caranguejo em Aracaju. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 18, n. 41, p. 135-151, 2020.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: estado do conhecimento sobre a disciplina. **Bibliocom**, São Paulo, ano 1, n. 1, nov./dez. 2008. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/bibliocom/article/download/1488/1466>. Acesso em: 15 mar. 2025.

SILVA, Gislene. Imaginário coletivo: estudos do sensível na teoria do jornalismo. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 17, n. 3, p. 244- 252, 2010.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. A Folkcomunicação e as múltiplas (inter) mediações culturais da audiência da televisão. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**. ISSN, p. 1646-3137, 2006.

VASCONCELOS, Naumi A.; 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.

VIGARELLO, Georges. A história e os modelos do corpo. **Pró-posições**, v. 14, n. 2, p. 21-29, 2003.