

A comunicação radiofônica sob a ótica das epistemologias plurais: representações sobre o padrão de beleza contemporâneo no *podcast Café da Manhã*

Radio Communication through the Lens of Plural Epistemologies: representations of the Contemporary Beauty Standard in the Café da Manhã Podcast

La comunicación radiofónica desde la óptica de las epistemologías plurales: representaciones sobre el canon de belleza contemporáneo en el pódcast Café da Manhã

Dayana Cristina Barboza Carneiro

Resumo

Objetivamos, por meio deste trabalho, investigar como a comunicação radiofônica pode atuar na (re)construção das representações sobre o padrão de beleza contemporâneo, contribuindo para uma reflexão crítica sobre o tema. Como objeto empírico, elegemos um episódio do *podcast Café da Manhã*, que aborda o desfile da *Victoria's Secrets*, realizado em 2024. Nos ancoramos na perspectiva das epistemologias plurais e adotamos como dispositivo teórico-metodológico a interseccionalidade. Partimos do entendimento do ideal

>> Como citar este texto:

CARNEIRO, Dayana Cristina Barboza. A comunicação radiofônica sob a ótica das epistemologias plurais: representações sobre o padrão de beleza contemporâneo no *podcast Café da Manhã*. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 16, n. 03, p. 52-77, set./dez. 2025.

Sobre a autoria

Dayana Cristina Barboza
Carneiro

dayanab@ufop.edu.br

<https://orcid.org/0000-0002-5503-9776>

Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Mestra em Comunicação pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Professora no IEC PUC-Minas. Integrante do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor/UFOP), do Grupo de Estudos Comunicação e Epistemologias Feministas (GECEF/UFOP) e do Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS/UFMG).

de beleza a partir de quatro valores fundamentais: a saúde, a magreza, a branquitude e a juventude. Para análise, acionamos a Metodologia Holofote, iluminando três eixos narrativos principais: o padrão de beleza, a moda e a interseccionalidade. É possível depreender que o *podcast* concebe o ideal de beleza atual como excludente, dando relevo ao papel da moda e aos atravessamentos interseccionais que estabelecem os lugares de (in)visibilidade a determinadas corporalidades.

Palavras-chave: Comunicação radiofônica; Epistemologias plurais; Padrão de beleza; Interseccionalidade; *Podcast Café da Manhã*.

Abstract

This study aims to investigate how radio communication can contribute to the (re)construction of representations of the contemporary beauty standard, fostering critical reflection on the topic. As the empirical object, we selected an episode of the *Café da Manhã* podcast that discusses the 2024 Victoria's Secret fashion show. Our analysis is grounded in the perspective of plural epistemologies, and we adopt intersectionality as our theoretical-methodological framework. We understand the beauty ideal through four fundamental values: health, thinness, whiteness, and youth. For the analysis, we employ the Spotlight Methodology, which allows us to illuminate three main narrative axes: the beauty standard, fashion, and intersectionality. The findings suggest that the podcast portrays the current beauty ideal as exclusionary, highlighting the role of fashion and the intersectional dynamics that shape the (in)visibility of certain bodies.

Keywords: Radio communication; Plural epistemologies; Beauty standard; Intersectionality; *Café da Manhã* podcast.

Resumen

El objetivo de este trabajo es investigar cómo la comunicación radiofónica puede actuar en la (re)construcción de las representaciones sobre el canon de belleza contemporáneo, contribuyendo a una reflexión crítica sobre el tema. Como objeto empírico, elegimos un episodio del *podcast* *Café da Manhã* que aborda el desfile de Victoria's Secret realizado en 2024. Nos sustentamos en la perspectiva de las epistemologías plurales y adoptamos la interseccionalidad como dispositivo teórico-metodológico. Partimos de la comprensión del ideal de belleza a partir de cuatro valores fundamentales: salud, delgadez, blanquitud

y juventud. Para el análisis, empleamos la Metodología Reflector, con la cual iluminamos tres ejes narrativos principales: el canon de

belleza, la moda y la interseccionalidad. Es posible inferir que el pódcast concibe el ideal de belleza actual como excluyente, destacando el papel de la moda y los atravesamientos interseccionales que configuran los lugares de (in)visibilidad de determinadas corporalidades.

Palabras clave: Comunicación radiofónica; Epistemologías plurales; Canon de belleza; Interseccionalidad; Pódcast *Café da Manhã*.

Introdução

Nesta pesquisa, investigamos como a comunicação radiofônica pode atuar na (re)construção das representações sobre o padrão de beleza contemporâneo, fomentando uma reflexão crítica sobre a temática. Para isso, lançamos o nosso olhar - e a nossa escuta - para o episódio “A diversidade na moda saiu de moda?”, do *podcast Café da Manhã*, de 18 de outubro de 2024.

O *podcast Café da Manhã* estreou em 2019 e é produzido pela *Folha*, em parceria com a plataforma de *streaming Spotify*, sendo um dos títulos da sua editoria de *podcasts*. Com a chamada “Levante da cama com notícias e análises quentinhas no *Café da Manhã*, o *podcast* mais importante do seu dia”, o programa ocupa o sexto lugar entre os *podcasts* mais ouvidos no Brasil em 2024 (*Spotify*, 2024, n/p). Os episódios são disponibilizados de segunda a sexta-feira, sempre no começo do dia, a partir das 6h (horário de Brasília).

Com uma linguagem “leve e simples”, como o próprio *podcast* se apresenta, são abordados temas como política, economia, ciência, cultura e assuntos relevantes que estejam em destaque, no Brasil e no mundo. Holanda (2024) inscreve essa produção em um formato jornalístico “[...] ao propor discussões, investigações, entrevistas, comentários, entre outros tipos de publicações do gênero” (Holanda, 2024, p. 22).

No episódio objeto de nossa análise, o *podcast* discute o desfile de moda promovido pela marca estadunidense *Victoria’s Secret* no dia 15 de outubro de 2024. Após seis anos sem apresentações, a marca produziu o evento com a presença de modelos importantes, como Tyra Banks, Gigi Hadid e a brasileira

Adriana Lima. Como contam os apresentadores, a *Victoria's Secret* já vinha sofrendo pressão pública que cobrava uma maior diversidade na escolha das *angels*, modelos-estrelas que representam a marca e protagonizam os desfiles vestindo lingerie de luxo.

“Até a pausa, em 2018, a empresa vinha sendo criticada pela falta de diversidade; no *Fashion Show* da volta, quis vender uma cara inclusiva, com mulheres gordas, negras, transexuais e mais velhas” (*Café da Manhã*, 2024). As reverberações sobre o desfile foram marcadas por celebrações pelo retorno da marca e críticas veementes à falta de diversidade corporal. A entrevistada do *Café da Manhã* é a Profa. Dra. Aliana Barbosa Aires, docente da Universidade Federal do Piauí (UFPI), na área de Teoria da Moda e Comunicação no Departamento de Design de Moda. Aires construiu a sua trajetória acadêmica voltada aos estudos de moda, comunicação, corporalidades, diversidade e suas interfaces.

Com base nessa caracterização, olhamos para o *podcast Café da Manhã* considerando o processo de (re)construção das representações com base na perspectiva dos Estudos Culturais. Por meio da linguagem - que não é neutra ou natural - os sujeitos constroem sentidos compartilhados sobre o mundo: as representações (Hall, 2016).

Uma das características fundamentais das representações é a sua capacidade de transfiguração. Isso ocorre porque as representações que compartilhamos socialmente não existem *a priori*, mas são construídas culturalmente, em diálogo com a sociedade em que se inscrevem (França, 2004). É nesse contexto que a comunicação radiofônica também pode atuar no processo de ressignificação e/ou problematização das representações hegemônicas.

Escutar rádio é construir mentalmente corpos, rostos, lugares, emoções; é participar de uma articulação sonora que mobiliza afetos e saberes. Mas toda imagem é também escolha: se o rádio forma imagens, é preciso perguntar quais ele produz e quais ele interdita. Quais vozes são autorizadas a ocupar os microfones e quais são mantidas nas margens do espectro sonoro? Que mundo é possível imaginar quando as vozes negras e dissidentes são silenciadas ou transformadas em ruído? Ao mesmo

tempo em que cria vínculos, o rádio também os nega. É nesse duplo movimento que se revela como um território de disputa simbólica, política e epistêmica (Andrade, 2025a, p. 10).

A nossa visada para o objeto se ancora na proposta das epistemologias plurais no contexto da mídia sonora (Lopez; Betti; Freire, 2024) e, de modo específico, na interseccionalidade (Crenshaw, 2002; Carrera, 2021a, 2021b; Akotirene, 2021; Collins; Bilge, 2021). Buscamos problematizar como os atravessamentos confluem na conformação das opressões de grupos minorizados, como é o caso de pessoas gordas, negras e velhas - todas distantes do padrão de beleza - combatendo, assim, processos de silenciamentos (Lopez; Betti; Freire, 2024).

Em consonância com Carneiro (2024), compreendemos o ideal de beleza por meio de quatro valores essenciais: a saúde, a magreza, a branquitude e a juventude. Propomos um movimento de análise exploratório e de cunho qualitativo. Para isso, acionamos a Metodologia Holofote (Carneiro, 2024), a partir de três eixos narrativos principais: o padrão de beleza, a moda e a interseccionalidade. Os achados da pesquisa demonstram que as representações sobre o padrão de beleza, construídas por meio do *podcast*, evidenciam esse ideal como excludente, marcado principalmente pela magreza, e construído em diálogo com a moda. Nesse processo, os atravessamentos interseccionais estabelecem os lugares de (in)visibilidade a determinadas corporalidades.

Epistemologias plurais e interseccionalidade: a escuta das vozes silenciadas

As epistemologias plurais (Lopez, Betti e Freire, 2024) emergem em um contexto de reflexão crítica sobre a prática e a produção acadêmica no âmbito dos estudos radiofônicos. O quadro indica pouca diversidade epistemológica, principalmente, no que se refere às questões de raça e as demais interseccionalidades. Diante desse cenário, essa perspectiva vislumbra uma mudança de rota que questiona a hegemonia dos saberes eurocêntricos,

desvelando o modo como, historicamente, as estruturas de poder e as opressões também conformam as construções da linguagem radiofônica (Lopez; Betti; Freire, 2024).

Lopez, Betti e Freire (2025) ressaltam que a adoção de uma visada plural não está relacionada à diversificação das temáticas ou dos objetos de estudo do campo. Também não deve ser vista como uma vinculação superficial ao discurso em voga ou como uma tentativa de impor uma determinada agenda de pesquisa no âmbito dos estudos radiofônicos. Trata-se de uma concepção, uma ótica, que vai fazer incidir sobre diferentes objetos empíricos, as “lentes plurais”.

A adoção de epistemologias plurais permite que o rádio e os estudos radiofônicos construam uma abordagem que compreenda os sujeitos, suas experiências e a necessidade de questionar entendimentos cristalizados no âmbito científico ocidental, abrindo-se a perspectivas de múltiplas origens que buscam reformular papéis e narrativas e combater os silêncios construídos sobre uma visão singular do fenômeno (Lopez; Betti; Freire, 2025, p. 114, tradução nossa).¹

Como explicam os autores, evidencia-se, portanto, a necessidade do reconhecimento sobre o modo como o conhecimento científico é historicamente estruturado em alinhamento com as estruturas de poder, personificadas na imagem do homem, branco e proprietário. Tal configuração, leva à construção de narrativas únicas - contando apenas um lado da história - que não acolhem as diferentes experiências diversas, especialmente quando falamos sobre os grupos socialmente minorizados.

Por isso, os estudos de rádio não devem prescindir de uma visada plural, acolhendo perspectivas feministas, africanas, latinoamericanas, entre outras, sem também negligenciar as intersecções. Abrir mão dessa escuta é

1 No original: “La adopción de epistemologías plurales permite a la radio y a los estudios radiofónicos construir un enfoque que comprenda a los sujetos, sus experiencias y la necesidad de cuestionar comprensiones cristalizadas en la organización científica occidental, abriéndose a miradas de múltiples orígenes que buscan reformar protagonismos, relatos y combatir silencios construidos sobre una mirada singular del fenómeno. Esta perspectiva plural también permite comprender cómo las interseccionalidades se inscriben en la radio, en los estudios radiofónicos y, sobre todo, en las condiciones de los sujetos plurales de esta vida académica”.

desconsiderar experiências diversas que estão diretamente relacionadas ao fenômeno, à sua história e, conseqüentemente, ao papel que ele desempenha na sociedade brasileira (Lopez; Betti; Freire, 2025).

Esse ponto de vista encontra ressonância no trabalho de Andrade (2025a), que parte de um cenário de escassez nos estudos brasileiros que abordam as interfaces entre rádio, raça e jornalismo. Diante dessa realidade, a autora propõe uma reorientação crítica dos estudos radiofônicos que reconheça a importância da diversidade e ofereça protagonismo às vozes de grupos historicamente silenciados, apontando a interseccionalidade como um caminho possível.

A interseccionalidade, conceito cunhado pela ativista dos Direitos Humanos e feminista estadunidense, Kimberlé Crenshaw, em 1989, estabelece uma compreensão sobre diferentes eixos de opressão em um arranjo entrecruzado. Reconhecendo a heterogeneidade e a complexidade do entendimento e do uso da interseccionalidade, Collins e Bilge (2021) apresentam a seguinte definição:

A interseccionalidade investiga como as relações interseccionais de poder influenciam as relações sociais em sociedades marcadas pela diversidade, bem como as experiências individuais cotidianas. Como ferramenta analítica, a interseccionalidade considera que as categorias de raça, classe, gênero, sexualidade, nacionalidade, capacidade, etnia e faixa etária - entre outras - são inter-relacionadas e se afetam mutuamente. A interseccionalidade é uma forma de entender e explicar a complexidade do mundo, das pessoas e das experiências humanas (Collins; Bilge, 2021, p. 244-245).

Dessa maneira, interessa pensar nas dinâmicas de sujeição a partir dos seus atravessamentos e não de uma forma individualizada. Para isso, é preciso desconstruir a concepção de uma hierarquização entre as opressões, já que elas são resultados de um arranjo com diferentes implicações históricas, sociais e culturais (Lorde, 2019). Essa conformação vai determinar a maneira como o preconceito é experienciado por cada sujeito e o modo como compõe a estrutura societária (Carrera, 2021a).

No terreno dos estudos radiofônicos, a partir da análise de produções de eventos de associações científicas, Lopez *et al.* (2025), observam que a

utilização do termo “interseccionalidade” ainda é recente e que o seu acionamento está principalmente vinculado a uma abordagem teórica-conceitual. O cenário reforça a pertinência da adoção dessa perspectiva que, conforme Lopez, Betti e Freire (2024), se apresenta como uma forma de construir um conhecimento que não se estrutura a partir de uma visada isolada e reducionista das opressões. “O rádio, então, pode ser entendido como um fenômeno que chama por um pensamento interseccional” (Lopez; Betti; Freire, 2024, p. 8).

Na mesma linha, Andrade (2025b) chama a atenção para o modo como a interseccionalidade oferece instrumentos teórico-metodológicos para compreender as dinâmicas de opressão e privilégio que conformam as narrativas sonoras. É preciso, então, questionar os processos de estereotipagem, as vozes protagonistas e os interesses ideológicos, presentes em um cenário de plataformização e de concentração do mercado.

A chave epistemológica da interseccionalidade no jornalismo sonoro brasileiro permite que se observe, por exemplo, como as narrativas radiofônicas sobre as periferias, as mulheres, e os povos indígenas estão frequentemente permeadas por estereótipos ou invisibilidade. A análise interseccional permite também perceber como os vieses ideológicos presentes nas estruturas de poder e nos grandes conglomerados midiáticos contribuem para a exclusão dessas vozes, seja por falta de acesso à produção, seja pela distorção das suas experiências (Andrade, 2025b, p. 7).

A apropriação dessa chave epistemológica também demanda uma escuta atenta do objeto de pesquisa. A visão complexa das estruturas sociais - e dos atravessamentos entre os eixos de subordinação - é condição *sine qua non* para o desenvolvimento de uma pesquisa interseccional. No entanto, cada investigação vai determinar uma apropriação singular, dando ênfase a determinadas opressões e seus entrecruzamentos, a depender da temática. No caso deste trabalho, por exemplo, em que refletimos a respeito das representações sobre o padrão de beleza contemporâneo, determinadas avenidas de subordinação são colocadas em primeiro plano, como o peso, a raça e a idade, conforme discutiremos no tópico seguinte.

Moda e beleza: valores fundamentais do padrão corporal contemporâneo

Ao longo do tempo, as representações sobre a beleza sofreram transmutações em diálogo com o contexto sócio-cultural e econômico de cada sociedade (Vigarello, 2006; Flor, 2009; Eco, 2013; Sant'anna, 2014). Isto é, o que concebemos como belo, em cada período histórico, é forjado em diálogo com os valores sociais compartilhados naquela época.

A moda, como fenômeno também construído no âmbito social e cultural (Crane, 2006), tem um papel fundamental na construção do ideário da beleza. Aires (2019), com base em Foucault, analisa como a indústria da moda, principalmente alinhada à mídia, se configura como um dispositivo disciplinar das corporalidades, constituindo o ideal de beleza.

O corpo ideal da moda é uma construção cultural que mudou ao longo da história para enfatizar diferentes formas e proporções, assim a moda elegeu, em cada época, uma forma física a ser considerada como ideal de beleza, desse modo, contribuiu tanto para a marginalização quanto para a celebração de certos tipos de corpos em nossa cultura. A indústria da moda tratou o corpo, particularmente o corpo feminino, como algo maleável, algo que pode ser moldado e modificado com o corte de uma peça de roupa, com roupas íntimas que esculpem as formas, dieta, exercícios e até cirurgias plásticas, dependendo do período (Aires, 2019, p. 97).

Na contemporaneidade, é possível conceber o padrão de beleza a partir de quatro pilares fundamentais, como propõe Carneiro (2024): a saúde, a branquitude, a juventude e a magreza. A saúde, aqui colocada como valor, está relacionada à aparência (Lima, 2021) e é definida a partir de uma lógica capitalista e meritocrática do culto ao corpo. Ou seja, mais do que estar, de fato, saudável, é importante ostentar um certo tipo físico que, lido moralmente, expressa um ideal de saúde.

No que se refere à branquitude, ela se faz presente como um valor edificador do ideal de beleza contemporâneo que deriva da própria conformação da estrutura social racista, desvelando o atravessamento interseccional da raça

e os processos de hierarquização das corporalidades. Ao definir a juventude como valor fundamental do padrão de beleza dá-se relevo ao modo como os caminhos tomados pela sociedade, somados aos avanços científicos e tecnológicos, levaram ao entendimento de que o envelhecimento é um processo controlável e indesejável.

Como explica Sant'anna (2014), envelhecer torna-se, assim, uma escolha que pode ser evitada ou, ao menos, amenizada: algo facultativo, especialmente quando falamos sobre as mulheres. A dinâmica dá relevo ao etarismo como opressão forjada, também, em atravessamento com as questões de gênero e de classe. Isso porque são as mulheres as que mais aderem aos processos de “combate ao envelhecimento” e estes demandam um investimento que não é acessível a todas as pessoas.

A magreza, como valor social, fomenta, ao mesmo tempo, dois processos distintos de exclusão: a gordofobia e a pressão estética. Diferentes autoras (Jimenez-Jimenez, 2020; Arruda, 2021; Lima, 2021; Pilger, 2021) demonstram como a gordofobia se impõe de maneira estrutural. A opressão exclui as pessoas gordas, destituindo-as de direitos, fazendo com que elas sejam vistas como hierarquicamente inferiores, dotadas de características indesejáveis e preteridas em espaços de visibilidade e poder. Já a pressão estética não se restringe apenas às pessoas gordas. Ou seja, por mais que, em muitos aspectos, o sujeito atenda aos requisitos do que é considerado belo, provavelmente, em algum momento, ele terá uma característica identificada como “fora do padrão”.

Como é possível perceber, a própria construção do entendimento do padrão de beleza contemporâneo, apresentado até aqui, revela um caráter interseccional. Se pensarmos nos atravessamentos de gênero, o fato de ser mulher implica em uma vivência diferente da pressão estética. São as mulheres as mais subjugadas na busca por um corpo perfeito que é definido pelo capitalismo e pelo patriarcado, estrategicamente pensado para não ser alcançado. Tal dinâmica vai conformar, também, os lugares sociais e o comportamento dessas sujeitas na sociedade.

Objeto de maior regulação social, o corpo feminino é, por conseguinte, contido ao máximo em suas ações. Como fruto disso, espera-se que toda essa contenção resulte, simultaneamente, em uma corporalidade delicada, um comportamento polido e em um gestual estudado minuciosamente em seus movimentos (Vilhena; Medeiros; Novaes, 2005, p. 125).

Ainda seguindo essa visada interseccional do padrão de beleza, entre as próprias mulheres, quanto mais atravessamentos - raça, idade, peso, entre outros - mais distantes do ideal. No âmbito dessa reflexão, é importante pontuar que outros atravessamentos também distanciam os sujeitos do modelo de beleza, como é o caso das pessoas com deficiência, por exemplo. Não se trata, assim, de uma sobreposição de características físicas que vão levar a uma determinada vivência, mas de atravessamentos inscritos nas corporalidades que vão conformar a construção da subjetividade e o lugar social de cada pessoa quando falamos sobre o ideal de beleza contemporâneo.

Metodologia Holofote: luzes entrecruzadas

Por meio de uma pesquisa exploratória, de viés qualitativo, investigamos como a comunicação radiofônica pode atuar na (re)construção das representações sobre o padrão de beleza, contribuindo para uma perspectiva crítica sobre a temática. Por isso, não buscamos apresentar “[...] conclusões definitivas ou hipóteses testáveis em um primeiro momento, mas sim abrir caminhos de investigação por meio de aproximações sucessivas, multianguladas e sensíveis à complexidade dos fenômenos comunicacionais” (Andrade, 2025a, p. 13-14).

Em consonância com essa proposta, acionamos, aqui, a Metodologia Holofote (Carneiro, 2024). De acordo com essa proposta, as categorias de análise derivam e são construídas em diálogo com as discussões teóricas.

Ao ligar um holofote, ele ilumina um determinado prisma e, ao acionar vários ao mesmo tempo, é possível construir uma visão holística sobre o fenômeno ao cruzar os achados de cada foco. Nessa dinâmica, os holofotes assumem um arranjo inter-relacional e indissociável em que a apreensão do objeto se torna potencialmente multifacetada e, ao mesmo tempo, coesa (Carneiro, 2024, p. 120).

Para esta pesquisa, definimos três holofotes (quadro abaixo) que irão iluminar um prisma do objeto a partir de determinadas indagações associadas a cada um deles. Ao final, a intenção é construir uma visão complexa do fenômeno, constituindo, assim, uma leitura singular.

Tabela 1. Metodologia Holofote

HOLOFOTE	PERGUNTAS AO OBJETO
Padrão de beleza	Como o <i>podcast Café da Manhã</i> concebe o padrão de beleza contemporâneo?
Moda	De que maneira o programa interpreta o cenário atual da moda e faz projeções, considerando a diversidade corporal?
Interseccionalidade	Como os atravessamentos interseccionais são abordados no episódio analisado?

Fonte Elaborado pela autora.

Considerando que olhamos para um objeto sonoro, os holofotes correspondem aos eixos narrativos que emergem na comunicação e que, entrecruzados, convergem nas representações sobre o padrão de beleza contemporâneo que a produção (re)constrói.

Holofote Padrão de beleza

Nesse holofote, objetivamos refletir sobre como o *podcast Café da Manhã* concebe o padrão de beleza contemporâneo. No episódio “A diversidade na moda saiu de moda?”, a magreza emerge como o principal valor social quando falamos sobre o ideal de beleza que compartilhamos na atualidade. Apesar de reconhecer que a *Victoria’s Secrets* faz parte de um contexto maior, a convidada do dia, professora Aliana Aires, destaca o papel da marca na construção do ideário de um corpo-referência, que simboliza uma representação hegemônica do belo.

Reconhecida como uma questão de gênero, essa pressão estética impõe, principalmente às mulheres, a necessidade de investimento de tempo e dinheiro para alcançar o status que ostentar um corpo magro propicia, muitas vezes,

colocando em risco a própria vida. Nesse contexto, o programa chama a atenção para as consequências relacionadas aos impactos da pressão estética na saúde física e mental das pessoas, gerando processos adoecedores, como a bulimia, citada pela entrevistada. Aqui, fica evidente um outro valor associado ao padrão de beleza atual: a saúde ou, melhor dizendo, a aparência saudável. Nesse contexto, as ações em prol da magreza, ainda que prejudiciais, são naturalizadas e aceitáveis socialmente.

O programa ainda traz à tona outro valor fundante do ideal de beleza: a branquitude. Para Aires, a *Victoria's Secrets*: “[...] teve mais destaque por trazer e reiterar a noção do corpo perfeito, que é a noção desse corpo magro, firme, alto, branco, caucasiano, louro, com traços louros”. ²Com base no depoimento da convidada, é importante destacar que as características físicas associadas à branquitude corroboram para um ideal de beleza colonizado, balizado pelas características físicas atribuídas aos povos europeus, como os cabelos loiros e lisos e os olhos claros.

A entrevistada ainda chama a atenção para o próprio nome atribuído às modelos da marca *Victoria's Secrets*, “*angels*”, em português, “anjos”, ou seja, algo distante do corpo real, vinculado à perfeição e ao inalcançável. Isso nos lembra o modo como a beleza se constitui como algo ligado ao superior, ao divino, ao inalcançável. “Sabe-se que a beleza sempre esteve associada a outras características, como ao bom, constituído moralmente a seres especiais, ou divinos, ou seja, a beleza não é algo comum, não é para todos” (Jimenez-Jimenez, 2020, p. 121).

Ao longo da entrevista, outro valor associado ao padrão de beleza é tematizado: a juventude. Nas palavras de Aires: “[...] a verdade é que o padrão é sempre branco, o padrão é sempre magro, o padrão é sempre alto, é sempre jovem”. No caso das mulheres, a capacidade de “burlar” o processo de envelhecimento também está relacionada ao papel que ela pode ocupar na

² As transcrições apresentadas ao longo do texto foram geradas automaticamente pela plataforma *Spotify*, com pequenos ajustes textuais.

sociedade: “Rejuvenescer tornou-se uma necessidade cada vez menos discutível para garantir emprego, cônjuge e aceitação social” (Sant’anna, 2014, p. 167).

Na entrevista, também emerge a discussão sobre os retrocessos relacionados à diversidade corporal, observáveis na moda e em outros campos nos últimos anos. O *podcast* inscreve a questão em um contexto mais amplo, fazendo menção à intensificação do culto à magreza. Apesar de afirmar que “Não é que a magreza esteja voltando à moda. Ela nunca saiu de moda”, a convidada localiza o fenômeno mais recente como uma reação aos pequenos avanços conquistados pelos movimentos de resistência, como o *Body Positive* e o ativismo gordo, este último com perfil mais político.

Sobre a temática levantada no *podcast*, no contexto brasileiro, é possível citar nomes como a dançarina Thais Carla, que se auto-denominava como uma ativista gorda e que, recentemente, se submeteu a uma cirurgia bariátrica; e Alexandra Gurgel, principal nome do movimento *Corpo Livre* no Brasil, autora dos livros *Pare de se odiar* (2018) e *Comece a se amar* (2021).

Esse processo vem sendo abordado nas redes sociais digitais, mas, também, na imprensa corporativa. As discussões tematizam, principalmente, as críticas impostas às figuras públicas, com histórico de ativismo, após a publicização do emagrecimento e uma possível crise no movimento *Body Positive*. Além disso, abordam as estratégias utilizadas no processo de perda de peso, notadamente as canetas emagrecedoras e a cirurgia bariátrica.

Apesar desse cenário, a convidada do *Café da Manhã* vê com otimismo a ocupação de espaços, como a moda, por corpos fora do padrão, ainda que de maneira limitada, como ocorreu no desfile da marca *Victoria’s Secrets*. Acionando o seu lugar de fala (Ribeiro, 2019), Aires demonstra como, ao longo do tempo, os avanços, ainda que insuficientes, são significativos para as pessoas que não ostentam o ideal de beleza preconizado. De acordo com a professora, a visibilidade “fake”, como ela mesmo denomina, ainda é melhor do que a total invisibilidade.

Eu vivi um tempo em que essas pessoas nem eram apresentadas em qualquer desfile, elas não existiam. Nem que fosse a “fake”, a “gorda fake”,

ela não existia, ela era invisível, ela não aparecia em um desfile da Victoria's Secrets. Então, assim, a gente não pode negar, a gente não pode ser romântico de dizer, “ai meu Deus, está tendo uma grande inclusão”, “a Victoria's Secrets fez uma grande inclusão”, claro que não, é uma inclusão fake, mas, ainda assim, ela é melhor do que nenhuma inclusão (Café da Manhã, 2024).

Aqui, a noção de representatividade, que diz respeito à ocupação de espaços por pessoas diversas (Drummond, 2024), é tensionada. Isto é, o modo como a presença de grupos socialmente minorizados em espaços de poder, como a mídia e a moda, pode fazer com que pessoas pertencentes a essas minorias vislumbrem suas existências também nesses lugares.

Holofote Moda

Por meio do Holofote Moda, buscamos compreender de que maneira o programa interpreta o cenário da moda atual e faz projeções, considerando a diversidade corporal. O *podcast* apresenta a moda como algo que não se limita à sua dimensão industrial e econômica, mas está ligada à cultura, visada expressa nas palavras da convidada:

Moda é comportamento. E a nossa cultura é midiática. As influências que a gente busca, onde a gente molda o nosso comportamento, as pessoas que nos influenciam, elas vêm de uma cultura midiática, que hoje também está na internet, não está só no astro da televisão, mas é toda uma cultura midiática (Café da Manhã, 2024).

Se a moda é comportamento, está vinculada à dimensão da identidade e do pertencimento, mas também pode ser uma ferramenta de exclusão. Partindo do posicionamento da marca *Victoria's Secrets*, o *podcast* tematiza como a moda pode negar acesso a determinadas corporalidades, destituindo-as do direito ao consumo. Ainda que exista um grande mercado consumidor para roupas *plus size*, a entrevistada explica que muitas marcas se recusam a produzir para esse público, já que não querem se associar à imagem de pessoas não-magras.

No contexto do episódio do *podcast*, a fala está relacionada a uma marca de luxo, voltada, especialmente, para a produção de lingerie. No entanto, essa falta de acesso à moda influencia, também, na vida prática do sujeito. As pessoas

gordas, por exemplo, precisam lidar com a falta de lojas físicas, os preços altos, muitas vezes abusivos, das roupas *plus size* e a dificuldade para encontrar numerações maiores.

Outra temática que emerge no *podcast* é o modo como o retorno da moda dos anos 2000 está em consonância com esse cenário menos diverso e inclusivo, materializado no desfile da *Victoria's Secrets*: "A nostalgia foi além do reencontro de uma geração de modelos celebradas. Também aponta para o retorno dos anos 2000 à moda, que, para além da cintura baixa, foram marcados pela busca de uma magreza inatingível".

Nesse ponto, é importante trazer a discussão sobre diversidade e inclusão na moda. Drummond (2024) compreende a diversidade e a inclusão como conceitos intrinsecamente relacionados e complementares, relacionados, também, à equidade. A diversidade está vinculada à representatividade, à presença de pessoas com diferentes atravessamentos em espaços de poder. Já a inclusão garante o respeito, a dignidade e a participação integral desses sujeitos: "Inclusão não é apenas ter a presença de pessoas diversas, mas sim promover o pertencimento e oportunidades de protagonismo com autonomia" (Drummond, 2024, p. 24).

Os apresentadores do *podcast* citam um tímido flerte da marca *Victoria's Secrets* com a inclusão, em resposta a uma pressão dos movimentos sociais. Para Aires, trata-se de uma ação alinhada ao "*diversity washing*", lavagem de diversidade, em livre tradução. Nesse processo, as empresas se apropriam de um "discurso de diversidade", associando-o à sua marca apenas por interesses financeiros, sem que esse posicionamento leve a uma prática, de fato, inclusiva.

Por fim, o *podcast* faz projeções sobre o futuro da moda, propondo a reflexão sobre a possibilidade de vislumbrar uma moda efetivamente inclusiva "[...] de uma forma que os impactos da moda no nosso imaginário sejam outros que não apenas essa ideia de cultuar uma magreza absoluta" Diante do questionamento, a convidada destaca o lugar de resistência de pequenas marcas que pensam a diversidade corporal, especificamente quando falamos da moda

plus size. Mas também lembra que a diversidade não se restringe à dimensão do peso, a moda pode e deve ser pensada para abarcar uma amplitude maior de corporalidades, como marcas afro e voltadas para pessoas com deficiência. Por outro lado, aponta para um cenário pouco animador pensando em grandes mercados, como lojas de departamento, que abrangem um consumo massivo. Para Aires, essas marcas continuarão a fazer uma inclusão falsa, como a praticada pela *Victoria's Secrets*.

Holofote interseccionalidade

Por meio do terceiro e último holofote buscamos compreender como os atravessamentos interseccionais são abordados no episódio analisado. A problematização dos eixos de opressão, relacionados ao padrão de beleza, notadamente, peso, raça e idade, aparecem nos holofotes anteriores. No entanto, a partir de agora, seguindo a recomendação de Carrera (2021), buscamos ir além da descrição das diferenças. Ou seja, intencionamos compreender como os cruzamentos entre os eixos de subordinação são abordados e o modo como isso pode nos dizer das representações sobre a beleza contemporânea construídas em *Café da Manhã*.

Um dos atravessamentos que se coloca evidente no *podcast* é aquele que demonstra que, mesmo no interior de um mesmo grupo socialmente minorizado, a vivência da opressão pode se configurar de forma diferente. No ativismo gordo e nos estudos das corporalidades gordas, as terminologias “gorda(o) maior” e “gorda(o) menor” são usadas para evidenciar a diversidade de experiências das pessoas gordas. A intenção não é encaixá-las em uma determinada categoria, mas demonstrar que, quando falamos sobre mulheres gordas, por exemplo, quanto maior o seu tamanho, maiores os processos de exclusão e invisibilização.

No caso do objeto analisado, essa questão relaciona-se com a prática do *diversity washing*, já discutida no tópico anterior. Os apresentadores problematizam: “Os comentários [do público nas redes sociais] apontaram, por exemplo, que as modelos *plus size* eram menos magras que as outras, mas

estavam longe de serem gordas”. Ou seja, é possível depreender que existe uma figura que representa as modelos não-magras eleitas pela *Victoria's Secrets* para compor o desfile: a gorda palatável.

A gorda palatável é aquela não muito gorda, curvilínea, com pouca barriga, com poucas marcas corporais, como celulite e estrias, e quase sempre branca. É possível observar que, a despeito de haver a presença de uma mulher gorda, o que acaba sendo reforçado é um padrão aceitável, muitas vezes, nomeado pejorativamente como a gorda “ajeitadinha”. Nesse sentido, a gorda palatável é aquela que, apesar de ser gorda, está mais próxima do padrão de beleza e, em alguma instância, traz em seu corpo algo que podemos ler como uma “performance da magreza” (Carneiro, 2024, p. 80).

Essa conceituação se dá em diálogo com a “gorda *light*” (Pilger, 2021) e da própria definição de mulher *plus size* que Aliana Aires apresenta em seu livro, “De gorda a *plus size*: a moda do tamanho grande”, e comenta no *podcast*: “O máximo que ela vai trazer é um diferente embalado na mesma embalagem do igual, corpo padrão, que é o que a gente está vendo aí no desfile da *Victoria's Secrets* e no de tantas outras marcas”.

Como explica Aires (2019), a terminologia *plus size*, originalmente uma categoria de moda, passa a emergir como uma identidade de um grupo que, até então, não era considerado como mercado consumidor viável. Ou seja, é uma categoria diretamente alinhada com os ideais capitalistas e que não aceita as mulheres como gordas: “As convocações midiáticas e de consumo para o estilo de vida *plus size* formam a identidade de uma mulher que alcança liberdade para ser bela, trabalhar e ter uma vida sexual, desde que seja uma consumidora, e é através do consumo que acessa sua identidade de mulher *plus size*” (Aires, 2019, p. 178).

Outra questão problematizada pelo programa foi a de que as modelos não-magras (e também as mais velhas) se apresentaram com roupas que cobriam mais o corpo, o que foi comentado pela convidada: “Se eu sou gordo, se eu sou mais velho, eu não tenho direito a usar uma *cropped*, a mostrar minha barriga, né? Então, é isso que a sociedade está me dizendo quando eu vejo essas imagens, mais vestidas nos corpos gordos, idosos, enfim”. Ou seja, é possível se

questionar quais corpos estão autorizados à exposição corporal e à nudez na nossa sociedade. Essa dinâmica é denominada por Sibilia (2014) como a tensão entre silhuetas “poluídas”, como as mulheres gordas, em contraposição às “silhuetas polidas”, inscritas na lógica da cultura midiática, como as *angels* Adriana Lima e Gigi Hadid, por exemplo.

Ainda que com menor protagonismo, o *podcast* também problematiza outros atravessamentos interseccionais, como o peso e a raça, presentes na fala da entrevistada, com tom didático, a seguir:

Então eles buscam, tudo bem, vamos incluir, mas vamos buscar a gorda mais próxima dentro do padrão. Então, geralmente é uma gorda branca, você nunca viu nas gordas que eles trouxeram uma interseccionalidade, que é o caso, por exemplo, de você pegar dois corpos periféricos, por exemplo, o gordo e o negro, uma mulher que é gorda e que é negra ao mesmo tempo (Café da Manhã, 2024).

O mesmo ocorre quando pensamos na presença de mulheres mais velhas para o desfile da marca. O *podcast* evidencia que, apesar de ocupar um lugar de sujeição, quando falamos sobre gênero e idade, são mulheres que, em muitos outros aspectos, ocupam um lugar de privilégio: modelos internacionais, brancas e magras.

Apesar desse cenário, a convidada Aliana Aires observa alguns avanços, com destaque para a presença de pessoas negras nos desfiles. No entanto, a especialista destaca a importância de uma inclusão real, denominada por ela como a “modelo interseccional”, com diferentes atravessamentos e que representam diferentes pessoas: “mulheres mastectomizadas, mulheres amputadas, uma pessoa idosa, negra”.

Considerações finais

Nesta pesquisa, partimos de um episódio do *podcast* *Café da Manhã* - “A diversidade na moda saiu de moda?” - para investigar como a comunicação radiofônica pode atuar na (re)construção das representações sobre o padrão de beleza contemporâneo, fomentando uma reflexão crítica sobre a temática. O nosso solo teórico conceitual foi fundamentado na perspectiva das

epistemologias plurais (Lopez; Betti; Freire, 2024) e adotamos a interseccionalidade (Crenshaw, 2002; Carrera, 2021a, 2021b; Akotirene, 2021; Collins; Bilge, 2021) como dispositivo teórico-metodológico do trabalho. Partimos da compreensão do padrão de beleza a partir de quatro valores fundamentais: a saúde, a magreza, a branquitude e a juventude. Para análise do objeto, propusemos uma pesquisa exploratória de cunho qualitativo e, para isso, acionamos a Metodologia Holofote (Carneiro, 2024), iluminando três eixos narrativos principais: o padrão de beleza, a moda e a interseccionalidade.

O acionamento do Holofote Padrão de beleza nos mostra que o *podcast* *Café da Manhã* apresenta esse ideal como excludente e pouco diverso. Nesse universo de sentidos, os valores fundamentais, como a magreza, a branquitude e a juventude são problematizados, com destaque para o primeiro. Esse enfoque pode ser contextualizado, em primeiro lugar, pela própria temática do programa e do histórico de associação da *Victoria's Secrets* ao ideário da magreza, mas, também, pela escolha da entrevistada, Aliana Aires.

Apesar de demonstrar uma compreensão interseccional das implicações da pressão estética, Aires é uma fonte que possui autoridade, especialmente nas discussões relacionadas às corporalidades gordas. Se pensarmos na tipificação proposta por Charaudeau (2009), sobre o uso das estratégias discursivas, é possível depreender que a entrevistada parte de um reconhecimento conferido pelo seu status, o que se configura como uma estratégia de legitimação na troca interativa. É o que ela faz, por exemplo, ao fazer referência ao seu livro “De gorda a *plus size*: a moda do tamanho grande”. Ou seja, a professora é uma especialista e tem propriedade, de base científica, para opinar sobre a temática.

Desse lugar de autoridade, a entrevistada realiza um movimento importante, de tradução de uma linguagem acadêmica para uma linguagem adequada à comunicação radiofônica, mais coloquial e próxima do ouvinte. Por outro lado, apesar de se vender como um *podcast* que adota uma linguagem “simples”, nesse episódio é recorrente o uso de termos em inglês, pelos apresentadores e pela convidada: “*Body positive*”, “*The Perfect Body*”, “*fashion*”

show”, *visibilidade “fake”*, entre outros. Pensando em um cenário de inclusão, o uso desses termos, muitas vezes sem contextualização, acaba por excluir aqueles que não têm o domínio da língua inglesa.

Ao ligar o Holofote Moda se ilumina um cenário de retroalimentação. Ao mesmo tempo em que a moda reproduz o padrão de beleza, ela tem papel fundamental na sua manutenção. Se a moda é cultura e está em diálogo com os valores que compartilhamos socialmente, refletimos, por meio dela, as estruturas sociais de opressão que regem a nossa sociedade: ela é pensada por e para pessoas magras.

Às pessoas que não correspondem a esse ideal de beleza, especialmente as gordas, é negado o direito de acesso à moda e de se ver na moda. Nesse contexto, não é a roupa que deve ser pensada para acolher as diferentes corporalidades, mas o sujeito que deve se adequar a um padrão único. Algumas empresas, como a *Victoria’s Secrets*, chegam a flertar com a diversidade, mas sem demonstrar um interesse genuíno em, de fato, incluir. Não há compromisso ético, mas somente a preocupação em ganhar projeção e aumentar os lucros, configurando o *diversity washing*. Apesar de trazer apontamentos importantes sobre moda e padrão de beleza, considerando que o *Café da Manhã* é um *podcast* jornalístico, a apresentação de dados sobre pesquisas recentes a respeito das temáticas que aborda poderia potencializar a criticidade do debate.

No Holofote Interseccional, foi possível apreender que os sentidos relacionados à beleza - e a crítica ao padrão corporal - são construídos considerando diferentes eixos de subordinação, com destaque, mais uma vez, para o peso. Essa constatação se dá, em primeiro lugar, pela vivência compartilhada, mas, também, individual entre as mulheres gordas. Na moda e, de modo específico, na marca *Victoria’s Secret’s*, não há espaço para gordas maiores. As mulheres fora do padrão, aceitas nesses espaços, são aquelas que, mesmo no interior de um grupo socialmente minorizado, atendem a certos requisitos, também impostos pelo ideal de beleza: a gorda palatável (Carneiro, 2024).

Quando diversificamos as nossas lentes interseccionais, trazendo à tona atravessamentos entre peso e raça, peso e idade, peso, idade e raça, entre outros, o que fica evidente é que a marca “joga” com os atravessamentos para aderir a um suposto ideal de diversidade. Na prática: se for uma mulher gorda, não pode ser muito gorda; se for uma mulher gorda, não pode ser também negra; se for uma mulher mais velha, não pode ser gorda e negra. Nessa dinâmica, fica evidente que o programa aborda, principalmente, três valores fundamentais do ideal de beleza contemporâneo, a magreza, a branquitude e a juventude, mas não dão destaque a outras corporalidades dissidentes, como pessoas com deficiência e LGBTQIAPN+.

Ao ligar os três holofotes ao mesmo tempo e entrecruzar os achados, é possível depreender que o programa concebe o ideal de beleza contemporâneo como excludente, reforçando os valores fundamentais que o sustentam, com destaque para a magreza. Além disso, dá relevo ao papel da moda como produtora e reprodutora desse ideal e aos atravessamentos interseccionais que estabelecem os lugares de (in)visibilidade para determinadas corporalidades.

Olhar para os sentidos sobre o ideal de beleza, construídos por meio do *podcast*, é refletir também sobre os valores que compartilhamos. Se os valores sociais são as nossas referências culturais (Coelho; Corrêa, 2014), ou seja, quem somos enquanto sociedade, a comunicação radiofônica pode promover uma reflexão crítica sobre a realidade, vislumbrando novos futuros possíveis, em um cenário mais justo e diverso.

Nesse ponto, visamos contribuir para o entendimento sobre o papel da comunicação radiofônica na construção das representações sobre grupos socialmente minorizados, em um cenário marcado por processos de estereotipagem e invisibilidade.

Em muitos casos, suas experiências são estigmatizadas ou reduzidas a representações estereotipadas, o que contribui para reforçar ideias preconceituosas. Analisar essas representações no rádio e nos podcasts é essencial para entender como essas vozes são silenciadas ou manipuladas, e os impactos que isso tem na percepção pública sobre esses grupos (Andrade, 2025b, p. 8).

No episódio analisado, as questões relacionadas à vivência das pessoas gordas ganham protagonismo, dando ênfase às dimensões da gordofobia, como a pressão estética e a falta de acesso à moda. A própria escolha da entrevistada, uma mulher gorda, é um movimento em direção à uma visibilização dessas pautas, muitas vezes, entendidas como vitimismo ou “mimimi”.

Ao longo do programa, isso fica evidente uma vez que, em diversos momentos, a entrevistada parte do seu lugar de fala (Ribeiro, 2019) e das suas experiências pessoais para tensionar questões relacionadas à temática do *podcast*. Assim, se partimos da visada das epistemologias plurais, é importante refletir sobre o modo como as vozes que falam (e que são escolhidas para falar) na comunicação radiofônica influenciam na maneira como as representações são construídas.

Ao vislumbrar pesquisas futuras sobre a temática, muitos caminhos se apresentam como profícuos, como a diversificação e ampliação do objeto empírico, por meio da análise de outros *podcasts* que problematizam a temática. Além disso, é possível pensar em outras reverberações relacionadas ao desfile da *Victoria's Secrets*, realizado em 2024, observando, por exemplo, as mudanças e/ou permanências a partir do evento promovido mais recentemente, em 15 de outubro de 2025. Também tem potencial a realização de um comparativo com o *show* promovido pela *Savage x Fenty*, marca co-fundada pela cantora e empresária Rihanna, em 2018, e que possui uma trajetória reconhecida de acolhimento da diversidade corporal. Por fim, acreditamos ser importante, em pesquisas futuras, acionar um holofote que abarque as dimensões da comunicação radiofônica para que seja possível avançar na análise da influência da composição sonora na construção das representações sobre o padrão de beleza.

Bibliografia

AIRES, Aliana Barbosa. **De gorda à plus size**: a produção biopolítica do corpo nas culturas do consumo - entre Brasil e EUA. 2019. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e

Marketing (ESPM), São Paulo, 2019.

AKOTIRENE, Carla. Interseccionalidade. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2021.

ANDRADE, Alice Oliveira de. Enegrecer os estudos radiofônicos: escuta decolonial, epistemicídio e insurgência sonora. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 16, n. 01, p. 08-36, jan./abr. 2025a.

ANDRADE, Alice Oliveira de. POR UM RÁDIO QUE ROMPA SILÊNCIOS E SILENCIAMENTOS: referenciais epistemológicos de raça e gênero para pensar o jornalismo sonoro. **Anais do 34º Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, 2025b.

ARRUDA, Agnes. O peso e a mídia: as faces da gordofobia. São Paulo: Alameda, 2021.

CAFÉ DA MANHÃ. **A diversidade na moda saiu de moda?** Café da Manhã, podcast, Folha de São Paulo, São Paulo, 2024. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/07sjX2HJy0Czl6zU2BHOpw> Acesso em: 1 nov. 2025.

CARNEIRO, Dayana Cristina Barboza. **Celebridades-resistência**: um olhar pragmatista e interseccional para as ações de Preta Gil e Thais Carla no enfrentamento à gordofobia e a outras opressões. 2024. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2024.

CARRERA, Fernanda. Para além da descrição da diferença: apontamentos sobre o método da roleta interseccional para estudos em Comunicação. **Liinc Em Revista**, v. 17, n. 2, e5715, 2021a.

CARRERA, Fernanda. Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, v. 24, jan./dez. 2021b.

CHARAUDEAU, Patrick. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional. PIETROLUONGO, Márcia. (Org.) **O trabalho da tradução**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009.

COLLINS, Patricia Hill; BILGE, Sirma. Interseccionalidade. Tradução de Rane Souza. São Paulo: Boitempo Editorial, 2021.

COÊLHO, Tamires; CORRÊA, Laura Guimarães. Normas e valores. In: FRANÇA, Vera Veiga; MARTINS, Bruno Guimarães; MENDES, André Melo (Orgs.). **Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS)**: trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas - PPGCom - UFMG, 2014.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. Tradução Cristiana Coimbra. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. *Revista Estudos Feministas*, UFSC, v. 10, n. 1, p. 171-188, 2002.

DRUMMOND, Leonardo. Conceitos introdutórios de DE&I. Comunicação, diversidade e inclusão [livro eletrônico]: diálogo entre academia e mercado. Organizadores Ettore Medeiros, Letícia Lins, Pâmela Guimarães-Silva. - Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2024.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. (Orgs.). **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro, RJ: Editora PUC-Rio, 2004.

FLOR, Gisele. Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza. **Revista Estudos de Comunicação**, Curitiba, v. 10, n. 23, p. 267-274, set./dez. 2009.

ECO, Umberto. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2013.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio; Apicuri, 2016.

HOLANDA, Camila Soares. **Jornalismo e interseccionalidade**: a temática “aborto” nos podcasts Angu de grilo, Café da manhã e Mamilos. 2024. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2024.

JIMENEZ-JIMENEZ, Maria Luisa. **Lute como uma gorda**: gordofobia, resistências e ativismos. 2020. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, 2020.

LIMA, Vanessa Figueiredo. Gordofobia, gênero, classe, raça, sexualidade: uma questão de saúde. In: SAMYN, Henrique Marques; ARAO, Lina. **Feminismos dissidentes**: perspectivas interseccionais. São Paulo: Jandaíra, 2021.

LOPEZ, Debora Cristina; BETTI, Juliana Cristina Gobbi; FREIRE, Marcelo. Epistemologias dos estudos radiofônicos: construir a pesquisa com lentes plurais. **Anais do 33º Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, 2024.

LOPEZ, Debora Cristina; BETTI, Juliana Cristina Gobbi; FREIRE, Marcelo. Epistemologías plurales en los estudios radiofónicos. **La Trama de la Comunicación** - Volumen 29 Número 1 - enero a junio, 2025.

LOPEZ, Debora Cristina; BETTI, Juliana Cristina Gobbi; ROZA, Sabrina; SILVA, Ariane Stéfanie da. Perspectivas interseccionais nos estudos radiofônicos: articulações na pesquisa brasileira. **Revista Encuentros Latinoamericanos**. Segunda época, vol. IX, n. 1, enero-junio, 2025.

LORDE, Audre. Não existe hierarquia de opressão. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (Org.). **Pensamento Feminista Brasileiro: Formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 234-237.

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. 2021. 346f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, Porto Alegre, RS, 2021.

RIBEIRO, Djamila. **Lugar de fala**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.

SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SIBILIA, Paula. A politização da nudez: Entre a eficácia reivindicativa e a obscenidade real. **Anais 23º Encontro Anual da Compós**. Pará: UFPA, 2014.

SPOTIFY divulga retrospectiva 2024; veja as músicas e os artistas mais ouvidos no Brasil este ano. **O Tempo**, 2024. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/entretenimento/2024/12/4/spotify-divulga-retrospectiva-2024--veja-as-musicas-e-artistas-m> Acesso em: 29 out. 2025.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

VILHENA, Junia; MEDEIROS, Sergio; NOVAES, Joana de Vilhena. A violência da imagem: estética, feminino e contemporaneidade. **Revista Mal-estar e Subjetividade**, v. 1, p. 109-144, mar. 2005.