

## MINI CENÁRIO INTERATIVO: UMA FERRAMENTA PEDAGÓGICA SOBRE OBESIDADE, ACESSIBILIDADE E ESTIGMAS SOCIAIS

**ANDIELINI DE SOUZA ÁVILA<sup>1</sup>; GIOVANA CARDOSO KRATZ<sup>2</sup>; TAYSSA DE VASCONCELOS PEREIRA<sup>3</sup>; WESLEN FELIX PAIVA<sup>4</sup>; DOUGLAS ROBERTO WINKEL SANTIN<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – andieliniavila.ufpel@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – giovanackratz@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – weslenfelixpaiva02@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – tayssa.vasconcelos.pereira@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – drwsantin@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

A publicidade, ao longo do tempo, desempenhou um papel importante na construção de padrões de beleza e na forma que a sociedade enxerga a obesidade (VASCONCELOS, SUDO, SUDO, 2004). A partir dessa perspectiva, a disciplina de História do Direito da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Pelotas desenvolveu um projeto de pesquisa empírica em Direito & Arte para compreender seus efeitos. Nele, campanhas como “Vinho Chico Mineiro” (1945) e a capa da revista Veja intitulada “Gordura Tem Remédio” (1996) foram analisadas a fim de ilustrar como, em diferentes épocas, o corpo gordo foi representado de forma pejorativa; ora ridicularizado, ora reduzido a um problema a ser combatido. Essas narrativas ajudaram a reforçar preconceitos, afetando a autoestima, e até a inserção social de pessoas obesas.

Com o aumento da exposição dos corpos nas mídias e a popularização do ideal do corpo magro, a estética corporal se tornou métrica de sucesso e a gordura logo passou a ser interpretada como um indício de fracasso pessoal (CARRERA, 2017). A progressiva rejeição social, a falta de representatividade e a desqualificação da população obesa desencadearam a construção de estigmas profundamente enraizados na sociedade (MELO, FARIA, KOVACS, 2017). Diante desse cenário, elaborou-se um projeto que não se limita apenas à análise histórica e jurídica das publicidades brasileiras e suas consequências, mas que também busca transformar o conhecimento adquirido em ação social por meio de um produto de extensão.

Tal proposta fundamenta-se na elaboração de um mini cenário interativo, no qual crianças de 3º e 4º anos do ensino fundamental - em idades de 9 e 10 anos, tipicamente -, serão convidadas a realizar tarefas cotidianas sob a perspectiva de uma pessoa obesa. O intuito dessas atividades, aparentemente simples para a maioria das pessoas, é evidenciar as dificuldades enfrentadas diariamente por quem convive com o sobre peso, sobretudo diante da falta de acessibilidade, representatividade e do estigma social que se encontra cristalizado na sociedade. O objetivo central desta atividade é promover empatia e conscientização desde a infância, permitindo que os infantes compreendam os impactos das barreiras físicas e simbólicas impostas a pessoas gordas.

Desse modo, o projeto articula a pesquisa documental, o referencial jurídico e a crítica social em conjunto com a produção de uma experiência educativa concreta, que poderá ser apresentada e reproduzida na sala de aula. Mais do que compreender o passado das representações da obesidade na publicidade, a

proposta busca promover transformações no presente, contribuindo para a formação de uma sociedade mais inclusiva e consciente da diversidade corporal.

## 2. METODOLOGIA

O produto extensionista propõe-se a transformar os saberes teóricos adquiridos através da pesquisa empírica em atividades práticas de conscientização e reflexão que serão aplicadas em escolas públicas da região. Em consonância às bases instituídas por MELO NETO (2002), o projeto cumpre o propósito da extensão universitária ao auxiliar no fortalecimento dos laços mantidos entre as instituições educacionais de nível básico e superior e ao estimular a difusão de conhecimentos para a comunidade que permeia a universidade. O cerne de sua ideação consiste em garantir a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, além de produzir ações verdadeiramente transformadoras a serem aplicadas à população geral como medida retributiva. Assim, conecta a análise acadêmica à prática social, convertendo o estudo de publicidades brasileiras e do Direito do Consumidor em uma ferramenta pedagógica de impacto direto na sociedade.

A atividade terá aplicação destinada a estudantes do 3º e 4º anos das escolas da rede pública da cidade de Pelotas. Este, por sua vez, compreenderá na construção de mini cenários, elaborados de forma lúdica em sala de aula. A partir disso, os alunos passarão por situações comuns do cotidiano, como por exemplo, comprar uma roupa nova em uma loja, sentar em uma poltrona de avião, ou caminhar por um corredor estreito. Para tais atividades, cada aluno escolherá um cartão que irá indicar a ação que deve ser realizada. Entretanto, cada cenário será elaborado de forma a representar as dificuldades enfrentadas pelas pessoas obesas, colocando em evidência questões como a falta de inclusão, acessibilidade e representatividade sofridas por este grupo hipervulnerável. As instruções oferecidas direcionarão os alunos a completar cada uma das atividades, fazendo uso de recursos práticos para simular a experiência e deixá-la verossímil.

Ademais, possíveis desafios ocasionados por reações adversas ou interpretações humorísticas poderão ocorrer, os quais serão convertidos em momentos de aprendizado mediante a orientação dos aplicadores e a reflexão gradual dos próprios alunos, inspirado nos debates despertados em pesquisas sobre a associação do corpo gordo ao apelo de humor (MELO, FARIA, KOVACS, 2017). Não basta inserir esses indivíduos nos cenários programados e esperar que entendam toda a problemática da exclusão estrutural das pessoas gordas e obesas; incentivar que compartilhem como se sentiram frente às experiências e discutir coletivamente o tema são igualmente fundamentais para o real aproveitamento da tarefa. Para optimizar a compreensão efetiva, é essencial acompanhar a atividade de uma explicação oral, adaptada à faixa etária em questão.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

O trabalho, apesar de em fase elaborativa, tem previsão de aplicação para o mês de outubro e será mediado pela professora da disciplina de História do Direito do curso de Direito da Universidade Federal de Pelotas, que fará, inclusive, as conexões necessárias para levar o produto extensionista às escolas

e trazer esses estudantes para a faculdade. A partir dele espera-se desencadear discussões acerca da importância da acessibilidade nas múltiplas esferas da vida social e fazer com que o público-alvo reflita sobre as dificuldades enfrentadas pela população obesa em seu cotidiano.

O projeto do “Mini Cenário” atua como uma ferramenta pedagógica capaz de sensibilizar e incitar a reflexão crítica dos conteúdos abordados de maneira simples e didática. Com o exercício ativo da empatia dos alunos, pressupõe-se um maior nível de conscientização em torno da necessidade de inclusão dos grupos frequentemente inviabilizados pelas estruturas de funcionamento dos ambientes de convívio social e dos preconceitos existentes na sociedade contemporânea. É, portanto, uma tentativa de reverter o entendimento do corpo gordo como não-merecedor dos espaços sociais, cuja expectativa central reside na possibilidade de atenuar os obstáculos impostos à pessoa obesa.

Além disso, a proposta é de grande relevância para a formação acadêmica dos universitários envolvidos. Com a reformulação do Projeto Pedagógico do Curso de Direito (PPCDIR) de 2025, a prática extensionista assume o papel fundamental de reunir os conhecimentos teóricos apreendidos em sala e assegurar sua aplicabilidade, sendo necessária para a completude da carga horária exigida e almejando a construção de indivíduos aptos a compreender o direito como uma ferramenta de efetividade hodierna capaz de gerar impactos concretos sobre a sociedade. A atividade não apenas auxiliará no desenvolvimento educacional dos estudantes-alvo, mas também contribuirá para a aprimoração das habilidades de seus próprios aplicadores.

#### **4. CONSIDERAÇÕES**

O plano de extensão pretende provocar discussões que abordam a acessibilidade, o pertencimento e a aceitação que são frequentemente negados à população obesa. Sua proposta concede maior visibilidade aos preconceitos enraizados pelo corpo social e propicia o processo de reversão dos estigmas atrelados à identidade gorda, principalmente ao incorporar as complicações cotidianas encaradas pelo segmento e transformá-las em práticas de valor educacional. A compreensão de que as estruturas dos ambientes de convívio social e consumo não foram feitas para atender às necessidades das pessoas obesas apresenta-se como comprovação de que o corpo gordo é excluído das mais diversas esferas da sociedade moderna.

Ademais, por ter como enfoque a sua aplicação em escolas públicas de ensino fundamental, consolida-se como uma extensão universitária de forte caráter transformador. O produto extensionista é uma iniciativa concreta para unir o ensino, a pesquisa realizada e os esforços para extendê-los à sociedade, uma vez que o principal objetivo persiste sendo traduzir os conhecimentos teóricos obtidos nas universidades em ações de contribuição direta para a comunidade circundante – neste caso afetando estudantes em seu período de formação.

#### **5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CARRERA, Fernanda Ariane Silva (Coord.). **Manual da Diversidade na Publicidade.** Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte. 2017.

Acessado em: 22 de agosto de 2025. Disponível em:  
<https://indd.adobe.com/view/e0809f67-0c02-4370-8cd4-8257678d5144>.

MELO, Francisco Vicente Sales; FARIA, Salomão Alencar de; KOVACS, Michelle Helena. **Estereótipos e estigmas de obesos em propagandas com apelos de humor.** Organizações & Sociedade, Salvador, v. 24, n. 81, p. 305-324, abril-jun., 2017. Acessado em: 25 de agosto de 2025. Disponível em:  
<https://www.scielo.br/j/osoc/a/cy96Vg47RtjXLVqypSzKKrj/?format=pdf&lang=pt>.

MELO NETO J.F. Extensão Universitária: bases ontológicas. In: MELO NETO, José Francisco de (org.). **Extensão universitária: diálogos populares.** João Pessoa: Editora da Universidade Federal da Paraíba, 2002 p. 07-22.

PROPAGANDAS HISTÓRICAS. Vinho Chico Mineiro – 1945. **Propagandas Históricas**, 24 nov. 2020. Acessado em: 25 de agosto de 2025. Disponível em:  
<https://www.propagandashistoricas.com.br/2020/11/vinho-chico-mineiro-1945.html>.

UFPEL. Materiais do Colegiado de Curso. **Projeto Político Pedagógico do Curso de Direito.** Pelotas, 2025. Acessado em: 25 agosto de 2025. Disponível em: [https://wp.ufpel.edu.br/direito/files/2025/08/PPC\\_\\_DIREITO\\_2025.pdf](https://wp.ufpel.edu.br/direito/files/2025/08/PPC__DIREITO_2025.pdf)

VASCONCELOS, Naumi A. de; SUDO, Iana; SUDO, Nara. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 4, n. 1, p. 65-93, mar. 2004. Acessado em: 22 de agosto de 2025. Disponível em:  
[https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1518-61482004000100004](https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482004000100004).

VEJA. Gordura tem remédio. **Veja**, São Paulo, ed. de 6 nov. 1996. Capa da revista. Acessado em: 25 de agosto de 2025. Disponível em:  
<https://www.veja.com.br/AcervoDigital>.