temática
ISSN|1807-8931

Corpos gordos e antagonismo: uma análise da representação de mulheres gordas no filme "A Pequena Sereia"

Fat bodies and antagonism: an analysis of the representation of fat women on the movie "The Little Mermaid"

Ana Luiza da Silva BEZERRA[1]
Ana Paula BRAGAGLIA [2]

Resumo

Este artigo estuda a representação de mulheres gordas no filme da Disney "A Pequena Sereia" (1989). Como aparato teórico, adotou-se textos sobre narratologia, estereótipos, mídia e cotidiano, destacando-se ideias de Martín-Barbero (2015) sobre melodrama, a noção de estereótipos desenvolvida por Bragaglia, Martins e Dias (2017), valendo-se de Pereira (2002) e Jablonsky; Assmar; Rodrigues (2010), a conceituação de vida cotidiana de Heller (2016) e o conceito de cultura de mídia descrita por Kellner (2001). A análise foi feita, principalmente, a partir de análise de conteúdo das cenas da antagonista gorda Ursula e suas correspondências com estereótipos de gordos frequentemente utilizados na mídia. A pesquisa indica que o filme empregou estereótipos nocivos na construção da personagem, porém aspectos de seu comportamento relacionados à teatralidade e à autoconfiança escapam às definições e categorizações correntes dos estereótipos de pessoas gordas.

Palavras-chave: Estereótipos. Mulheres gordas. Mídia e Cotidiano. Melodrama.

Abstract

This article investigate the representation of fat women on the Disney movie "The Little Mermaid". Texts about narratology, stereotypes, media and daily life were used as theoretical apparatus, highlighting the ideas of Martín-Barbero (2015) about melodrama, the notion of stereotypes developed by Bragaglia, Martins e Dias (2017), through Pereira (2002) and Jablonsky; Assmar; Rodrigues (2010), the concept of daily life by Heller (2016) and the concept of media culture described by Kellner (2001). The analysis was made, mainly, from content analysis in the scenes of the fat antagonist

[1] Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (UFF). Membro do grupo de pesquisa ESC – Ética na Sociedade de Consumo e membro do LaPA – Laboratório de Pesquisas Aplicadas em Mídia e Cotidiano, do PPGMC/UFF.
E-mail: analuisilbez@gmail.com

[2] Professora doutora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense, nos Cursos de Graduação em Comunicação Social e Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC/UFF). Líder do grupo de pesquisa ESC – Ética na Sociedade de Consumo. E-mail: apbragaglia@yahoo.com.br

Ursula and its correspondence with fat people stereotypes commonly used by the media. The analysis indicates that the movie used harmful stereotypes on the development of the character, but certain aspects of her behavior related to her theatricality and self-confidence escape the definitions and current categorizations of fat people stereotypes.

Keywords: Stereotypes. Fat women. Media and Daily life. Melodrama.

Introdução

Os vilões e vilães dos filmes da The Walt Disney Company por vezes parecem cativar o público tanto quanto os heróis e heroínas de suas tramas. A empresa parece possuir plena consciência criativa e econômica deste fato, o que a leva a produzir filmes onde as bruxas são as grandes estrelas, como no caso do longa-metragem "Malévola" (STROMERG, 2014), ou criando linhas inteiras de produtos que estampam seus mais clássicos antagonistas, como no caso dos bens de consumo da marca Disney Villains. Uma das personagens mais populares desta linha de produtos culturais e de consumo é a bruxa Ursula (voz de Pat Carrol), a habitante das cavernas sombrias nas regiões limítrofes do Reino de Atlantis, local onde inicia a história do filme "A Pequena Sereia" (CLEMENTS, MUSKET, 1989). Diferentemente dos membros da corte do rei Tritão (voz por Kenneth Mars), Ursula não é nem um animal marinho e nem uma sereia tradicional, mas sim um ser metade cefalópode e metade humano. Ursula também não é esbelta e jovem como a protagonista Ariel (voz de Jodi Benson), tratando-se, antagonicamente, de uma personagem feminina gorda, de cabelos brancos e voz grave.

Este artigo visa entender como mulheres gordas foram representadas no filme "A Pequena Sereia" (CLEMENTS, MUSKET, 1989), a partir do desenvolvimento da personagem Ursula, a bruxa marinha. Este trabalho adota a perspectiva de acadêmicos e *gordativistas* ou *fat actvistis* (REIS, 2016) que "estão investidos na ideia de que 'gordo ou gorda' é uma identidade significante que afeta a experiência do indivíduo no mundo" (NASH, WARIN, 2014, p.70).

O filme é uma adaptação do conto de mesmo nome escrito pelo autor dinamarquês Hans Christian Andersen, originalmente criado em 1837. Na versão da Disney, vê-se a trajetória da sereia Ariel, a mais nova das filhas de Tritão (voz de Kenneth Mars), fascinada pelo mundo da superfície e que se apaixona pelo príncipe

humano Eric (voz de Christopher Daniel Barnes) após salvá-lo de um afogamento. O pai da princesa proíbe o relacionamento dos dois e ela, desolada, procura a bruxa marinha Ursula (voz de Pat Carrol). A vilã oferece um acordo para a princesa: ela fará uma poção que a torna humana por três dias. Porém, antes do pôr do sol do terceiro dia, Ariel e Eric precisam trocar um beijo de "amor verdadeiro". Se ele a beijar, a sereia se tornará humana permanentemente, e caso isso não aconteça, a alma de Ariel pertencerá à Ursula, que cultiva um jardim de almas em sua caverna. Mas, antes de assinarem o contrato, a bruxa exige como pagamento a voz da sereia. Ariel assina o contrato, se torna humana e Ursula guarda a voz em um pingente de concha mágico.

A seguir, os desdobramentos da análise desta obra.

A relação entre estereótipos e a vida cotidiana

Tanto a estética quanto a estrutura dramática deste filme se aproximam à do melodrama. Para Martín-Barbero (2015), a estética do melodrama, se comparada com as formas artísticas europeias mais tradicionais, se caracteriza pelos excessos. Segundo o autor, no melodrama "uma economia da linguagem verbal se põe a serviço de um espetáculo visual e sonoro onde primam a pantomima e a dança" (*Op. cit*., p.166). Estas características são evidentes no audiovisual em questão e, como exemplos, aponta-se diversos momentos cruciais do filme que foram números musicais, como a cena onde a princesa salva o príncipe e, enquanto ele ainda está desacordado, começa a cantar sua música-tema. Podemos citar também o momento em que Ursula convence Ariel a assinar o contrato mágico durante a canção "Pobres almas infelizes" ("Pobres corações tristes", na versão brasileira do filme).

Quanto à narrativa, Martín-Barbero (2015) acredita que o melodrama novamente privilegia o espetáculo em detrimento da complexidade. Para o autor, este gênero teatral gera duas operações: a "esquematização" e a "polarização". Sobre a primeira, ele afirma que:

> A *esquematização* é entendida pela maioria dos analistas em termos de "ausência de psicologia", os personagens são convertidos em signos e esvaziados do peso e da espessura das vidas humanas [...] (MARTÍN-BARBERO, 2015, p.168. Grifos do autor.).

Sobre a segunda, Martín-Barbero (2015) destaca:

> A *polarização* [...] [...] estaria, segundo Freud, na base de toda a obra de arte, carregando os personagens que são "objeto de identificação" com signo positivo e os personagens que são "objeto de projeção" com o signo negativo dos agressores (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 168. Grifos do autor.).

Se observarmos "A Pequena Sereia" tendo em mente o sistema organizacional da estrutura narrativa do melodrama descrito por Martín-Barbeiro (2015), podemos identificar com facilidade onde se encaixariam os personagens principais. Como vimos acima, a esquematização esvazia o melodrama de complexidade e a polarização permeia a narrativa com signos para assinalar com quem os autores das narrativas acreditam que o público deva se identificar e quem eles acreditam que o público deva rejeitar. Este jogo de simplificações coloca Ariel e Ursula em lados opostos, onde, utilizando os termos de Martín-Barbero (2015), a literal pequena sereia seria a "vítima" e a bruxa marinha seria o "traidor". Enquanto a primeira trata-se do epítome da inocência e, durante a maior parte do filme, da fragilidade, o traidor tem como função dramática "encurralar e maltratar a vítima" (*Op. cit.*, p.169).

Um dos mecanismos mais utilizados pelas empresas de mídia para atribuir símbolos negativos e positivos para suas personagens é o uso de estereótipos. Adotaremos aqui a definição de estereótipos desenvolvida por Bragaglia, Martins e Dias (2017), valendo-se das teorias de Pereira (2002) e Jablonski; Assmar; Rodrigues (2010), segundo a qual estereótipos são crenças sobre determinado grupo de pessoas que são massivamente compartilhadas e "que não se referem a uma visão sobre elas em particular, mas, sim, ao que se julga mais similar/repetido no grupo/coletividade ao qual elas pertencem" (BRAGAGLIA; MARTINS; DIAS, 2017, p. 118).

Os estereótipos podem ser de cunho aparentemente positivo, neutro ou diretamente depreciativo, mas todos acarretam em consequências nocivas para as pessoas estereotipadas, como generalizações falsas, podendo levar a preconceito frente a quem não se encaixa em certas características e a comportamentos discriminatórios (*Op. cit.*, 2017). No caso de obras de audiovisual que articulam estereótipos dentro de sua narrativa, a situação se agrava, pois a intensidade das imagens oferece materialidade para os estereótipos, ou seja, em bens culturais deste tipo "'a ideia mais obscura torna-se vívida'" (LIPPMANN, 2010, p. 93 apud BRAGAGLIA; MARTINS; DIAS, 2017, p.126).

Existem diversas circunstâncias que atuam na criação de um estereótipo, tais como a competição entre grupos rivais, a responsabilização desmedida de grupos minoritários por causa de determinada crise e a situação da "'profecia autorrealizadora'", onde um observador intimida o grupo estereotipado e este, por sua vez, é induzido a agir conforme é esperado dele pelo observador (JABLONSKY; ASSMAR; RODRIGUES, 2010 apud BRAGAGLIA; MARTINS; DIAS, 2017). Todas essas circunstâncias não são exceções, mas sim ocorrências habituais e cotidianas, ponto crucial para esta análise.

Segundo a autora marxista Agnes Heller, "a vida cotidiana é a vida de *todo* homem" (HELLER, 2016, s.p. Grifo da autora.). Esta afirmação indica que, para ela, nenhum homem, sem qualquer exceção, vive sua vida completamente sem uma cotidianidade. Porém, Heller afirma que a vida cotidiana se expande por todos os aspectos da vida de cada uma das pessoas, fazendo com que o homem atue na cotidianidade lidando com sua própria individualidade e sempre considerando as particularidades de cada acontecimento de seu dia-a-dia. Assim, o cotidiano seria tanto heterogêneo quanto hierárquico, onde as diversas esferas da vida demandam do indivíduo todas as suas "capacidades" e o contexto socioeconômico de cada um determina qual esfera é a mais importante do momento, impedindo aos homens de se desenvolverem por completo devido à falta de possibilidade e/ou ausência de tempo (HELLER, 2016).

A carência de oportunidades reais de desenvolvimento dos homens no cotidiano heterogêneo e hierárquico descrito por Agnes Heller se conecta com o tema estereótipos sob um ponto de vista crítico. Segundo João Freire Filho (2005 apud BRAGAGLIA; MARTINS; DIAS, 2017, p.121), estereótipos são também "'estratégias ideológicas de construção simbólica'" com objetivo de naturalizar e universalizar as condutas e identidades que se originam nas "'estruturas de dominação'". Sob esta perspectiva, estereótipos são ferramentas úteis para a legitimação da opressão de determinados grupos, o que muitas vezes resulta em sua exclusão e na falta de acesso a direitos fundamentais.

A falta de tempo que impede o desenvolvimento dos indivíduos no cotidiano, como já foi descrito, também tem uma conexão com a questão dos estereótipos. Nossas vidas, em especial no século XXI, são sobrecarregadas de informações. Logo, algumas

pessoas tendem a se resguardar através do emprego de estereótipos que, neste caso, "é frequentemente apenas um meio de simplificar/agilizar nossa visão de mundo" (JABLONSKI; ASSMAR; RODRIGUES, 2010, apud BRAGAGLIA; MARTINS; DIAS, 2017, p. 122). Porém, destacamos aqui que enquanto essa utilização de estereótipos não necessariamente tem o objetivo de dominação, como foi descrito por João Freire Filho (2005, apud BRAGAGLIA; MARTINS; DIAS, 2017), ela ainda assim privilegia a pressa e a prontidão frente à heterogeneidade do mundo, podendo de qualquer forma resultar em consequências prejudiciais para os grupos estereotipados e na reprodução e consolidação dos estereótipos desenvolvidos para justificar a subjugação de determinados indivíduos.

O papel da mídia no fortalecimento dos estereótipos

Nesta pesquisa ressaltamos que possíveis estereótipos que possam figurar em bens culturais com forte apelo visual, emocional e com ampla circulação pelo mundo, como no caso dos filmes Disney, têm o potencial de se tornarem crenças sólidas de difícil desconstrução. No ano de 2017, a empresa em questão gerou mais de 55 bilhões de dólares de receita e também foi classificada como a quarta companhia mais respeitável do mundo (DISNEY, s.d.)[3]. Logo, as mensagens que veicula e as formas como as compõem não devem ser desconsideradas frente a sua robustez econômica e os laços de confiabilidade que firmou com consumidores ao redor do globo.

Para determinados autores, o mercado da comunicação se tornou um dos pontos centrais do sistema capitalista de produção. Kellner (2001, p. 9) desenvolveu o conceito da "cultura da mídia", isto é "uma cultura comercial [na qual] seus produtos são mercadorias que tentam atrair o lucro privado produzido por empresas gigantescas que estão interessadas na acumulação de capital", lembrando, como ele mesmo destaca, o conceito de "indústria cultural" cunhado por Adorno e Horkheimer (2004), embora o pesquisador estadunidense registre ressalvas comuns e pertinentes a algumas reflexões da Escola de Frankfurt. Para Kellner (2001), essa cultura industrializada é um dos principais elementos de organização da vida cotidiana, ordenando o tempo, moldando valores e oferecendo os modelos de comportamentos sociais adequados. Segundo o

[3] Disponível em:< https://www.statista.com/topics/1824/disney/>. Acesso em: 22 de junho de 2019.

autor, esta "cultura da mídia ajuda a estabelecer a hegemonia de determinados grupos e projetos políticos. Produz representações que tentam induzir anuência a certas posições políticas [...]." (KELLNER, 2001, p.81). Por isso, para esse teórico, é essencial que a análise desta cultura seja feita sob uma perspectiva política.

De maneira similar, Bragaglia, Martins e Dias (2017) apontam para o potencial de socialização das mídias. Para elas, valendo-se de reflexões de Blisset e Brünzels (2006), estes canais massivos apresentam a suas audiências uma ideia de "normalidade", "isto é, do que é socialmente aceito como correto e permitido em uma dada cultura, facilitando a conformidade social" (BRAGAGLIA; MARTINS; DIAS, 2017, p. 136). Além disso, como vimos anteriormente com Martín-Barbero (2015), obras que adotam a estrutura narrativa do melodrama, como é o caso de "A Pequena Sereia" (CLEMENTS, MUSKET, 1989), se empenham tanto em assinalar o que é aceitável e justo, quanto o que é indigno e condenável.

Ressaltamos que, como já discutido, a estrutura de filmes como a animação da Disney tematizada aqui utilizam fortemente a operação da polarização maniqueísta (MARTÍN-BARBERO, 2015), onde signos conduzem o público a identificar quem são as personagens "boas" e as "malvadas", designando características estéticas opostas para elas.

Principais estereótipos de mulheres gordas

Acreditamos que seja importante para este trabalho definirmos o que seja a categoria "mulher gorda" antes de abordarmos os estereótipos tecidos para estas pessoas, os quais Bragaglia, Martins e Dias (2017) classificam como um dos tipos de "estereótipos estéticos". As vivências em um corpo gordo fizeram surgir um campo de estudos interdisciplinar que examina criticamente essas experiências chamado "*fat studies*. As pesquisas sob esta perspectiva partem, principalmente, de referenciais teóricos do feminismo interseccional, denotando que existe, no feminismo, um foco intenso também em estudos sobre mulheres gordas e suas vidas em sociedade. Esta corrente de pensamento busca se distanciar de definições essencialistas e deterministas, adotando concepções de que o gênero é (tradução nossa): "construído em relação a hábitos concretos, práticas e discursos ao mesmo tempo em que se reconhece a fluidez dessas categorias". (ALCOFF, 1988 apud NASH; WARIN, 2017, p.71).

Quando se trata da relevância da categoria "mulher gorda", este meio acadêmico e os ativistas que defendem processos de inclusão de pessoas gordas na sociedade (ou *gordativistas*) acreditam que o tamanho dos corpos é uma característica relevante de significação que pode causar desigualdades e exclusão em conjunção com outros atributos relativos à classe, gênero, sexualidade etc. (NASH; WARIN, 2017). Seguindo esta mesma linha de observações, Monteiro (2000 apud CARVALHO; MARTINS, 2004) ressalta que ganho de peso está intimamente relacionado às camadas da população com rendas mais baixas, demonstrando que a questão possui ramificações intricadas.

A insurgência de discursos normalizadores do corpo, como aquele do universo estético e da mídia, reforça a aparente associação entre mulheres (e o feminino em geral) e a beleza, diminuindo cada vez mais a tolerância aos desvios nos padrões estéticos socialmente construídos (NOVAES; VILHENA, 2003). Neste processo, crenças coletivas infundadas sobre mulheres gordas, ou estereótipos, se propagam de diversas maneiras, em especial pela mídia. Ressaltamos que este tipo de rotulação social não se restringe à atualidade ou às mulheres gordas, existindo casos documentados que antecedem o próprio cristianismo, como o estereótipo do "judeu gordo" (GILMAN, 2004). Porém, pela natureza do tema deste artigo, focaremos nossa exposição e análise nos estereótipos destinados a mulheres gordas.

Com o processo de transformação da concepção cultural de corpo, a gordura deixou de ser um aspecto de diferenciação e passou a ser um mecanismo de exclusão. Assim, segundo Fischler (1995 apud NOVAES; VILHENA, 2003), existem dois tipos de estereótipos básicos sobre pessoas gordas: os estereótipos de "obesos benignos" e os estereótipos de "obesos malignos". Para Fischler (1995 apud NOVAES; VILHENA, 2003), no primeiro grupo estão os estereótipos acerca dos gordos brincalhões e expansivos, aqueles que parecem querer se desculpar por sua fisicalidade através do bom humor. O segundo grupo reúne aquelas pessoas que "se negam a efetuar qualquer tipo de transição simbólica, com vistas a serem socialmente aceitas" (FISCHLER, 1995 apud NOVAES; VILHENA, 2003, p.21). Segundo este autor, aqui estariam agrupados os gordos com comportamento depressivo, onde seu corpo e humor refletiriam sua incapacidade de se adequar o seu corpo ao padrão.

Ressaltamos que existem outros estereótipos acerca de pessoas gordas, tanto aparentemente positivos quanto explicitamente negativos, que não se encaixam propriamente na divisão proposta acima pela qual características psicológicas das pessoas julgadas são centrais para sua classificação. São estereótipos "positivos", à primeira vista, sobre pessoas gordas o do "gordo forte", pelo qual força física equivaleria a volume de gordura (NOVAES; VILHENA, 2003), e o da "gorda maternal", que, com acanho e afetuosidade, está sempre pronta para ajudar o próximo. Como estereótipos explicitamente negativos, destaca-se o do "gordo desonesto", que associa uma aparente voracidade a um motivo para a pessoa gorda se aproveitar das pessoas (NOVAES; VILHENA, 2003).

A divisão proposta por Fischler (1995 apud NOVAES; VILHENA, 2003) enfatiza um elemento central para este artigo: o desprezo ao gordo pela incapacidade de seguir os padrões corporais impostos. Para Novaes e Vilhena (2003), existe uma regulação social incisiva sobre as mulheres onde ser bela é um dever e "não cultivar a beleza é falta de vaidade – um qualitativo depreciativo moral" (NOVAES; VILHENA, 2003, p.28). Este ponto nos leva de volta à Ursula, a bruxa marinha que vive em exílio e que não somente é gorda, mas tem muita confiança em seu corpo e pouco pudor ao exibi-lo.

"Não subestime a linguagem do corpo!": analisando o filme "A Pequena Sereia"

Valendo-se do método de análise de conteúdo (Gil, 1994), partimos para a observação de elementos retóricos na obra associados às noções de "obesos benignos" e "obesos malignos", de Fischler (1995), recém apresentadas. Para tanto, além destas categorias de análise, criamos outras duas: 1) Aspectos estético-corporais (que contemplam figurino, formato do corpo, voz, aparência de idade, estilo de cabelo, etc.), e 2) Aspectos comportamentais (englobando ações e visões de mundo vinculadas à personagem). A análise foi efetuada ao cruzar esses dois pares de categorias, classificando cada aspecto estético-corporal ou comportamental significativo para a pesquisa como tendo um potencial de transmitir uma imagem de "obeso benigno", mais associada a estereótipos depreciativos da pessoa gorda, ou, de "obeso maligno", mais atrelada a um viés contraestereotípico, por sugerir uma postura de

desconformidade/descaso com as normas por parte deste grupo. Apresenta-se, a seguir, as reflexões levantadas a partir desse olhar metodológico.

Na obra original de Hans Christian Andersen, a bruxa marinha é um personagem de inclinação moral neutra. A pequena sereia entra em contato com ela, as duas fazem o acordo mágico e a princesa vive as consequências do contrato pelo resto da narrativa (ANDERSEN, 2010). A Ursula do filme da Disney, por sua vez, ativamente busca a sereia para oferecer um arranjo que a própria audiência sabe desde o início só beneficiar a bruxa, pessoalmente se envolve no romance de Eric e Ariel para evitar que os dois se apaixonem e rouba a alma e a coroa do rei de Atlantis para chegar ao poder enquanto tenta matar todos os heróis no ápice do audiovisual. A *The Walt Disney Company* se esforçou em introduzir ao público uma personagem distintamente maléfica, traiçoeira e ambiciosa.

Todavia, o contexto da criação desta personagem da Disney gera peculiaridades que são importantes para o desenvolvimento deste artigo. Para os jornalistas Nicole Pasulka e Brian Ferree (2016), aspectos físicos e comportamentais da bruxa Ursula foram inspirados na *drag queen* Divine, alterego de Harris Glen Millstead. Divine era uma mulher gorda, com maquiagem excêntrica e cabelos volumosos que cantava e fazia piadas ousadas nos bares que realizavam shows de *drag queens* nos anos 1970 e 1980. Aos poucos, a performance da artista migrou dos palcos para o cinema e, como apontam Pasulka e Ferree (2016), Howard Ashman, produtor executivo de "A Pequena Sereia" (CLEMENTS, MUSKET, 1989), era fã do trabalho de Divine. Além disso, tanto a *drag queen* quanto o produtor da Disney, nasceram e cresceram na mesma cidade, e a influência das mulheres de lá não deve ser ignorada. Segundo a irmã de Ahsman, os trejeitos de Ursula "são uma coisa bem de Baltimore... essas são moças ousadas que lideram com seus peitos". (GILLESPIE, s.d. apud PASULKA, FERREE).

A impertinência e confiança de Ursula, herdadas da teatralidade *drag* e de mulheres que vivem suas vidas seguras de si são elementos cruciais para compreendermos a personagem. O momento da trama em que a audiência tem maior exposição à bruxa é durante a cena em que Ariel entra em sua caverna em busca de uma solução para a sua condição de sereia, que a impede de andar na terra e viver seu romance com Eric. O gestual de Ursula é expansivo e frequentemente a vemos colocar uma mão na cintura, circular por toda a área de sua caverna e se aproximar fisicamente

da princesa a ponto de deixá-la desconfortável. Seus tentáculos são utilizados como membros de locomoção, que se movem com a mesma leveza que a calda de Ariel nas profundezas do oceano.

A vilã é vaidosa e nos primeiros momentos de conversa com a princesa ela passa retocando sua maquiagem e ajeitando seu cabelo na frente de um espelho. As cores associadas à Ursula formam uma paleta comum a diversos outros antagonistas da Disney: preto, roxo e vermelho são os destaques. Seu figurino, porém, difere de forma drástica das golas altas de outros vilões e apresenta uma espécie de vestido que deixa suas costas expostas. Apesar do visual de Ursula ser importante, a personalidade da personagem é revelada também por suas palavras. Como já dito, a exposição do contrato entre Ursula e Ariel é acompanhada da música "Pobres almas infelizes", momento em que a bruxa revela que sua função é auxiliar "Pobres almas sem ninguém para ajudá-las". A narrativa explicita ao público que a personagem se aproveita da vulnerabilidade dos outros, enquanto a protagonista é ingênua e desesperada.

Na canção, Ursula alega, com uma expressão debochada, que seus dias de maldades estão no passado e que hoje sua missão é ajudar "os miseráveis, solitários e depressivos", pessoas que ela chama, em tom baixo para seus capangas, de "patéticos". Para ilustrar seus serviços à Ariel, ela evoca uma imagem com sua magia de clientes antigos seus. Um deles é uma sereia gorda que gostaria de emagrecer, o outro é um personagem esguio que gostaria de uma namorada e, num passe de mágica, os dois ficam convencionalmente belos e viram um casal. Porém, Ursula avisa Ariel diretamente que aqueles que não puderam pagar o preço cobrado pela bruxa, como no caso desse casal, sofreram as consequências.

Após explicar os termos do contrato para a princesa e informar que o preço a ser pago seria a voz dela, a bruxa assegura que esse não será um impeditivo para a relação entre Ariel e Eric, afinal, ela ainda "terá sua aparência, seu rosto bonito. E não subestime a importância da linguagem corporal". Neste momento, a vilã fala com Ariel enquanto dança voluptuosamente pela caverna, exibindo seu próprio corpo com confiança. Ela continua informando a sereia sobre como funcionam os relacionamentos na superfície e afirma que "ainda na terra é preferível que as moças não falem nenhuma palavra".

Como vimos acima, existe uma série de características estéticas e narrativas que, polarizam (MARTÍN-BARBERO, 2015) Ariel e Ursula em lados opostos da trama, porém, gostaríamos de concentrar esse momento da análise no uso de estereótipos sobre a mulher gorda que podem ser observados na descrição feita acima. Se utilizarmos a divisão proposta por Fischler (1995 apud NOVAES; VILHENA, 2003) entre estereótipos de "obesos benignos" e de "obesos malignos", Ursula, sem dúvida, se encaixa na segunda categoria, pois, como pode ser observado, em nenhum momento ela dá a entender que precisa se desculpar por seu corpo. Porém, ela não apresenta o comportamento depressivo que Fischler (1995 apud NOVAES; VILHENA, 2003) afirma ser necessário para integrar este grupo. Pelo contrário, a personagem é autoconfiante, vaidosa e bem humorada.

Outro comportamento de Ursula relevante ao estereótipo descrito acima, é demonstrado quando ela fala sobre seus clientes antigos, em especial a sereia gorda que desejava ser magra. Ursula compreende o sentimento de desconformidade da personagem, porém, ela explora seus desejos de adequação à norma com escárnio. E se olharmos a relação dela com a pequena sereia, novamente o que surge é a vontade de integrar um mundo que lhe exclui devido a sua corporeidade. Por conseguinte, a personagem não somente se recusa a entrar em um padrão, mas também acredita que aqueles que sofrem por sua exclusão são, em suas palavras, "patéticos".

A aversão por padrões sociais impostos que é observado em Ursula não parte de uma falta de compreensão de como a sociedade funciona. Como vimos anteriormente, a bruxa aponta para Ariel que "no mundo superfície", o papel da mulher é de silêncio e submissão. E também, no momento da trama que ela se transforma na bela humana Vanessa para atrapalhar o romance da protagonista com o príncipe, Ursula tem consciência que sua aparência física não seria aceita entre as pessoas do reino. Ela entende a lógica de exclusão e, nesse ponto, é importante assinalar que em nenhum momento da trama é dito o motivo da personagem viver exilada às margens do reino: a audiência tem apenas a comunicação visual do filme para entender que sua expulsão de Atlantis foi justa. Enquanto isso, as imagens da trama se esforçam em associar o corpo de Ursula a seus atos maléficos. No ápice do filme, a vilã se torna um ser gigante e enfurecido enquanto os heróis da trama a observam em um ângulo *contra-plongée* que acentua as curvas de seu corpo.

A bruxa não é a única mulher gorda da trama. Existem, por exemplo, a antiga cliente de Ursula e uma das empregadas do castelo de Eric. Porém, sobre elas, são empregados outros estereótipos, como o da "gorda maternal". Ursula, contudo, ganha um destaque não somente por ser a antagonista da história, mas pela relação que estabelece com seu corpo e as normas sociais daquele universo.

Para Pasulka e Ferree (2016), a popularidade da personagem entre os fãs, como apontamos no início deste artigo, pode ser explicada porque a bruxa quebra expectativas de como uma pessoa gorda deva agir. É importante considerarmos o contexto de criação da vilã e lembrarmos que a quebra de expectativas e o escárnio com as normas sociais também são características do universo *drag queen* que influenciou a origem de Ursula. É neste ponto que talvez resida o lado contraestereotípico da personagem: por mais que a narrativa busque associar o corpo da bruxa marinha à sua maledicência, "neste caso a má natureza é também libertadora" (PASULKA; FERREE, 2018), podendo levar a um efeito de sentido diferente da inferiorização da mulher gorda, por transmitir uma ideia de não submissão.

Considerações finais

Este artigo buscou investigar como se deu a representação de mulheres gordas no filme "A Pequena Sereia" (CLEMENTS, MUSKET, 1989), focando a personagem bruxa Ursula. Vimos que diversos estereótipos foram utilizados para caracterizar a personagem e observamos também que a mídia, o cotidiano e os discursos normalizadores têm um papel fundamental na consolidação das crenças que relacionam aparência física à boa ou má índole.

A análise apontou para a influência do universo *drag queen* no desenvolvimento da personagem em questão e identificou que apesar da trama utilizar a fisicalidade da bruxa marinha como um indício de sua maldade, Ursula escapa das definições correntes de estereótipo de mulheres gordas, em especial do estereótipo de "obesos malignos" de Fishler (1995 apud NOVAES; VILHENA, 2003). Isso porque, por exemplo, a bruxa despreza a vontade de certos indivíduos de se adequarem às normas e se aproveita dessa insegurança para explorar outros seres marinhos.

Apesar de restringirmos esse artigo ao campo do audiovisual, uma trajetória interessante futuramente seria explorar os pontos de encontro das identidades LGBTQI+ com o *gordativismo* (REIS, 2016), já que o primeiro grupo tem muitos rituais e subculturas ligados à estética, como no caso dos shows de *drag queen.* Outro tema interessante a ser desenvolvido são aqueles em torno prática de *queercoding* (MARTINEZ, 2015) dos vilões e vilãs de desenhos animados infantis. Tal abordagem consiste em apresentar antagonistas de bens culturais voltados para crianças com características facilmente associadas às identidades LGBTQI+, podendo causar a consolidação de estereótipos negativos sobre este grupo.

Como conclusão geral, nota-se uma vez mais o potencial de segregação da mídia através do emprego de estereótipos. Paralelamente, contudo, vê-se a possibilidade de, também através dela, contribuir para a sua superação, ainda mais quando se trata de produtos direcionados a crianças, as quais apresentam valores e ideias ainda em formação. Para este feito, no entanto, outros campos formadores de opinião devem agir conjuntamente à mídia, como, por exemplo, a medicina e a nutrição no caso específico do combate à gordofobia de que trata este estudo.

Referências

ANDERSEN, Hans Christian. A Pequena Sereia. In: ANDERSEN, Hans Christian. **Contos de Fadas de Perrault, Grimm, Andersen e outros**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2010, [s.p.].

A PEQUENA Sereia. Direção: Ron Clements e John Musker. Produção: Howard Ashman, Maureen Donleys e John Musker. Intérpretes: Jodi Benson; Christopher D. Barnes; Pat Carrol; Samuel E. Wright; Jason Marin; Kenneth Mars e outros. Roteiro: Ron Clements e John Musker. Estados Unidos: Walt Disney Pictures e Silver Screen Partners IV. 1989. 83 min, son., color., 35 mm.

BLISSET, Luther; BRÜNZELS, Sonja. **Manual de guerrilla de la comunicación**. 3. ed. Virus Editorial: Barcelona, 2006.

BRAGAGLIA, Ana Paula; MARTINS, Ingrid Shumann Seabra; DIAS, Julia Santos Rodrigues. Publicidade e Estereótipos. In: BRAGAGLIA, Ana Paula (Org.). **Ética na Publicidade**: Por Uma Nova Sociedade de Consumo. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017. p. 117-200.

CARVALHO, Maria Cláudia; MARTINS, André. A obesidade como objeto complexo: uma abordagem filosófico-conceitual. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 4, p. 1003-1012, 2004.

DISNEY - Statistics & Facts. [s.l., s.d.]. Disponível em:< https://www.statista.com/topics/1824/disney/>. Acesso em: 01 de ago. de 2018.

DISNEY Villains. [s.l., s.d.]. Disponível em:< https://www.shopdisney.com/movies-shows/disney/disney-villains>. Acesso em: 22 jun. 2019.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GILMAN, Sander L. Obesidade como deficiência: o caso dos judeus. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 1, n. 23, p.329-353, 2004.

HELLER, Agnes. **O Cotidiano e a história**. São Paulo: Paz e Terra, 2016a. s.p.

JABLONSKI, Bernardo; ASSMAR, Eveline Maria Leal; RODRIGUES, Aroldo. *Psicologia Social*. 28. ed. Petrópolis: Rio de Janeiro, Vozes, 2010.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001. p. 75-122.

MALÉVOLA. Direção: Robert Stromberg. Produção: Joe Roth, Sarah Bradshaw, Don Hahn, Angelina Jolie e outros. Intérpretes: Angelina Jolie, Elle Fanning, Brenton Thwaites, Kenneth Cranham, Isobelle Molloy e outros. Roteiro: Linda Woolverton. Estados Unidos: Roth Films e Walt Disney Pictures. 2014. 97 min, son., color., 35mm.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015. p. 148-172.

MARTINEZ, Ren. **Fabulously Fiendish**: Disney Villains and Queer-Coding. 2015. Disponível em:< http://www.marginsmagazine.com/2015/12/18/fabulously-fiendish-disney-villains-and-queer-coding/>. Acesso em: 18 de ago. de 2018.

NASH, Meredith; WARIN, Megan. Squeezed between identity politics and intersectionality: A critique of 'thin privilege' in Fat Studies. In: **Feminist Theory**, Adelaide, v. 18, n. 1, p. 69-87, 2017.

NOVAES, Joana V; VILHENA, Junia de. De Cinderela a Moura Torta: sobre a relação mulher, beleza e feiúra. In: **Interações**, São Paulo, v. 8, n. 15, p. 9-36, 2003.

PASULKA, Nicole; FERREE, Brian. **Unearthing the Sea Witch**. 2016. Disponível em:< https://hazlitt.net/longreads/unearthing-sea-witch>. Acesso em: 22 jun. 2019.

PEREIRA, Marcos Emanoel. **Psicologia social dos estereótipos**. São Paulo: EPU, 2002.

REIS, Bee. **O que é gordativismo ou sobre o movimento gordista**. 2016. Disponível em:<https://medium.com/gordativismo/esse-blog-%C3%A9-a-extens%C3%A3o-de-um-grupo-secreto-de-pessoas-incr%C3%ADveis-reunidas-para-debater-um-movimento-6f57f3468506>. Acesso em: 22 jun. 2019.