

REPRESENTAÇÃO DE PESSOAS COM OBESIDADE COM BASE EM UM REALITY E SEU IMPACTO NA PERCEPÇÃO SOCIAL: UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO

MEYSSA PEREIRA OLIVEIRA;

Discente - Centro Universitário Fametro – Unifametro

(meyssa.oliveira@aluno.unifametro.edu.br)

TERESA LARISSA FURTADO MARTINS;

Discente - Centro Universitário Fametro – Unifametro

(teresa.martins@aluno.unifametro.edu.br)

DANIELA VIEIRA DE SOUZA.

Docente - Centro Universitário Fametro – Unifametro

(daniela.vieira@professor.unifametro.edu.br)

Área Temática: Alimentos, nutrição e saúde

Área de Conhecimento: Ciências da Saúde

Encontro Científico: XIII Encontro de Iniciação à Pesquisa

RESUMO

Introdução: A obesidade é uma doença crônica multifatorial, associada a impactos negativos na saúde física, mental e social. A forma como a mídia representa essa condição pode reforçar estigmas ou promover reflexões sobre sua complexidade. **Objetivo:** Analisar como pessoas com obesidade são retratadas na mídia, utilizando um reality show como referência, e avaliar seu impacto na percepção social. **Métodos:** Estudo qualitativo, de caráter descritivo e exploratório, realizado pela análise de conteúdo da única temporada do programa. Foram registrados e interpretados elementos narrativos, discursivos e visuais, organizados em categorias como: formas de representação do corpo gordo; discursos médicos e midiáticos; narrativas de superação e transformação; manifestações de estigmatização e preconceito; e possíveis impactos sociais das representações midiáticas. **Resultados:** Os participantes, adultos com obesidade grau III, relataram experiências de sofrimento emocional, estigmatização, baixa autoestima e isolamento social. As falas revelaram tanto a crença de que a perda de peso depende exclusivamente da força de vontade quanto o reconhecimento de fatores estruturais, ambientais e sociais. O apoio familiar e profissional surgiu como elemento central no tratamento, e a comida foi frequentemente associada a alívio e compensação emocional. **Considerações finais:** A obesidade é retratada como uma condição complexa, atravessada por fatores biológicos, sociais e emocionais. O estudo mostra que a linguagem, o estigma e a forma de representação midiática influenciam diretamente o autoconceito e a percepção social. Como limitação, destaca-se o recorte de uma única temporada. Novas pesquisas podem ampliar a análise para outras produções midiáticas e contextos culturais. **Palavras-chave:** Obesidade; Mídias Sociais; Reality Show.

INTRODUÇÃO

A obesidade é uma doença crônica complexa, caracterizada por depósitos excessivos de gordura corporal, os quais podem acarretar consequências negativas para a

saúde. Os impactos mais relevantes envolvem o aumento do risco para o desenvolvimento de diabetes tipo 2, doenças cardiovasculares, alguns tipos de câncer, bem como efeitos nocivos na saúde óssea e reprodutiva (OMS, 2022).

O desenvolvimento da obesidade não pode ser atribuído a uma causa única, pois resulta da interação entre múltiplos fatores, incluindo determinantes individuais, coletivos, sociais, econômicos, culturais e ambientais. Isso evidencia que a obesidade não deve ser compreendida apenas como resultado de escolhas ou comportamentos pessoais, perspectiva muitas vezes reforçada por canais midiáticos, que contribuem para a construção social de padrões corporais (BRASIL, 2014).

Nesse contexto, as mídias de massa, que incluem notícias, entretenimento, publicidade e mídia social, desempenham um papel de extrema importância na disseminação de informações e moldam a compreensão e as atitudes dos indivíduos em questões de saúde, incluindo o peso corporal. Um estudo mostrou que os conteúdos estigmatizantes em relação à obesidade estão presentes em todos os tipos de mídias, frequentemente exibindo imagens desumanizantes, comportamentos estereotipados e outras representações negativas (Kite *et al.*, 2022).

Esses discursos discriminatórios relacionados ao peso podem ser normalizados e apresentados como forma de humor nas mídias. O estudo de Eisenberg *et al.* (2016) mostra que, em programas de televisão, piadas e comentários estigmatizantes sobre o peso são direcionados a indivíduos ou grupos sem que haja reação de reprovação, seja por parte da pessoa alvo ou dos demais presentes.

Em vez disso, essas situações são frequentemente tratadas como recurso cômico nesses programas, com o objetivo de gerar riso. Esse padrão evidencia como o estigma do peso é socialmente aceito e como existe a expectativa de que as pessoas suportem tais abusos em nome do entretenimento (Eisenberg *et al.*, 2016).

Dentro dessa diversidade de conteúdos que retratam a obesidade, está um reality show brasileiro, produzido em 2024. O programa acompanha nove pacientes em tratamento da obesidade, incluindo a preparação para a cirurgia bariátrica, durante nove meses. Nesse período, os participantes compartilham suas histórias de vida, relatando como diferentes fatores ao longo do tempo contribuíram para o desenvolvimento da doença.

Portanto, o presente estudo teve como objetivo analisar como pessoas com obesidade são retratadas na mídia, utilizando um reality show brasileiro como referência,

avaliando como esse tipo de conteúdo pode reforçar o estigma do público que consome esses conteúdos.

METODOLOGIA

Trata-se de um estudo qualitativo, de caráter descritivo e exploratório, cujo objetivo foi compreender como a obesidade é representada em um reality show brasileiro e de que forma essa representação pode influenciar a percepção social da população brasileira.

O procedimento metodológico utilizado foi a análise de conteúdo, aplicada a partir da observação e análise integral dos nove episódios que compõem a única temporada do programa. Durante esse processo, realizado em agosto de 2025, foram registrados e interpretados elementos narrativos, discursivos e visuais relacionados à construção da imagem das pessoas com obesidade.

A interpretação do material foi conduzida por meio da análise de conteúdo temática, apoiada em critérios estabelecidos, o que garantiu maior consistência na identificação dos padrões representativos. Nesse processo, foram observadas frases com teor estigmatizante e depreciativo, bem como imagens que associavam o corpo gordo à tristeza, ao fracasso e ao descontrole, em contraste com a recorrente vinculação do corpo magro à felicidade, ao sucesso e à realização pessoal. Também foram analisados discursos médicos e midiáticos que legitimavam determinadas práticas ou percepções sobre o corpo, narrativas de superação e transformação vinculadas à perda de peso, além de manifestações explícitas ou sutis de preconceito, expressas em falas, enquadramentos visuais ou recursos sonoros.

A partir dessas categorias, buscou-se compreender os significados atribuídos ao corpo gordo no programa e discutir de que maneira tais sentidos dialogam com a percepção social da obesidade no contexto brasileiro.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O programa acompanhou nove adultos com obesidade grau III, que apresentaram comorbidades como diabetes, hipertensão arterial e limitações nas atividades diárias. A exibição teve duração de nove meses, período no qual os participantes passaram pelo processo de emagrecimento pré-operatório, acompanhados por profissionais de saúde até estarem aptos a se submeter à cirurgia bariátrica.

Todos os participantes frequentemente utilizaram expressões como “*sou obeso*”, que reduzem sua identidade à condição de saúde. A substituição por “*tenho obesidade*” configura um movimento de resignificação, evitando estigmatizar a pessoa. Segundo Webb

et al., (2023) isso demonstra o impacto da fala no estigma e no autoconceito, reforçando a importância do uso da linguagem centrada na pessoa em contextos relacionados à obesidade.

De acordo com Schram *et al.*, (2024) os efeitos negativos do estigma do peso são intensificados quando internalizados, fazendo com que os indivíduos se identifiquem com atributos conferidos a pessoas com corpos maiores. Assim, podem surgir pensamentos de autodesvalorização, os levando a perceberem-se como a doença, não como portadores dela.

Os relatos dos participantes revelam uma visão inicial de que a perda de peso depende exclusivamente da força de vontade (“*só depende de mim*” - W. C). Contudo, os próprios participantes, bem como os profissionais que os atendem, destacam o papel do apoio familiar e profissional no processo: “*fazer dieta sem ajuda do povo de casa é bem difícil, eu já estou estressada porque estou com fome e aí você escuta a pessoa falando come*” (S. V). Isso mostra que a obesidade não se limita a escolhas individuais, mas está relacionada a fatores estruturais do ambiente obesogênico, que favorecem hábitos alimentares não saudáveis e dificulta a adoção de práticas protetoras à saúde (Swinburn *et al.*, 2019).

Algumas das falas dos participantes do programa mostram como a obesidade está atravessada por sofrimento emocional, estigmatização e baixa autoestima: “*eu me sinto um lixo, eu não queria ser assim*” - S. V; “*eu achava que as pessoas não iam querer ser minhas amigas por eu ser acima do peso*” - G. T; “*pra gostar de mim eu precisava estar magra*” - G. T”. A exposição repetida à discriminação de peso, juntamente com a conscientização de estereótipos negativos baseados no peso, como os relatados nas citações anteriores, contribui para a internalização do estigma do peso, de modo que os indivíduos associem seu valor ao peso corporal (Gerend, Lu, Teets., 2025).

Além disso, a comida surge como uma forma de compensação emocional: “*eu sempre relacionei a comida com alegria. É como se a comida fosse minha amiga*” - S. R; “*A comida ocupa um espaço vazio. Toda vez que eu tenho um sentimento que esteja ali faltando eu reponho com alimentação*” - P. F. Gerend, Lu e Teets (2025) também observaram que o estigma relacionado ao peso pode desencadear uma variedade de comportamentos prejudiciais ao bem estar mental, incluindo a alimentação emocional, como ilustrado nas falas dos participantes. Essa resposta psicológica e comportamental pode refletir estratégias de enfrentamento utilizadas para reduzir a carga emocional imediata do estigma do peso.

O isolamento social aparece fortemente nos relatos: “*eu me isolava no canto para não ter contato com as pessoas porque eu sabia que em uma hora ou outra ia ter um comentário que iria doer em mim*” - G. T; “*eu sinto que eu estou presa dentro do meu corpo*”

- G. T. Isso evidencia como o estigma do peso e o preconceito associados à obesidade, frequentemente resultam em exclusão social e sofrimento psicológico. Além disso, alguns participantes ouviam falas simplistas sobre o tratamento: *“perder peso é só parar de comer”* - S. R. Entretanto, eles próprios reconheciam a complexidade da condição: *“ninguém é gordo porque quer”* - S. R.

Esses relatos refletem a tendência de culpabilizar o indivíduo, reduzindo a obesidade à questão da força de vontade, o que ignora fatores estruturais, emocionais e biológicos que contribuem para a condição (Swinburn *et al.*, 2019; Timkova, Mikula, Nagyova, 2024; Gerend, Lu, Teets, 2025). Essa visão simplista reforça o estigma do peso, impactando negativamente a autoestima, a saúde mental e o bem-estar emocional das pessoas com obesidade (Puhl, Suh, 2015).

Esse sofrimento está relacionado ao fato de que o peso é comumente considerado controlável por meio de dieta e atividade física. Assim, a incapacidade de gerenciar o tamanho e a forma corporal é frequentemente interpretada como uma falha moral. Indivíduos com obesidade são, portanto, usualmente percebidos como preguiçosos, fracos, desmotivados, com baixo autocontrole, não cooperantes e doentios (Timkova, Mikula, Nagyova, 2024).

O relato de um participante com diabetes mellitus 2 sobre a fala de um médico consultado anteriormente, demonstra a seriedade da obesidade enquanto doença crônica: *“te dou três anos de vida, e não ache que vai simplesmente morrer. Primeiro você vai perder a visão, depois o dedo do pé...”* - S. A. Segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica e Metabólica (SBCBM, 2025), o ganho de peso associado ao sedentarismo está estritamente relacionado ao aparecimento do Diabetes Mellitus tipo 2, estimando-se que 60% a 90% dos portadores dessa doença sejam pacientes com obesidade.

Contudo, falas insensíveis como as que foram citadas prejudicam pessoas com obesidade, pois revelam a falta de empatia no cuidado em saúde e desconsideram o sofrimento emocional já acumulado por uma vida de preconceitos e estigmas relacionados ao corpo. Essa postura reforça a necessidade de uma abordagem mais humana e empática no tratamento desses pacientes (Taroza, Pessa, 2020).

As falas dos participantes também apresentam uma tensão entre a vontade de viver e a desesperança: *“já que eu vou morrer, eu vou comer”* - S. A; *“morrer de obesidade é assinar embaixo que eu não estava me importando comigo”* - G. T.

Em síntese, esses relatos destacam que o desenvolvimento da obesidade não pode ser atribuído a uma causa única, pois resulta da interação entre múltiplos fatores, incluindo

determinantes individuais, coletivos, sociais, econômicos, culturais e ambientais (BRASIL, 2014). Considerando a natureza multifacetada do estigma de peso e seu impacto negativo sobre a saúde psicológica, intervenções que integrem cuidado médico, suporte psicológico e estratégias de redução do estigma podem ser mais eficazes para melhorar a saúde e o bem-estar (D'Adamo *et al.*, 2024).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo analisa como a obesidade é representada em um *reality show* brasileiro e de que forma essa representação reforça o estigma dessa doença. Os resultados mostram que os participantes, adultos com obesidade grau III, relatam sofrimento emocional, estigmatização e baixa autoestima. As falas evidenciam o impacto da linguagem no autoconceito, a associação da comida ao alívio emocional e o isolamento social provocado pelo preconceito.

As narrativas também revelam a tensão entre a ideia de que a perda de peso depende apenas da força de vontade e o reconhecimento de fatores ambientais e sociais que dificultam esse processo. A importância do apoio familiar e profissional surge como elemento central para o tratamento.

Conclui-se que a obesidade é retratada como uma condição complexa, atravessada por fatores biológicos, sociais e emocionais, porém, muitas vezes reduzida à culpabilização das pessoas. A limitação do estudo está no recorte da única temporada. Novas pesquisas podem ampliar a análise para produções midiáticas e contextos culturais.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Saúde. **Sobrepeso e obesidade como problemas de saúde pública**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/eu-queroter-peso-saudavel/noticias/2022/sobrepeso-e-obesidade-como-problemas-de-saude-publica>. Acesso em: 06 set. 2025.

D'ADAMO, L. *et al.* Psychological interventions for internalized weight stigma: a systematic scoping review of feasibility, acceptability, and preliminary efficacy. **Journal of Eating Disorders**, Londres, v. 12, n. 1, 29 nov. 2024.

EISENBERG, M. E.; CARLSON-MCGUIRE, A.; GOLLUST, S. E.; NEUMARK-SZTAINER, D. A content analysis of weight stigmatization in popular television programming for adolescents. **International Journal of Eating Disorders**, Hoboken, v. 48, n. 6, p. 759–766, 2015.

GEREND, M. A.; LU, A. W.; TEETS, E. L. Estigma de peso e saúde mental em uma amostra racial e etnicamente diversa de adultos nos EUA. **Frontiers in Psychiatry**, Lausanne, v. 16,

p. 1593145, 2025. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2025.1593145>.

KITE, J.; HUANG, B.-H.; LAIRD, Y.; GRUNSEIT, A.; MCGILL, B.; WILLIAMS, K.; BELLEW, B.; THOMAS, M. Influence and effects of weight stigmatisation in media: A systematic review. **eClinicalMedicine**, Londres, v. 48, 101464, 2022. DOI: 10.1016/j.eclinm.2022.101464. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2022.101464>. Acesso em: 06 set. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. *Obesity and overweight*. Geneva: WHO, 2021. Disponível em: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>.

SCHRAM, S. J.; OLSON, K.; PANÇA, E.; LILLIS, J. O impacto do autoestigma relacionado ao peso no engajamento e nos resultados do tratamento para perda de peso. **Obesity Science & Practice**, Estados Unidos, v. 10, e70015, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1002/osp4.70015>

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA BARIÁTRICA E METABÓLICA. **Diabetes e obesidade**. Disponível em: <https://sbcbm.org.br/artigo-diabetes-e-obesidade/>. Acesso em: 06 set. 2025.

SWINBURN, B. A. *et al.* The Global Syndemic of Obesity, Undernutrition, and Climate Change: The Lancet Commission report. **The Lancet**, Londres, v. 393, n. 10173, p. 791–846, fev. 2019.

TAROZO, M.; PESSA, R. P. Impacto das Consequências Psicossociais do Estigma do Peso no Tratamento da Obesidade: uma Revisão Integrativa da Literatura. **Psicologia: Ciência e Profissão**, São Paulo, v. 40, e190910, p. 1-16, nov. 2020.

TIMKOVA, V.; MIKULA, P.; NAGYOVA, I. Psychosocial distress in people with overweight and obesity: the role of weight stigma and social support. **Frontiers in Psychology**, Eslováquia, v. 15, p. 1474844, 2025. DOI:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1474844>.

WEBB, J. *et al.* Use of person-centered language in obesity-related publications across sports medicine journals: a systematic review of adherence to person-centered language guidelines in sports medicine. **Journal of Osteopathic Medicine**, Chicago, v. 124, n. 7, p. 307–314, 7 fev. 2024.