

A GORDA ESTEREOTIPADA: REPRESENTAÇÃO DE MULHERES GORDAS EM SÉRIES DE STREAMING

THE FAT WOMAN WHO: CATEGORIES OF REPRESENTATION OF FAT WOMEN IN STREAMING SERIES

ROBERTA BARBOZA DE OLIVEIRA MACHADO¹

LILIANE DUTRA BRIGNOL²

RESUMO

O artigo analisa as representações de mulheres gordas em séries de *streaming*, partindo da hipótese de que esses corpos ainda são majoritariamente associados a estereótipos excludentes. O objetivo é compreender como tais personagens são construídas narrativamente e como essas imagens são recebidas pelo público. A metodologia combina análise de conteúdo de dez personagens femininas com um estudo de recepção baseado em questionário respondido por 78 mulheres gordas. Os resultados indicam que as representações permanecem restritas a categorias negativas, que associam mulheres gordas a estereótipos como "A Gorda Que Não É Protagonista"; "A Gorda Estereotipada"; "A Gorda Que É Só Gorda"; "A Gorda Que Ninguém Ama"; "A Gorda Má"; e "A Gorda Palhaça" - embora haja exemplos que tensionam esses padrões. Conclui-se que, apesar de avanços pontuais, as narrativas ainda reforçam a marginalização simbólica de mulheres gordas.

Palavras-chave: Representações midiáticas; Corpo gordo; Estereótipos; Séries de *streaming*; Recepção.

ABSTRACT

The article analyzes the representations of fat women in streaming series, based on the hypothesis that these bodies are still mostly associated with exclusionary stereotypes. The objective is to understand how such characters are narratively constructed and how these images are received by audiences. The methodology combines content analysis of ten female characters with a reception study based on a questionnaire answered by 78 fat women. The results indicate that the representations remain confined to negative categories that associate fat women with stereotypes such as "The Fat Woman Who Is Not the Protagonist," "The Stereotypical Fat Woman," "The Fat Woman Who Is Only Fat," "The Fat Woman Nobody Loves," "The Evil Fat Woman," and "The Comedic Fat Woman," although there are some examples that challenge these patterns. It is concluded that, despite occasional advances, the narratives still reinforce the symbolic marginalization of fat women.

Keywords: Media representations; Fat body; Stereotypes; Streaming series; Reception.

1 Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e Produtora Editorial graduada também na UFSM.

2 Doutora e mestre em Ciências da Comunicação (Unisinos). Professora e pesquisadora do PPG em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

Introdução

O Ministério da Cultura (2024) aponta que o *streaming* já faz parte do cotidiano dos brasileiros, com crescimento expressivo em toda a América Latina. Segundo dados do Ministério da Cultura de 2024, quase metade da população assiste de duas a quatro horas de conteúdo por dia, e mesmo diante do aumento das mensalidades, muitos mantêm suas assinaturas, evidenciando a relevância dessas plataformas no consumo cultural (Brasil, 2024). Nesse contexto, as séries ocupam posição de destaque, ajudando a definir comportamentos e consolidando-se como protagonistas do entretenimento audiovisual (NBCUniversal, 2021).

Entretanto, questões de representatividade ainda persistem. Corpos gordos são frequentemente associados ao humor ou invisibilizados na televisão, reflexo de um processo de exclusão social (Gonçalves, 2023). As narrativas televisivas e seriadas não apenas refletem valores sociais, mas também contribuem para reforçar padrões estéticos que delimitam quais corpos são vistos como dignos de protagonismo, amor, sucesso ou reconhecimento.

Mulheres gordas são retratadas de forma subalterna, ainda que existam avanços pontuais (Pilger, 2021). No *streaming*, apesar da maior diversidade em raça, gênero e sexualidade, a presença de personagens gordas permanece limitada, quase sempre reduzida a estereótipos, reforçando preconceitos e restringindo suas narrativas (Arruda, 2019). Nesse sentido, analisar como personagens gordas são construídas em produções audiovisuais contemporâneas permite compreender tanto os mecanismos de reprodução de preconceitos quanto as tentativas de ruptura dessas imagens.

O presente artigo tem como objetivo analisar personagens gordas em séries de *streaming* dentro das categorias de análise e representação desenvolvidas na dissertação de mestrado da autora³, relacionando personagens femininas gordas de séries de *streaming*, à classificação proposta por Arruda (2021) e às categorias de análise desenvolvidas no estudo. A combinação dessas perspectivas permite mapear as formas recorrentes de representação e identificar padrões que atravessam diferentes gêneros e origens das produções. O uso dessas categorias como ponto de partida se justifica por sua relevância na sistematização de estereótipos já consolidados na mídia, funcionando como parâmetro para a classificação inicial das personagens.

A fim de contextualizar, a dissertação “Recepção De Mulheres Gordas Às Séries De Streaming” teve como tema a recepção de mulheres gordas às séries ficcionais de streaming e as percepções dessas mulheres quanto às representações corporais apresentadas nesse meio. O problema da pesquisa consistiu em entender de que maneira mulheres que se reconhecem como gordas produzem sentidos frente às representações de personagens femininas gordas em séries ficcionais de streaming. Além disso, o objetivo geral foi de compreender como se dá a percepção das representações corporais apresentadas em séries ficcionais de streaming por mulheres que se reconhecem como gordas.

Para além da análise textual e narrativa, este artigo situa-se no campo dos estudos de recepção, como parte da metodologia da Dissertação de Mestrado. Ao entender que as representações não podem ser examinadas de forma isolada, mas em diálogo com a interpretação do público,

3 Dissertação de mestrado “Recepção De Mulheres Gordas Às Séries De Streaming” de Roberta Barboza de Oliveira Machado, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS) em 2025, sob orientação da profa. Dra. Liliane Dutra Brignol.

conforme Gelatti (2005), a recepção deve ser compreendida como o campo que investiga a relação entre os meios e sua audiência, reconhecendo que os receptores não são sujeitos passivos, mas produzem sentidos a partir de suas experiências e contextos socioculturais. Gomes (2004) reforça essa perspectiva ao afirmar que a audiência não apenas decodifica mensagens, mas constrói significados próprios, em um processo atravessado por disputas ideológicas. Nesse mesmo sentido, Martín-Barbero (1990) propõe compreender o significado como resultado da articulação entre mensagens e práticas sociais, destacando que a recepção não se reduz ao texto, mas depende das interações entre sujeitos, cultura e mídia.

Stuart Hall (2006) destaca que a representação não é um espelho neutro da realidade, mas um processo ativo de construção de significados. Nas séries e filmes, personagens são moldadas por escolhas narrativas, estéticas e culturais que reforçam ou desafiam visões de mundo. Os estereótipos, nesse processo, funcionam como atalhos de reconhecimento rápido, mas também operam como dispositivos de poder, limitando as possibilidades de identidade representada.

No caso de corpos gordos, a construção estereotipada é ainda mais evidente. Como afirma Arruda (2021), as mídias não apenas reproduzem preconceitos contra mulheres gordas, mas constituem parte ativa da criação e legitimação da gordofobia. Os discursos midiáticos reforçam a associação da gordura à feiura, inadequação e comicidade, enquadrando esses corpos em papéis narrativos restritos.

Dessa forma, este artigo também se insere no campo dos estudos de recepção, articulando a análise dos conteúdos midiáticos à escuta das percepções apresentadas no questionário desenvolvido no âmbito da pesquisa de dissertação. Considerar os relatos e interpretações das mulheres gordas respondentes é fundamental para compreender em que medida os estereótipos de mulheres gordas são reproduzidos, naturalizados ou tensionados no consumo cotidiano de séries.

As personagens e séries que compõem o corpus são: Ruby Hill (Retta) *Good Girls* (2018); Rae Earl (Sharon Rooney) *My Mad Fat Diary* (2013); Annie Easton (Aidy Bryant) *Shrill* (2019); Penélope Featherington (Nicola Coughlan) *Bridgerton* (2020); Martha Scott (Jessica Gunning) *Bebê Rena* (2024); Terezinha (Cacau Protásio) *Vai Que Cola* (2013)⁴. A escolha destas personagens foi fundamentada tanto em um levantamento sistemático em portais e buscadores⁵ quanto no repertório da pesquisadora como espectadora, mas se justifica sobretudo pela relevância atribuída a essas representações pelas próprias participantes da pesquisa.

Cultura e corpo

O corpo, entendido como território de poder e disputas, é atravessado por relações sociais e culturais que moldam identidades e estabelecem hierarquias. Johnson (2010) afirma que a cultura reflete lutas sociais, reproduzindo desigualdades ligadas à raça, gênero, classe e idade. Nesse contexto, autores como Mattos (2012) e Rose (2001) reforçam que o corpo não é apenas

4 Outras personagens e séries aparecem na Dissertação, as escolhidas para o presente trabalho são alguns que se destacaram na análise e que ajudam construir as categorias de análise em termos de representação.

5 Busca exploratória no Google, utilizando o termo “séries com personagens gordas mulheres”, o que possibilitou a identificação de produções mencionadas em portais como Revista TPM (2023), Capricho (2022), Casa 1 (2021), Pop Plus (2023) e Igualeze (2023).

biológico, mas fenômeno histórico e cultural, investido de sentidos que ultrapassam a fisiologia. Hall (2016) complementa ao destacar que as representações constroem significados que parecem naturais, mas que são práticas sociais e, portanto, marcadas por disputas simbólicas.

Foucault (1987; 1999; 1982) desloca essa reflexão ao colocar o poder e o discurso no centro da análise. O corpo é objeto de controle por meio de tecnologias disciplinares e simbólicas, sendo moldado em padrões de docilidade e produtividade. Sua noção de “microfísica do poder” mostra como os corpos são regulados cotidianamente por práticas sociais, médicas, midiáticas e institucionais. Nesse sentido, o corpo feminino e gordo se inscreve em regimes de exclusão e vigilância que reforçam o “outro”, como apontam Hall (2016) e Pilger (2021). A estereotipagem, segundo Stuart Hall, é ferramenta de dominação que fixa identidades em características reducionistas, legitimando desigualdades.

No campo estético, Eco (2004; 2007) demonstra que as noções de belo e feio são históricas e ligadas a relações de poder: enquanto a beleza é privilégio das classes dominantes, a feiura se associa a grupos marginalizados. Castro (2004) e Santaella (2004) destacam que o culto ao corpo e a glorificação da magreza foram potencializados pelas mídias audiovisuais, criando uma lógica de consumo cultural baseada na busca por padrões inalcançáveis. Wolf (1992) radicaliza essa leitura ao propor que o “mito da beleza” funciona como ferramenta de controle social sobre as mulheres, deslocando antigas formas de opressão para a esfera estética, ao mesmo tempo em que movimenta interesses econômicos.

O gênero, portanto, é central nesse processo. Federici (2004) interpreta o corpo feminino como terreno de exploração capitalista, enquanto Hollows (2005) e Escosteguy (2020) reforçam que feminilidade e masculinidade são construções históricas, moldadas por disputas de poder. Pilger (2021) e Arruda (2019) mostram como as mídias brasileiras reforçam um ideal baseado em traços europeus e corpos magros, invisibilizando corpos gordos ou representando-os de forma estereotipada. Assim, a beleza torna-se um marcador de classe, raça e gênero, em que ser “bem cuidada” significa ter acesso a consumo e status social.

A gordofobia, nesse cenário, emerge como manifestação específica dessas práticas excludentes. Arruda (2019) observa que, a partir do século XX, a mídia consolidou a magreza como ideal, marginalizando corpos gordos e confinando-os a papéis cômicos ou secundários. Pilger (2021) reforça que o corpo gordo feminino se torna território colonizado, mas também espaço de resistência coletiva e de afirmação identitária. Dessa forma, pensar o corpo gordo é reconhecer como ele se situa nas fronteiras simbólicas da cultura, tensionando os limites entre o aceitável e o excluído, o hegemônico e o subalterno.

Metodologia

A metodologia do presente artigo parte das categorias de análise desenvolvidas na dissertação de mestrado, como forma de demonstrar como essas categorias podem ser aplicadas em outros estudos futuros, bem como, tensionar a relação de personagens gordas com as formas de representação que as receptoras acreditam existir nas narrativas. De forma que, neste estudo, o levantamento inicial de personagens realizado na dissertação serviu como ponto de partida para

a seleção das personagens, que foram analisadas individualmente dentro das nossas categorias e indicam como os modelos podem ser aplicados a personagens diversas.

A metodologia do presente artigo articula quatro momentos principais: (1) o levantamento exploratório e definição do corpus; (2) a categorização dentro dos modelos de Arruda (2019); (3) a categorização a partir das nossas categorias⁶; e (4) o tensionamento entre a percepção das receptoras com as representações encontradas na pesquisa. Essa combinação de etapas assegura o rigor metodológico e possibilita a construção de um olhar crítico sobre as formas de representação da mulher gorda nas séries, bem como sobre os modos como tais representações são recebidas e ressignificadas pelas receptoras.

Na primeira etapa, de pré-análise, compreendida como o momento inicial do processo de análise de conteúdo (Bardin, 2016), buscou-se organizar e preparar o material coletado. Essa fase envolve, segundo o autor, a leitura flutuante dos documentos, a seleção do material pertinente, a definição do corpus com base em critérios de representatividade e pertinência, a formulação dos objetivos e a preparação dos dados para as etapas seguintes. Nesse sentido, foi realizado um levantamento preliminar de personagens gordas do gênero feminino presentes em séries. A seleção teve início a partir de uma busca exploratória no Google, utilizando o termo “séries com personagens gordas mulheres”, o que possibilitou a identificação de produções mencionadas em portais como *Revista TPM* (2023), *Capricho* (2022), *Casa 1* (2021), *Pop Plus* (2023) e *Igualize* (2023). Esses conteúdos, em conjunto com o repertório prévio da pesquisadora como espectadora, subsidiaram a elaboração da lista inicial de personagens que compõem o corpus desta investigação: Ruby Hill (Retta) série *Good Girls* (2018), Rae Earl (Sharon Rooney) série *My Mad Fat Diary* (2013), Annie Easton (Aidy Bryant) série *Shrill* (2019), Penélope Featherington (Nicola Coughlan) série *Bridgerton* (2020), Martha Scott (Jessica Gunning) série *Bebê Rena* (2024), Terezinha (Cacau Protásio) série *Vai Que Cola* (2013).

O corpus da pesquisa foi composto por personagens gordas do gênero feminino presentes em séries de *streaming* de diferentes países, abrangendo produções brasileiras, estadunidenses e britânicas. Essa diversidade foi intencional, visto que as narrativas midiáticas, ainda que globais, também carregam especificidades culturais que incidem sobre a forma como os corpos gordos são representados.

No total da dissertação, foram analisadas quinze personagens. Cada uma foi analisada a partir dos critérios de ficha técnica; ano; sinopse; apresentação da personagem; modelo de representação de acordo com Arruda (2019); e número de vezes em que a série foi citada pelas receptoras nas respostas ao questionário. Sistematizado em uma tabela, como instrumento de pesquisa, no qual se registraram informações narrativas (como papel desempenhado na trama, relações interpessoais e conflitos vividos), bem como classificações de acordo com os estereótipos identificados. Para o presente artigo, foram analisadas seis⁷ personagens, das presentes na dissertação, e acrescentada uma personagem, a fim de ilustrar a categoria “A Gorda Má”, visto que, a série referida é posterior a pesquisa.

6 As categorias foram criadas a partir da análise da percepção das receptoras.

7 Outras personagens foram analisadas no trabalho final, para fins deste artigo, apenas uma por categoria foi descrita.

Na segunda etapa, foi realizada uma análise das representações, categorizando as personagens com base nos quatro modelos de estereótipos de mulheres gordas propostos por Arruda (2019): “alívio cômico”, “estepe para o personagem principal”, “personificação daquilo que é feio” e “eterna romântica”.

A terceira etapa propõe relacionar as categorias da dissertação, que foram criadas a partir do tensionamento entre discussão teórica sobre Cultura, Corpo, Gênero e Representações, junto com a análise da percepção das receptoras com base nos questionários. Foi identificado que, mais de dois terços das receptoras acreditam que as personagens gordas são representadas de maneira negativa. Tomamos como base os modelos de Arruda (2019), porém ao observarmos as percepções das receptoras trouxemos novos pontos a serem problematizados e identificamos a necessidade de categorizar as respostas em um modelo próprio, que são: “A Gorda Que Não É Protagonista”; “A Gorda Estereotipada”; “A Gorda Que É Só Gorda”; “A Gorda Que Ninguém Ama”; “A Gorda Má” e “A Gorda Palhaça”.

Como quarta etapa, foi conduzida a análise das respostas das receptoras ao questionário da dissertação de mestrado, dispondo suas falas dentro das categorias já definidas e identificando perfis para manter as respostas anônimas. Cada participante foi indicada pela inicial do nome, seguida de informações relativas a gênero (cis ou trans), raça/cor, idade, sexualidade e profissão. Essa opção metodológica buscou evidenciar a diversidade do grupo pesquisado e destacar como distintas trajetórias sociais, atravessadas por fatores como idade, orientação sexual e ocupação profissional, atravessam a recepção. Assim, a categorização não apenas contribui para a sistematização dos dados, mas também fortalece o caráter plural e representativo da pesquisa.

Quanto ao questionário da dissertação, teve como objetivo mapear as receptoras de séries de *streaming* que se identificam como gordas e obter os dados para o debate da pesquisa. No primeiro momento, o instrumento de pesquisa foi distribuída no encontro *online* do Grupo de Estudos Transdisciplinares das Corporalidades Gordas no Brasil⁸, que ocorreu na plataforma *Google Meet*⁹ no dia 6 de junho de 2024. Da mesma forma, o questionário foi compartilhada a partir de uma mensagem no grupo de whatsapp “Grupo VIP Clientes Pop Plus”, sendo este um grupo vinculado à Feira de Moda Plus Size Pop Plus¹⁰, que é a maior feira de moda plus size do mundo, ocorre quatro vezes por ano em São Paulo/SP. O grupo de *Whatsapp*¹¹ utilizado para compartilhar a ferramenta de pesquisa da presente dissertação é uma comunidade de livre acesso, divulgada pela Pop Plus em suas redes sociais.

O questionário da dissertação de mestrado ao qual a presente pesquisa se relaciona, obteve 80 respostas, sendo 78 delas consideradas para a pesquisa. A ferramenta possui formato on-line e apresenta 7 seções, sendo elas: Identificação Como Mulher Gorda, Dados Pessoais, Consumo de Séries, Diversidade e Representação, Exemplos de personagens gordas, Identificação com personagens e Dados de Contato. Apresenta o total de 25 perguntas, sendo 18 fechadas e 7 abertas. O instrumento metodológico apresenta perguntas de identificação; iniciando com duas perguntas que delimitam o corpus da pesquisa, mulheres gordas; na seção seguinte, dados pessoais gerais como idade, orientação sexual, raça/cor/etnia etc. A terceira seção é relacionada ao

8 Ou “Pesquisa Gorda!”, grupo de estudo e pesquisa vinculado ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ), através da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

9 Serviço de comunicação por vídeo desenvolvido pelo Google.

10 Pop Plus além de ser a maior feira de moda e cultura plus size do mundo, também é uma plataforma que engloba feiras, conteúdo, curadoria e consultoria. Fundada em 2012 pela comunicadora e empresária Flávia Durante.

11 Link para o grupo VIP Clientes Pop Plus: <https://chat.whatsapp.com/LA42nyjGH9N0ZxGp0ZdnP6>

consumo de séries pelas participantes. A seção 4 busca entender a percepção das respondentes em relação a diversidade nas séries e a representação de mulheres gordas. A quinta seção apresenta um quadro com fotos de diferentes personagens gordas, no qual as respondentes podem marcar quais reconhecem, o objetivo é identificar se essas personagens já circulam no imaginário das mulheres gordas ou se sua lembrança depende da visualização das imagens, visto que, na seção anterior é perguntado se as respondentes recordam de personagens gordas (sem apresentar fotos). A seção 6 busca entender a relação das mulheres com as personagens, ao solicitar que citem aquelas às quais se identificam e se o corpo destas personagens impacta nessa identificação. A ferramenta finaliza com um espaço para as respondentes deixarem seus dados de contato, para possibilidade de aproximação futura.

Categorias de análise e representações de mulheres gordas

Arruda (2021) identifica quatro principais estereótipos atribuídos às mulheres gordas pela mídia: o "alívio cômico", o "estepe para o protagonista", a "encarnação do que é feio e errado" e a "eterna romântica". O alívio cômico se divide em duas formas: em uma, a personagem é espirituosa e bem-humorada, na outra, seu corpo vira motivo de escárnio, sendo colocada em situações exageradas que provocam riso às custas de sua aparência ou comportamento. No caso do estepe para o personagem principal, a mulher gorda ocupa papel secundário, geralmente como amiga da protagonista magra. Mesmo com qualidades próprias, sua função é ser suporte, reforçando o estigma da "*DUFF*" (*Designated Ugly Fat Friend*)¹² ou "amiga gorda e feia". Já na personificação do que é repulsivo, esses corpos são associados a preguiça, desleixo e falta de higiene, sendo representados como desmotivados, comedores compulsivos e privados de afeto. Por fim, a eterna romântica também aparece como figura rejeitada. Sua narrativa gira em torno da busca por um parceiro, mas essa possibilidade é retratada como inalcançável ou somente viável quando há concessões do outro lado, reforçando a ideia de que o amor não é destinado a essas mulheres.

Em nosso estudo, identificamos seis categorias, que foram inspiradas inicialmente nos modelos de Arruda (2021), mas adaptadas para se adequarem ao que as receptoras sentem e pensam, conforme suas respostas à pesquisa de recepção. Sendo elas: 1) A Gorda Que Não É Protagonista; 2) A Gorda Estereotipada; 3) A Gorda Que É Só Gorda; 4) A Gorda Que Ninguém Ama; 5) A Gorda Má; e 6) A Gorda Palhaça.

A opção por empregar uma nomenclatura provocativa é uma escolha metodológica que busca evidenciar o caráter opressor dessas representações. Essa estratégia dialoga com perspectivas críticas dos estudos culturais e feministas, especialmente aquelas voltadas às corporalidades dissidentes, ao denunciar discursos estigmatizantes e processos de desumanização direcionados a mulheres gordas. Ao deslocar a linguagem acadêmica de uma pretensa neutralidade, torna-se possível explicitar as violências simbólicas que muitas vezes são naturalizadas e, assim, politizar a análise das imagens e narrativas que moldam essas personagens.

12 Gíria em inglês, traduzido para "Amiga Feia e Gorda Designada", utilizado para definir a pessoa menos atraente de um grupo de amigos, que é vista como suporte para fazer as outras parecerem mais bonitas.

Ao observar as personagens analisadas, torna-se relevante considerar que as categorias propostas para a leitura crítica não operam de modo estanque, visto que é possível identificar atravessamentos e sobreposições entre elas, de forma que uma mesma série pode mobilizar simultaneamente mais de uma categoria narrativa na construção de suas personagens.

1. A Gorda Que Não É Protagonista

Essa categoria reflete a recorrência de personagens gordas em papéis secundários, sem desenvolvimento narrativo próprio. Elas atuam como suporte para protagonistas magras, reproduzindo o modelo do “estepe para o personagem principal” (Arruda, 2021). A ausência de centralidade narrativa reforça a exclusão simbólica desses corpos, que raramente são representados como sujeitos complexos ou desejáveis. As falas das receptoras evidenciam não apenas o reconhecimento de que mulheres gordas raramente ocupam papéis centrais nas narrativas, mas também uma percepção crítica sobre como essa marginalização opera. Para elas, a presença dessas personagens costuma ser associada a funções secundárias na trama, o que reforça a ideia de que seus corpos não são considerados dignos de protagonismo. Uma das participantes expressa essa percepção ao afirmar:

Geralmente é uma figura que fica à margem; ou uma coadjuvante engraçada, companheira da personagem principal; ou é uma pessoa que sofre alguma transformação (geralmente tornar-se magra) e as pessoas começam a notar. Raramente vê-se uma personagem gorda em um papel de protagonista que não seja pras pessoas rirem (L., mulher cis, parda. 36 a 40 anos, bissexual, produtora cultural)¹³.

Segundo Eco (2008), a beleza, ao longo da história, serviu como parâmetro para determinar o modo como as pessoas eram tratadas, enquanto aquelas vistas como belas eram tomadas como referência, as consideradas feias acabavam relegadas à exclusão, desta forma, nas representações midiáticas, mulheres gordas são relegadas à papéis sem destaque.

Para tensionar essa discussão a partir de um exemplo concreto, analisamos a série *Good Girls* (2018), produzida pela NBC e Universal Television, foi criada por Jenna Bans, com direção de Michael Weaver e Dean Parisot, e teve quatro temporadas. A narrativa acompanha três mães de subúrbio que entram no mundo do crime para sustentar suas famílias. Ruby Hill (Retta) é uma das protagonistas, uma mulher leal e corajosa que participa do esquema criminoso para custear o tratamento da filha.

Apesar de estar no centro da trama, sua função narrativa se aproxima do modelo de “estepe para a personagem principal”, pois aparece muitas vezes como apoio emocional à amiga Beth,

Figura 1 - Ruby Hill (Retta) série *Good Girls* (2018)



Fonte: NBC, 2018, on-line.

¹³ Os perfis das receptoras se encontram após a resposta, identificados por: Letra inicial do nome da receptora, raça/cor, idade, sexualidade, profissão.

que ocupa posição mais central. Apesar de sua importância, ela se enquadra no modelo de “A Gorda Que Não É Protagonista”, uma vez que sua função narrativa está constantemente ligada a apoiar Beth, que é posicionada como protagonista da série.

É necessário reconhecer a incidência de fatores interseccionais na personagem, pois aspectos como raça e classe também atravessam sua representação. A personagem Ruby Hill é uma mulher negra e trabalhadora, e tais marcadores não apenas interferem em sua posição na trama, como também complexificam sua leitura como figura secundária, revelando como o corpo gordo, quando articulado a outros marcadores sociais, produz efeitos distintos na narrativa e na recepção.

2. A Gorda Estereotipada

Nessa representação, o corpo gordo é associado a estigmas, patologias e inadequações sociais. Personagens são retratadas como preguiçosas, desleixadas, emocionalmente instáveis ou ridicularizadas, reforçando a lógica do “culto ao corpo magro” (Castro, 2004; Santaella, 2004). Para Eco (2008), a associação entre beleza e valor social contribui para a marginalização, enquanto Hall (2016) aponta que a repetição de estereótipos naturaliza tais discursos, ainda que sejam contestados por quem os vivencia. Nesse sentido, os relatos das receptoras evidenciam como tais representações reverberam em suas percepções, reforçando estigmas historicamente construídos. Suas falas revelam a recorrência de personagens gordas associadas ao cômico, à solidão, à falta de atratividade ou à desestabilidade emocional.

Para Hall (2016), os estereótipos fazem parte de um regime de representações em que grupos dominantes exercem poder simbólico sobre os grupos minoritários, definidos como o “outro”. Nesse processo, a estereotipagem reduz indivíduos a características simplificadas e fixas, apresentadas como naturais. Assim, essas classificações, sustentadas por discursos culturais, reforçam desigualdades e limitam as possibilidades de representação dos grupos subalternizados. O que vai de encontro ao que as receptoras apontam, visto que, além de identificar os estereótipos, elas também demonstram consciência crítica sobre os efeitos que essas imagens produzem em suas próprias experiências. Muitas relatam reconhecer tais personagens como parte de um repertório midiático que não lhes oferece possibilidades de identificação positiva, mas sim um espelho distorcido, que reforça sentimentos de inadequação ou de vergonha. Esse movimento revela que o impacto dessas representações não é meramente simbólico, mas atravessa modos de perceber o próprio corpo, de se relacionar afetivamente e de se posicionar socialmente. Assim, as falas não só apontam a persistência dos estereótipos, como também iluminam os modos como eles são vividos, questionados e, por vezes, resistidos no cotidiano das mulheres gordas. A seguir, destacam-se algumas respostas que exemplificam tais percepções:

Porque são sempre engraçadas, não desejadas, não tem relacionamento saudável, são loucas, são “feias” etc. (A., mulher cis, branca, 41 a 45 anos, pansexual, aposentada por invalidez)

Porque sempre usam mulheres gordas como exemplos de mulheres tristes, dependentes, frustradas e que é um padrão a não ser seguido. (D., mulher cis, branca, 18 a 25 anos, bissexual, autônoma)

Porque são personagens jocosos, ou depressivos, ou que sofrem com a solidão da mulher gorda. (J., mulher cis, 41 a 45 anos, branca, bissexual, revisora de textos)

Como exemplo de produção audiovisual analisada nesta categoria, destaca-se a série britânica *My Mad Fat Diary* (2013), produzida pela Endemol UK, teve três temporadas, com direção de Tim Kirkby e Benjamin Caron. Ambientada nos anos 1990, acompanha Rae Earl (Sharon Rooney), uma adolescente de 16 anos que acaba de sair de um hospital psiquiátrico e tenta esconder isso dos amigos.

Figura 2 - Rae Earl (Sharon Rooney) série *My Mad Fat Diary* (2013).



Fonte: The Guardian, 2013, on-line.

Rae enfrenta distúrbios alimentares, inseguranças e problemas de saúde mental relacionados à sua baixa autoestima. Embora também viva experiências de amizade e paixão, sua trajetória é frequentemente associada à tristeza e à desordem, de modo que a personagem pode ser entendida como “personificação daquilo que é feio”, uma vez que suas dificuldades emocionais são constantemente ligadas ao seu corpo gordo. Sua representação recai fortemente sobre o modelo de “A Gorda Estereotipada”, já que suas dificuldades emocionais são constantemente associadas ao corpo gordo. Rae é retratada como desleixada, infeliz e insegura.

3. A Gorda Que É Só Gorda

Nesse caso, a identidade da personagem é reduzida ao peso e às tentativas de emagrecimento. Sua existência é mediada por narrativas de rejeição, sofrimento e baixa autoestima, em contraste com personagens magras, tratadas como neutras e isentas de problematizações. As respostas das receptoras apontam a forma como a mídia desmerece sistematicamente a mulher gorda, restringindo-a a um corpo problematizado e punido. Ao mesmo tempo, suas falas revelam a busca por novas narrativas, que reconheçam possibilidades de saúde, plenitude e pertencimento para além do estigma. Como aponta uma das participantes, essa disputa não é apenas simbólica, mas envolve reivindicar lugares de pertencimento e legitimidade na vida social. A fala a seguir evidencia a recusa em aceitar a representação da mulher gorda como ruim, afirmando a possibilidade de vidas gordas que sejam diversas. Aqui, a recepção não apenas reconhece o estigma, ela também produz resistência:

Geralmente eles desmerecem a imagem da mulher gorda, penalizam. E ser gorda não deve ser considerado um defeito, temos que explorar todas as vertentes e mostrar que podemos ser saudáveis, que temos direito a tudo e podemos fazer parte de tudo(A., mulher cis, preta, 51 a 60 anos, hetero, terapeuta).

Arruda (2021) aponta a patologização midiática do corpo gordo, que só aparece como problema a ser resolvido. Enquanto autoras como Wolf (1992), Castro (2004) e Santaella (2004) discutem como a magreza foi historicamente construída como um valor cultural positivo, associada ao sucesso, à disciplina, à saúde e à felicidade. Para Wolf (1992), o chamado “mito da beleza” funciona como mecanismo de controle social, ao eleger o corpo magro como ideal de feminilidade e virtude, excluindo quem não se enquadra nesse padrão. Já Castro (2004) e Santaella (2004) destacam o papel da publicidade e da mídia de massa na difusão dessa lógica, reforçando a magreza como símbolo de pertencimento e reconhecimento social.

Como exemplo de produção audiovisual analisada nesta categoria, a série *Shrill* (2019) é uma produção americana da HULU, com 3 temporadas. Tem como produtores executivos Lorne Michaels e Elizabeth Banks; direção de Carrie Brownstein, Gillian Robespierre, Jesse Peretz e Natasha Lyonne. A série de comédia apresenta Annie Easton (Aidy Bryant), uma jovem jornalista gorda que quer mudar de vida, mas não o corpo. A série retrata a vida da personagem principal Annie, sua carreira, a busca por relacionamentos amorosos e suas vivências como uma mulher gorda.

Figura 3 - Annie Easton (Aidy Bryant) série *Shrill* (2019).



Fonte: Charactour, 2019, on-line.

Annie é uma jornalista, inteligente, determinada e bem humorada, que enfrenta inseguranças e tenta equilibrar a busca por aceitação com a vontade de se afirmar profissionalmente e pessoalmente. Ao longo da série, ela aprende a se impor e valorizar suas qualidades. Apesar de ser a personagem principal e apresentar diversas características que saem de um padrão de representação estereotipado. Annie apresenta algumas características do modelo “eterna romântica” de Arruda (2021), como a constante busca por um namorado. Entretanto, ao analisar nossas categorias, enquadraremos a personagem como “A Gorda Que É Só Gorda”, pois sua história está constantemente relacionada a seu peso, não havendo uma dissociação do corpo em relação à narrativa.

4. A Gorda Que Ninguém Ama

Relacionada ao modelo da “eterna romântica” de Arruda (2021), essa categoria revela que mulheres gordas são privadas de afeto e desejo nas narrativas. Quando recebem atenção amorosa, isso é retratado como algo excepcional ou cômico, reforçando a ideia de que esses corpos não pertencem ao campo do desejável. A experiência das mulheres gordas diante das representações midiáticas é mais complexa do que a ideia de Arruda (2021) de personagens em busca de amor. Para as receptoras as quais este artigo se refere, a falta de afeto não está na incapacidade dessas mulheres de serem amadas, mas na recusa social e narrativa em reconhecê-las como dignas de desejo e de relações afetivas. O amor, nesse contexto, aparece como concessão e não como direito narrativo ou social.

As falas das receptoras mostram que essa ausência não é internalizada como falha individual, mas identificada como um mecanismo de desvalorização simbólica. Elas não apenas reconhecem a violência representacional, como também reivindicam histórias que não limitem a mulher gorda à espera do amor alheio, mas que afirmem sua autonomia e possibilidade de reciprocidade afetiva.

Geralmente é um papel menor, de mulheres engraçadas ou sem vida própria, quando não é tudo sobre o corpo e as dificuldades em encontrar um relacionamento por causa disso (Anon., mulher cis, branca, 31 a 35 anos, bissexual, psicóloga).

Porque são muitas vezes caricatas, ou excessivamente carentes de amor, afeto e sexo. Ou querem emagrecer para começarem a “viver de verdade” (V., mulher cis, branca, 41 a 45 anos, parda, hetero, roteirista e produtora de cinema).

Como forma de tensionar essa categoria, analisamos a série *Bridgerton* (2020), produzida pela Shondaland e Netflix, criada por Chris Van Dusen e com produção executiva de Shonda Rhimes, conta com direção de Julie Anne Robinson e Sheree Folkson. As percepções das receptoras dialogam diretamente com a representação de Penélope em *Bridgerton* (2020), especialmente no modo como sua história é estruturada pela invisibilidade, pela espera e pela expectativa afetiva nunca plenamente correspondida.

Ambientada na Londres do século XIX, retrata romances, segredos e disputas da alta sociedade. Penélope Featherington (Nicola Coughlan), a filha mais nova e discreta da família Featherington, é tímida, observadora e guarda o segredo de ser Lady Whistledown, a colunista que revela os escândalos da aristocracia. Sua representação recai tanto sobre o modelo de “personificação daquilo que é feio”, devido à forma como é tratada socialmente, quanto sobre o da “eterna romântica”, já que espera em silêncio pelo amor de Colin Bridgerton. Sua representação pode ser vista a partir de dois estereótipos: “A Gorda Estereotipada”, pois é tratada de maneira inferiorizada pela família e pela sociedade, e “A Gorda Que Ninguém Ama”, já que vive na expectativa de ser correspondida em seu amor por Colin Bridgerton.

Figura 4 - Penélope Featherington (Nicola Coughlan) série *Bridgerton* (2020).



Fonte: Cinebuzz, 2022, on-line.

5. A Gorda Má

Mulheres gordas também são associadas a papéis de vilãs, seguindo a lógica que vincula feiura à maldade (Eco, 2007). Essa representação reforça a exclusão simbólica ao conectar o corpo gordo à perversidade e à desordem moral. Como no caso da vilã Úrsula, analisada por Bezerra e Bragaglia (2019), a gordura é punida quando resiste à normatividade, reafirmando a ideia de que esses corpos ameaçam a ordem social. As falas das receptoras evidenciam a persistência dessa representação negativa, que costuma estar associada à vilania.

Pouca representação e, quando acontece, são personagens negativas - vilãs, atrapalhadas, infantis, chatas etc. Pouca representação e, quando acontece, são personagens negativas - vilãs, atrapalhadas, infantis, chatas etc. (L., mulher cis, branca, 36 a 40 anos, hetero, psicóloga).

Mulheres gordas em séries ou são vilãs, ou depreciadas ou em segundo plano de humor. NUNCA com papel principal levando uma vida como as mulheres magras em outras séries (F., mulher cis, branca, 46 a 50 anos, hetero, cantora).

Os relatos evidenciam que a vilania não é apenas um traço narrativo, mas se articula com a marginalização simbólica, tornando a experiência das receptoras mais crítica e consciente da limitação de papéis disponíveis para mulheres gordas na mídia. Como forma de observar como esses elementos se articulam, analisamos a minissérie *Bebê Rena* foi lançada em abril de 2024 na Netflix, uma produção britânica criada por Richard Gadd, que também atua como protagonista na produção. A direção é de Weronika Tofiliska e Josephine Bornebusch.

Jessica Gunning interpreta a personagem Martha Scott, que assume o papel de vilã na narrativa. Martha é uma stalker (perseguidora), ela é apresentada com comportamentos obsessivos e violentos. Sua figura é representada como uma ameaça constante, reforçando a ideia de descontrole e perigo vinculada ao corpo gordo. Embora a série seja baseada em fatos reais, o corpo da personagem não é apenas uma representação da realidade, mas sua aparência é uma ferramenta narrativa utilizada para intensificar a repulsa do público, de forma que Martha se enquadra na categoria "A Gorda Má". Em *Bebê Rena*, a vilania de Martha é reforçada visual

e comportamentalmente, fazendo com que o corpo gordo seja associado diretamente ao descontrole, à obsessão e à violência. Dessa forma, a série não só reproduz o estereótipo da “Gorda Má”, como o intensifica ao fazer do corpo da personagem um marcador de perigo, reiterando a lógica que vincula gordura à monstruosidade moral.

Figura 5 - Martha Scott (Jessica Gunning) série *Bebê Rena* (2024).



Fonte: Estadão, 2024, on-line.

6. A Gorda Palhaça

Por fim, muitas personagens gordas aparecem como alívio cômico, assumindo o papel da “amiga engraçada”. Esse humor, como aponta Caetano (2019), não é neutro, mas funciona como dispositivo de exclusão, onde a mulher gorda só é legitimada em cena se sua presença for motivo de riso. Essa representação reduz sua complexidade e reforça estereótipos de inadequação e inferioridade. As percepções das receptoras confirmam essa lógica, ao destacar que a mulher gorda dificilmente é retratada como inteligente, forte ou desejável, sendo quase sempre associada à comichidade. Esses relatos evidenciam como a função de “alívio cômico” opera como mais uma forma de limitar a experiência dessas personagens no imaginário midiático:

Porque elas nunca são sexys, fortes, inteligentes e etc. Apenas a amiga engraçada ou atrapalhada. (M., mulher cis, branca, 31 a 35 anos, bissexual, jornalista)

Geralmente é vista como alívio cômico, a virgem sem relacionamentos. (P., mulher cis, branca, 26 a 30 anos, bissexual, professora de inglês)

Porque muitas vezes elas são representadas como alívio cômico ou como rejeitadas. (Anon., mulher cis, branca, 41 a 45 anos, hetero, designer)

Como exemplo de personagem que apresenta características de humor, analisamos a série brasileira *Vai Que Cola* (2013), exibida pelo Multishow, é uma comédia dirigida por César Rodrigues e produzida por João Fonseca e Diego Barreto, que se passa em uma pensão no subúrbio carioca. Entre os personagens caricatos está Terezinha (Cacau Protásio), viúva irreverente e dona de um temperamento forte, que administra as finanças da pensão enquanto busca aproveitar a vida. As percepções das receptoras quanto a mulheres gordas não serem mostradas como fortes, desejadas ou sexys aparecem na série, que embora seja de comédia, Terezinha é frequentemente utilizada como “alívio cômico”, já que seu corpo se torna alvo constante de piadas. Assim, Tere-

zinha se enquadra no modelo de “A Gorda Palhaça” em sua forma mais cruel, já que a graça da personagem frequentemente é construída a partir da exposição e ridicularização de sua gordura.

Figura 6 - Terezinha (Cacau Protásio) série *Vai Que Cola* (2013).



Fonte: Estadão, 2023, on-line.

Da mesma forma, a personagem Terezinha revela o quanto as representações de mulheres gordas podem ser atravessadas por marcadores sociais que ultrapassam a dimensão corporal. Enquanto mulher negra, sua construção narrativa não se limita ao enquadramento do corpo como marca de diferença, mas é também permeada pelas relações de raça e classe que orientam sua posição na trama e nas interações com outras personagens. Esses atravessamentos complexificam a leitura de sua presença na narrativa, pois sua trajetória é interpretada não apenas a partir do corpo gordo, mas também das hierarquias raciais e socioeconômicas que influenciam seu papel e sua visibilidade.

Considerações Finais

A análise das personagens gordas em séries de *streaming*, baseada na análise de conteúdo e no estudo de recepção, revela que, apesar de avanços pontuais na diversidade representacional, os estereótipos continuam sendo predominantes, restringindo a complexidade dessas figuras e limitando suas possibilidades narrativas. As categorias de Arruda (2021), em diálogo com as construídas nesta pesquisa, evidenciam que corpos gordos permanecem atrelados a funções secundárias, ridicularização, ausência de afeto e marginalização social.

Contudo, ao mesmo tempo em que esses estereótipos persistem, também é possível identificar fissuras, nas quais algumas produções buscam dar voz e centralidade a mulheres gordas, explorando suas subjetividades para além da gordura, como é são os casos relatados abaixo pelas receptoras. Esses deslocamentos, ainda que incipientes, são relevantes, pois abrem caminho para novas formas de representação, capazes de tensionar a hegemonia da magreza como valor estético e social.

Assim, este estudo reforça a importância de analisar criticamente as representações audiovisuais, não apenas como reflexo, mas como instâncias ativas de produção de sentidos e de poder. Investigar como as mulheres gordas são retratadas é, portanto, também discutir sobre quem tem direito à narrativa, ao protagonismo e à legitimidade de existir em tela.

Referências

- ARRUDA, Agnes de Sousa. **O peso e a mídia**: uma autoetnografia da gordofobia sob o olhar da complexidade. 2019. 116 f. 2019. Tese de Doutorado. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Paulista, São Paulo.
- ARRUDA, Agnes de Sousa. **O peso e a mídia**: as faces da gordofobia / Agnes Arruda. - 1. ed. - São Paulo: Alameda, 2021.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BONIN, J. A. **Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação**. Revista FAMECOS n. 37, Porto Alegre, dez. 2008.
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Na América Latina, o Brasil lidera o consumo de streaming, mas enfrenta desafios de representatividade de conteúdo nacional**. MINISTÉRIO DA CULTURA, 15 out. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/na-america-latina-o-brasil-lidera-o-consumo-de-streaming-mas-enfrenta-desafios-de-representatividade-de-conteudo-nacional>. Acesso em: 9 set. 2025.
- CAETANO, Virgínia Barbosa Lucena. **Não Tem Cabimento**: Corpo E Subjetividade No Discurso De Sujeitos Gordos. 2019. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, Rio Grande do Sul, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/5785>. Acesso em: 1 set. 2025.
- CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo**: identidades e estilos de vida. in: VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais. Centro de Estudos Sociais, Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra. Coimbra, 2004.
- ECO, Umberto. **História de beleza**. Tradução: Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- ECO, Umberto. **História de feiúra**. (org.). Rio de Janeiro: Record, 2007.
- ESCOSTEGUY, A. C. D. Comunicação e Gênero no Brasil: discutindo a relação. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 23, n. 3, p. 103–138, 2020. DOI: 10.29146/eco-pos.v23i3.27643.
- FEDERICI, Sílvia. **Calibã e a Bruxa**: mulheres, corpo e acumulação primitiva. Tradução: Coletivo Sycorax. 2004.
- FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**. Organização e introdução de Roberto Machado. 3.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1982.
- FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**: nascimento das prisões. 27. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.
- FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso**: Aula Inaugural No College De France, Pronunciada em 2 De Dezembro De 1970. Tradução: Laura Fraga de Almeida Sampaio. 5 ed. São Paulo/SP: Edições Loyola, 1999.
- GELATTI, Juliana Reichembach. Comunicação e Recepção: um panorama dos estudos culturais e midiáticos. Resenha de: ESCOSTEGUY, Ana Carolina e JACKS, Nilda. Comunicação e Recepção. São Paulo: Hacker Editores, 2005. **Revista Anagrama** – Revista Interdisciplinar da Graduação Ano 2 - Edição 4 Junho-Agosto de 2009.
- GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e recepção**: A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.
- GONÇALVES, Victor Albuquerque Borges Quaresma. **Falas de peso**: a (in)visibilidade do corpo gordo na mídia [Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)]. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2023. Disponível na Plataforma Sucupira da Capes. Acesso em: 19 ago. 2025.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HALL, Stuart. (2016). **O espetáculo do "outro"**. Cultura e representação. (Org. Arthur Ituassu) Rio de Janeiro: Apicuri/PUC - Rio.

HOLLOWS, Joanne. Feminismo, estudios culturales y cultura popular. **Lectora**, n. 11, 2005, p. 15-28.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.) **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

MARTIN-BARBERO, Jesús. De la filosofía a la comunicación. **Umbral XXI**, n.4, p. 34-39, 1990.

MATTOS, Rafael. **Sobrevivendo ao estigma da gordura**. 1ª ed. Editora Vetor. São Paulo, 2012.

NBCUNIVERSAL. **Paixão em Séries**: As Séries São As Grandes Protagonistas Do Entretenimento Audiovisual Da Atualidade – Buscamos Entender O Porquê. 3 ago. 2021. Disponível em: <https://gente.globo.com/estudo-as-series-sao-as-grandes-protagonistas-do-entretenimento-audiovisual-da-atualidade-buscamos-entender-o-porque/>. Acesso em: 30 set. 2024.

PILGER, Caroline Roveda. **As gordas saem do armário... e entram no closet**: interseccionalidade, lugar de fala e empoderamento na configuração das mulheres gordas pela revista Donna [Tese (Doutorado em Comunicação)]. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2021. Disponível na Plataforma Sucupira da Capes. Acesso em: 19 ago. 2025.

ROSE, Nikolas. **“Inventando nossos eus”**, in: SILVA, Thomas Tadeu da (org. e trad.). Nunca fomos humanos. Nos rastros do sujeito. Belo Horizonte, Autêntica, 2001, pp. 137-204.

SANTAELLA, Lucia. **Corpo e comunicação**: sintoma da cultura / Lucia Santaella. - São Paulo: Paulus, 2004, - Coleção Comunicação.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres / Naomi Wolf; tradução Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.