

**“JÁ SE OLHOU NO ESPELHO HOJE?”: COMBATE
À GORDOFOBIA NO GÊNERO DISCURSIVO *PODCAST***

Carla Daniele Saraiva Bertuleza (UERN)

carladaniele@uern.br

Elizaeth Jacira Barbosa (UERN)

elizaethjacira@alu.uern.br

Pedro Henrique Lopes de Melo (UERN)

henriquelopes@alu.uern.br

Raissa da Silva Pereira (UERN)

raissapereira@alu.uern.br

Sarah Kiarely dos Santos Silva (UERN)

sarahkiarely@alu.uern.br

RESUMO

O *podcast*, vem se popularizando no Brasil em função de sua praticidade e por adequar-se ao contexto contemporâneo, surge como uma alternativa para viabilizar e facilitar o fluxo de informações. O gênero discursivo em questão aborda diferentes temáticas de respaldo social, dentre elas a gordofobia. Visto que a padronização dos corpos, principalmente femininos, foi normatizada socialmente e corpos gordos são julgados por não se adequarem. O presente artigo tem como intuito explorar as características argumentativas e discursivas do gênero *podcast*, com o *corpus* constituído de trechos discursivos da entrevista concedida pela bailarina Thais Carla ao “PodDelas”. Nesse sentido, interessa-nos verificar a partir dos fundamentos teóricos de Grize (1990), Bakhtin (2003), Charaudeau (2005) e Amossy (2018) se o discurso de combate à gordofobia foi composto ao longo da entrevista buscando a adesão dos ouvintes. Este estudo trata-se de uma pesquisa de cunho qualitativo-descritivo. Os resultados indicam que os discursos analisados promovem a identificação com uma parcela da audiência do *podcast* carente de representatividade em espaços midiáticos, bem como contribui no combate da gordofobia.

Palavras-chave:

Argumentação. Gênero discursivo. Gordofobia.

ABSTRACT

The *podcast* genre, it has been becoming popularized in Brazil due to its practicality and for fitting in the contemporary background, it emerges as an alternative to facilitate and make viable the information flux. The discursive genre in question addresses different topics at social help, fatphobia among them. Given that the padronization of body types, mainly female, have been socially standardized and that fat bodies are judged for not suiting. This article has the intent to explore the argumentatives and discursives characteristics of the *podcast* genre, with the *corpus* consisting of sections from the interview granted by the ballerina Thais Carla to "PodDelas". In this sense, interests us verify from the theoretical foundations of Grize (1990), Bakhtin (2003),

Charaudeau (2005) and Amossy (2018) if the discourse of combat against fatphobia was composed throughout the interview seeking the adhesion of the from the listeners. This is a qualitative-descriptive research study. The results indicate that the analyzed speeches promote the identification with a part of the podcast audience which lacks representativeness in media spaces, as well as contributing to the fight against fatphobia.

Keywords:

Argumentation. Discursive Genre. Fatphobia.

1. Introdução

O *podcast*, conteúdo de áudio disponibilizado através de uma plataforma de *streaming*, vem se popularizando no Brasil. Abordando assuntos polêmicos e de entretenimento, o formato tem angariado público em aplicativos como *Spotify*, *Deezer* e *YouTube*. Podendo contar com vídeo, dependendo da demanda do usuário. O *podcast* caracteriza-se como gênero discursivo digital oral, com uma linguagem acessível que contribui para atualmente tornar o país o 3º maior no mundo a ouvir diariamente, de acordo com uma pesquisa realizada pela Tecmundo e publicada pelo G1, portal de notícias da Globo.

Entre os assuntos recorrentes nas redes sociais e que viram temas de episódios de *podcasts* voltados para questões relacionadas estão movimentos como “*body positivity*” e “*corpo livre*”, que prezam pela aceitação do corpo sem a cobrança para se encaixar a um padrão idealizado. Os movimentos anteriormente citados têm angariado público no Instagram, Twitter e Youtube e gerado interesse possibilitando que sejam debatidos em *podcasts*, alcançando um público maior.

Dessa forma, vale destacar a praticidade que o gênero *podcast* pode trazer para a sociedade. Haja vista, alguns indivíduos não têm disponibilidade em sua vida secular para buscar informações ou realizar leituras em jornais, artigos e revistas. Nessa perspectiva, o *podcast* busca informar e desenvolver o pensamento crítico dessa parte da população, por meio do discurso que cada um emprega.

Para tanto, foram utilizados os seguintes autores para fundamentação teórica: Grize (1990), Bakthin (2003), Charaudeau (2005) e Amossy (2018). De acordo com Lakatos e Marconi (2002), a pesquisa se caracteriza como qualitativa-descritiva. Justifica-se por tratar de um tema relevante atualmente, possibilitando a reflexão e conscientização sobre o preconceito contra o corpo gordo. Diante disso, a problemática se centraliza na análise do discurso antigordofobia da dançarina Thais Carla no *podcast*

“Poddelas”. A pesquisa objetiva explorar as características argumentativas e discursivas do gênero *podcast*, bem como analisar como o discurso contra a gordofobia se constrói e se efetiva. Ademais, o artigo encontra-se organizado e dividido nas seguintes seções, a saber: introdução, fundamentos teóricos, metodologia, resultados e discussões, considerações finais, e referências.

2. Fundamentos teóricos

Conforme afirma Tornero (2007, p. 11) “a transição do século XX para o século XXI ficou conhecida por marcar a transição de uma sociedade baseada nas relações materiais para uma sociedade assente nas relações virtuais – ou comunicativas em sentido lato.” A expansão dos podcasts no Brasil é reflexo dessa modificação, onde o diálogo se estabelece através de plataformas de *streaming* que possibilitam que o formato agregue diferentes segmentos que abordam temáticas variadas que vão desde política a entretenimento, pois como afirma Bakhtin (2003) sobre a riqueza e diversidade dos gêneros discursivos,

são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e porque em cada campo dessa atividade é integral o repertório de gêneros de discurso, que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e se complexifica um determinado campo. (BAKHTIN, 2003, p. 262)

O *podcast* constitui-se como gênero discursivo oral e bem como outros integra a categoria secundária, pois é um gênero que resulta de um diálogo com sofisticadas e complexas reformulações, compreende-se que

[...] incorporam e reelaboram diversos gêneros primários (simples), que se formaram nas condições da comunicação discursiva imediata. Esses gêneros primários, que integram os complexos, aí se transformam e adquirem um caráter especial: perdem o vínculo imediato com a realidade concreta e os enunciados reais alheios: por exemplo, a réplica do diálogo cotidiano ou da carta no romance, ao manterem a sua forma e o significado apenas no plano do conteúdo romanesco, integram a realidade concreta apenas através do conjunto do romance, ou seja, como acontecimento artístico literário e não da vida cotidiana. (BAKHTIN, 2003, p. 264)

Pelo impacto na sociedade se faz necessário compreender como se constrói a argumentação nesse formato, visto que “quanto melhor dominamos um gênero tanto mais livremente os empregamos, tanto mais plena e nitidamente descobrimos neles a nossa individualidade (onde isso é possível e necessário) (BAKHTIN, 2003, p. 285).

Além disso, os *podcasts* abrangem um público e temáticas variadas que possibilitam a conscientização da audiência ao abordar racismo, homofobia, machismo, dentre outros assuntos que repercutem, sendo assim possível relacionar aos princípios de alteridade e influência propostos por Charaudeau (2005a).

Nos termos de Charaudeau, todo ato de linguagem emana de um sujeito que gere sua relação com o outro (princípio de alteridade) de modo a influenciá-lo (princípio de influência), tendo de gerir uma relação na qual o parceiro tem seu próprio projeto de influência (princípio de regulação). (CHARAUDEAU, 2005, p. 12 [2006, p. 16])

Dentre os temas abrangidos em *podcasts* um destaque para os estereótipos e a padronização do corpo feminino que constrói um ethos que contribui para a estigmatização desses corpos. Em específico, é falado sobre a gordofobia, que caracteriza-se como o preconceito contra pessoas gordas. Historicamente, a percepção de corpo adequa-se ao que é estimado por cada sociedade. Na Grécia Antiga estimava-se o corpo atlético e musculoso, na Idade Média as anatomias maciças eram reflexo do poder e da ascendência, bem como após a Revolução Industrial a estrutura física delimitava as divisões do trabalho.

Usar *podcast* para dialogar com um público amplo sobre uma temática relevante visa a conscientização da audiência e autonomia para reconstrução desse ethos, conforme propõe Amossy (2018), uma vez que “A questão do ethos está, então, associada à questão da construção de uma identidade que permite, ao mesmo tempo, criar uma relação nova para si e para o outro” (AMOSSY, 2018). Posto que, conforme afirma Grize (1990) a respeito da argumentação, é preciso estabelecer diálogo com o interlocutor a fim de colaborativamente estabelecer uma compreensão mútua, visto que

[...] a argumentação considera o interlocutor não como um objeto a manipular, mas como um alter ego com quem compartilhará sua visão. Agir sobre ele é buscar modificar as diversas representações que se lhe atribuem, colocando em evidência certos aspectos de coisas, ocultando outros, propondo novos. (GRIZE, 1990, p. 41)

Dessa forma se faz relevante analisar como se constrói a argumentação no *podcast* “PodDelas”, a partir de trechos discursivos da dançarina Thais Carla, em prol da adesão da audiência. Uma vez destacados os fundamentos teóricos, na seção a seguir descreveremos a metodologia da pesquisa.

3. Metodologia

A metodologia é o instrumento que corrobora e possibilita para averiguação e identificação de um determinado objeto de estudo, premissa relevante para se fazer ciência. Logo, entende-se que é a busca por descrever os procedimentos sistemáticos de condução para uma pesquisa científica, fornecendo informações basilares, servindo de guia à elaboração de projetos e de instrumentos de coleta de dados. Para tanto, a metodologia escolhida por este estudo tem a proposição de fomentar e facilitar a transmissão do conhecimento e alcançar os objetivos pretendidos.

Esta pesquisa caracteriza-se como qualitativo-descritivo. Segundo Lakatos e Marconi (2002, p. 35), “o estudo qualitativo é o que se desenvolve em uma situação natural; é rico em dados descritivos, tem um plano aberto e flexível e focaliza a realidade de forma complexa e contextualizada”. As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis, ou seja, um fato é descrito através de levantamento de características conhecidas com o intuito de observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los.

No que diz respeito a análise dos dados obtidos, verifica-se que esta pesquisa é de caráter qualitativo, visto que, partindo-se do problema é possível uma maior e melhor visão e compreensão das ideias e conhecimentos contidos diante do contexto do problema e do tema de estudo.

Parte-se dos pressupostos teóricos de Grize (1990) ao abordar a argumentação, Bakthin (2003) e o conceito de gêneros do discurso, Charau-deau (2005) e os princípios de alteridade, visto que todo ato de comunicação implica um *reconhecimento* e uma *legitimação* recíproca dos parceiros, e influência, dado que através deste princípio, busca-se atingir o interlocutor, afetando-o nas suas ações, emoções e pensamentos, bem como Amossy (2018) e o entendimento de ethos. Sendo assim, foi utilizado e identificado por esta investigação o *corpus* constituído por 8 trechos discursivos de abril de 2022, todos relacionados à temática da gordofobia, transcritos de uma entrevista concedida pela dançarina *plus size* Thais Carla ao *podcast* “PodDelas”, idealizado e apresentado pelas *influencers* digitais Tata Estaniecki e Boo Unzueta, contando com convidados famosos, abordando assuntos de caráter pessoal e temáticas sociais.

A carioca Thais Carla, que também é influenciadora digital, tem 30 anos, é casada e tem duas filhas. Ela mora na Bahia com a família. A dançarina ficou conhecida em 2009, aos 17 anos, quando participou do quadro

“Se vira nos 30” no programa Domingão do Faustão, da TV Globo, e ganhou o prêmio de R\$ 15 mil ao dançar uma música de Hip Hop. Em seguida, Thais Carla fez participações em vários programas de emissoras de TV. Em 2017, ela começou a fazer parte do grupo de dançarinas da cantora Anitta. Desde então, a dançarina tornou-se figura notável nos camarotes durante o carnaval, inclusive o de Salvador.

4. Resultados e discussões

A entrevista da dançarina e empreendedora Thais Carla ao “PodDelas” foi transmitida ao vivo no dia 14 de abril de 2022 pelo *YouTube*, plataforma utilizada para acesso, com a duração total de 1 hora e 46 minutos, abordando temas como carreira, maternidade e moda. Foram escolhidos para análise trechos que mencionaram a temática gordofobia.

Figura 1: Capa da entrevista no PodDelas.



Fonte: Canal no *youtube* PodDelas.

A entrevista é iniciada com o enfoque na falta de representatividade de corpos gordos na dança, como expressado a seguir:

1. É, não tem referência... Hoje em dia graças a Deus consegui quebrar um tabu enorme para chegar meninas gordas dançando. Eu acho incrível, quero que tenha muito mais, né? Então quando comecei a dançar era muito estranho, era a única gorda em tudo. Só eu de gorda, na família só eu de gorda, no rolê de amigo só eu de gorda. Não, eu vou viver minha vida.

Como observado no trecho discursivo (1), é possível estabelecer relação com o princípio de influência de Charaudeau (2005), visto que todo sujeito que produz um ato de linguagem visa atingir seu parceiro, seja para fazê-lo agir, seja para afetá-lo emocionalmente, seja para orientar seu pensamento. Tal discurso compreende a demanda por mais representatividade nas mídias, dado que ao refletir sobre o passado Thais Carla expõe o fato de não ter tido referências de corpos como o seu e hoje através da visibilidade que alcançou na mídia pode contribuir para “quebrar o tabu”. Vejamos o trecho (2) a seguir:

2. Eu sou a Thaís Carla, eu sou uma mulher comum. Eu só sou gorda. Vocês são magras, eu não vou me colocar nesse lugar de “Meus Deus, não vou fazer as coisas porque o meu corpo vai me impedir”, eu quero mostrar que meu corpo é capaz de tudo.

No trecho (2), há uma interação entre os interlocutores, seguindo o princípio de alteridade proposto por Charaudeau (2006), visto que com base no fragmento “Eu sou gorda. Vocês são magras...” Thaís demonstra credibilidade e legitimidade a partir do seu discurso. Influenciando comportamentos, uma vez que conforme o princípio de alteridade “é preciso que locutores e interlocutores (quer falem ou escrevam) sejam capazes de reconhecer um ao outro como reais parceiros na troca do ato linguageiro” (CHARAUDEAU, 1995a). Reafirmando sua intenção em “quero mostrar que meu corpo é capaz de tudo” e gerando identificação com o público e a promoção de auto aceitação e empoderamento.

Ainda conforme exposto na amostra (2) a falta de identificação promove a inibição e consequente controle de corpos que não se adequem ao padrão que é relacionado à prática de esportes, a relacionamentos afetivos e ao sucesso acadêmico e profissional. A reação transgressora quando veiculada nas mídias de massa possibilita que passe a ser uma atitude normatizada e assim que os corpos “fora do padrão” sejam vistos e consequentemente aceitos.

Para tanto, é preciso que espaços de destaque e influência sejam ocupados para que o *ethos* construído, como propõe Amossy (2018), vá em desencontro ao que se denota atualmente, muito relacionado ao fracasso e a negligência. O *ethos* expresso na amostra (2) denota uma mulher confiante e segura, que apesar de consciente sobre o preconceito que lhe é direcionado, compreende que a existência de corpos distintos, ao afirmar “sou gorda” e “vocês são magras”, não deve ser percebido de forma pejorativa como afirma em “meu corpo é capaz de tudo”. A importância de oportunidades é evidenciada no trecho discursivo (3).

3. Anitta queria fazer uma inclusão no balé dela. Era para aquela música “Paradinha” que aparece vários tipos de corpos, várias pessoas ali e aí ela falou “Fica aqui um tempo”, mas era para ficar só um tempinho, acabou estendendo. Acho que uns 2 anos dançando com ela.

A existência de oportunidades, como observado na amostra (3), possibilita que corpos gordos tenham visibilidade e estejam representados. Em seguida a amostra (4):

4. Existe a pressão estética e existe a gordofobia, que são lugares totalmente diferentes. Porque é igual a vocês, são magras, mas vocês sentem seu corpo livre, vocês gostam do seu corpo, vocês se sentem bem com o

seu corpo. Isso aí é uma forma de você fazer o Body positivity, você se sentir bem, né? Qualquer pessoa pode falar sobre isso independente do corpo. Agora a gordofobia já é um lugar totalmente diferente. Eu não tenho acesso às coisas.

Entretanto, é necessário estabelecer a distinção entre a pressão estética e a gordofobia, como colocado na amostra (4). Ressaltando-se ainda, conforme afirma Thais, a importância de movimentos que combatem a opressão que os corpos femininos sofrem, porém, denotando o lugar de fala de mulheres gordas no enfrentamento ao preconceito desse público.

5. A gente que trabalha como influencer, essas coisas, a gente também não vê em todos os lugares a pessoa gorda, você não vê. Você pode ter o número que for que ainda é restrito para você. Porque não pode, porque as pessoas confundem, gente eu não estou falando para as pessoas comerem não. Eu não estou falando sobre isso.

A partir do papel de *influencer* destacado a entrevistada ressalta a falta de representatividade de corpos gordos na mídia, vide amostra (5), corroborando com a visão de Grize (1990) de que é preciso agir com o interlocutor para modificar as representações previamente atribuídas, para esse fim é necessário a princípio estabelecer diálogo com o outro, como ocorre no episódio analisado do *podcast*.

6. Eu odeio esse termo “acima do peso”, é gorda. [...] Porque gordo era sinal de feiura, para mim não é, mas para muita gente falam ainda que ser gordo é feio. [...] Porque o gordo tem aquele estigma de ser preguiçoso, porco, feio, que não tem sucesso, que não arruma marido, não consegue ter filhos, não consegue ter nada.

O trecho discursivo (6) indica como o preconceito está inserido na linguagem, o termo “gordo” socialmente referido de forma pejorativa sendo substituído por expressões que amenizem seu sentido. Mas novamente sendo incorporado ao discurso de pessoas gordas e utilizado como uma expressão de aceitação e empoderamento, principalmente para desvincular-se socialmente ao seu peso denotativo negativo.

Além do exposto, é ainda ressaltado as conquistas alcançadas, como a existência de marcas de moda com numeração adequada, informando o público que tenha essa demanda não atendida pelo mercado e destacando uma problemática muitas vezes não percebida pelo restante da audiência. Isso é constatado a partir do exposto na amostra (7).

7. Tá mudando... Porém, a única loja que eu conheço que veste o meu tamanho, eu acho que duas, a Moda Liz e outra que não lembro agora o nome. Não tem. Tipo assim, que vai até o 70. A maioria vai até o 54, no máximo, estourando.

Ademais, ainda conforme Amossy (2018), é preciso construir relações novas não somente para si, mas para o outro também. Visto que, apesar do que afirma Tornero (2007) sobre atualmente as relações se estabelecerem principalmente no âmbito virtual, onde as redes sociais se pautam em atitudes valorativas que vão desde reações a comentários, a forma individual de se perceber no mundo e em relação a outrem não precisa ser pautada em engajamento ou comentários lidos na *timeline*, como aponta o trecho discursivo (8).

8. Sempre falo nos *stories* e na minha vida “já se olhou no espelho hoje?” porque muita gente não para nem para se olhar e é muito importante a gente se olhar. Às vezes a gente quer muito ficar olhando o que os outros tem e não olha o que a gente tem de especial. E a gente é especial.”

O trecho “já se olhou no espelho hoje?” propõe a reflexão sobre o excesso de consumo de conteúdos midiáticos que não geram identificação, e a importância de representatividade que questione isso e proponha que uma parcela do público olhe para o que “tem de especial”. Por fim, vale destacar que a adesão e pleno uso dos chamados *podcasts* permite debater e aprofundar as discussões que estão em efervescência de forma prática, adequando-se ao contexto de vida contemporânea. Reafirmando o que é colocado por Bakhtin (2003) de que ao dominar um gênero pode-se a partir de seu uso flexível refletir a identidade singular de quem o utiliza.

5. Considerações finais

Conclui-se a partir da presente pesquisa que o formato *podcast* é um gênero discursivo amplamente utilizado, o que possibilita que os temas tratados por meio dele possam ser difundidos entre um público diverso. Servindo assim para promover o debate sobre temas polêmicos ou angariar apoiadores em causas sociais.

Dito isso, foi possível observar como o discurso de combate a gordofobia foi constituído ao longo da entrevista analisada pautando-se na argumentação e visando promover adesão do público, seja em prol da conscientização ou da auto-aceitação, visto que o discurso promove também identificação com uma parcela da audiência carente de representatividade em espaços midiáticos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSY, Ruth. *A argumentação no discurso*. São Paulo: Contexto,

2018.

BAKHTIN, M. M. Gêneros discursivos. In: _____. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 261-306

CHARAUDEAU, P. *Le discours politique*. Paris: Vuibert, 2005. (Discurso político. Trad. de Fabiana Komesu; Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2006.)

_____. O que significa comunicação. *Ce que communiquer veut dire*. *Revue des Sciences Humaines*, n. 51, juin, 1995. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Cequcommuniquer-veut-dire.html>. Acesso em: 29 ago. 2022.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

GRIZE, Jean-Blaize. *Logique et langage*. Paris: Ophrys, 1990.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 2002.

SOUZA, V. C. S; GONÇALVES, J. P. Relações entre gordofobia e teoria histórico-cultural: interfaces com a educação. *ITINERARIUS REFLECTIVONIS*, v. 17. 2021, p. 1-18. Jataí: Universidade Federal de Jataí.

SILVA, Tiago. *Podcast: o que é e como fazer um de qualidade em 5 passos [+ exemplos]*. Florianópolis: Resultados Digitais, 2022. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/como-criar-umpcast/#:~:text=Podcast%20%C3%A9%20um%20conte%C3%BAdo%20em,para%20construir%20uma%20audi%C3%Aancia%20fiel>. Acesso em: 18 set. 2022.

TORNERO, J. M. P. O Desenvolvimento da Sociedade da informação: do paradigma da cultura de massas ao paradigma da cultura multimídia. In: _____. *Comunicação e Educação na Sociedade da Informação: novas linguagens e consciência crítica*. Porto: Porto Editora, 2007.

Outras fontes:

QUEM é Thais Carla, dançarina plus size que luta pelo direito das pessoas gordas e que venceu processo contra humorista por gordofobia. Bahia, 6 out. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2021/10/06/conheca-thais-carla-dancarina-plus-size-que-destaca-nas-redes->

Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos

sociais-com-luta-pelo-direito-das-pessoas-gordas.ghtml. Acesso em: 16 out. 2022.

THAIS Carla. Produção: Tata Estaniecki; Bruna Unzueta. *Youtube*: [s.n.], 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Lp4lwCAx9GM>. Acesso em: 18 set. 2022.