

431

**OBESIDADE E MÍDIA: O LADO SÚTIL DA INFORMAÇÃO.** Bianca S Alves, Livia E Surita, Vanessa Castelo Branco, Gabriela H Cibeira, Luciana Ritter, Flávia Felipe, Rogério Friedman (Departamento de Endocrinologia, Hospital de Clínicas de Porto Alegre, UFRGS)

A obesidade é um assunto que ganha destaque nos meios de comunicação de massa que orientam diversas formas de tratar o problema. A comunicação é uma arma poderosa considerando-se seu poder de manipulação de informações. A mídia pode criar e disseminar a representação de um padrão estético, gerando uma percepção negativa da obesidade. O objetivo do trabalho foi verificar se as mensagens veiculadas na mídia caracterizam discriminação e preconceito e dimensionar seus níveis. Para isso utilizou-se a Hermenêutica de Profundidade (John Thompson, 1999) para explorar os sentidos e significados de textos relacionados à obesidade. A coleta de informações se constituiu no exame de dois periódicos de maior circulação na cidade de Porto Alegre, *Correio do Povo* e *Zero Hora*, e das revistas de circulação nacional *Época*, *Isto é*, e *Veja*, no período de setembro de 2001 a julho de 2002 a fim de se poder contextualizar o problema, tentando descobrir como a obesidade e a discriminação são tratadas pelos meios de comunicação. Através da análise levantou-se as seguintes categorias: humilhação, padrão estético, auto estima, informação / orientação e discriminação, que subdivide-se em: sátira, impedimentos, preconceito e sofrimento. Observou-se que há uma forte representação social do indivíduo obeso como desclassificado, sem força de vontade, levando-o a ter baixa auto estima por estar fora dos padrões estéticos estabelecidos. Percebe-se que as mensagens da mídia impõem um estereótipo de beleza inatingível, responsabilizando e culpando o obeso pelo seu estado. Essa atitude de segregação e rechaço ao obeso reforça a desvalia percebida pelo mesmo. Conclui-se que a mídia estimula o padrão estético magro patológico, discriminando o gordo de uma maneira não sutil, com mensagens agressivas, persuasivas e pouco estimuladoras. Assim, verifica-se que, mesmo emagrecendo, o obeso arrasta por toda sua vida profissional, social e familiar o sentimento de desvalorização. (Fapergs).