

**UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA**

**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO**

**CURSO DE RÁDIO E TELEVISÃO**

**NATÁLIA TRAVAGIN GIMENES**

**MINI DOCUMENTÁRIO: “NOVO ESPELHO”**

São José dos Campos - SP

2021

**UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA**

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO

CURSO DE RÁDIO E TELEVISÃO

**NATÁLIA TRAVAGIN GIMENES**

**MINI DOCUMENTÁRIO: “NOVO ESPELHO”**

Relatório apresentado como parte do trabalho de Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de rádio e televisão, da Universidade do Vale do Paraíba.

Orientadora: Profa Ma. Monique Nascimento Baraúna.

São José dos Campos - SP

2021

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA**

**Ficha catalográfica**

Gimenes, Natália Travagin  
MINI DOCUMENTÁRIO: "NOVO ESPELHO" / Natália Travagin Gimenes;  
orientadora, Monique Nascimento Baraúna. - São José dos Campos,  
SP, 2021.  
145 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale  
do Paraíba, São José dos Campos. Comunicação Social.

Inclui referências

1. Comunicação Social. 2. Como os filtros do Instagram  
Influenciam a Autoestima Feminina. 3. Impacto das redes sociais.  
I. Nascimento Baraúna, Monique , orient. II. Universidade do Vale  
do Paraíba. Comunicação Social. III. Título.

Eu, Natália Travagin Gimenes, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em  
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o  
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado  
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de  
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e  
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 9 de Dezembro de 2021.

Natália Travagin

Autor(a) da Obra

Data da defesa: 24 / 12 / 2021

## **RESUMO**

Esse trabalho de conclusão de curso tem como objetivo produzir um mini documentário de representação social, para que a partir de histórias reais o telespectador consiga entender o impacto que os filtros do Instagram têm sobre a autoestima das mulheres, junto a pressão estética que há em nossa sociedade, acompanhando problemas, como a realização de cirurgias plásticas para ficar mais próximas dos filtros, por exemplo.

**Palavras-chave:** Mini documentário; Filtros; Instagram; Autoestima; Pressão estética.

## **ABSTRACT**

This course completion essay aims to produce a mini documentary of social representation, so that, based on real stories, the viewer can sense the impact that Instagram filters have on women's self-esteem, together with the aesthetic pressure that exists in our society, accompanying problems such as plastic surgery to get closer to the filters, for example.

**Keywords:** Mini documentary; Filters; Instagram; Self esteem; Aesthetic pressure.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Prints censurados da cirurgiã segurando pedaços de gordura humana.....	13
Figura 2- Antes e depois da bichectomia da Lully.....	15
Figura 3- Gráfico de setores referente à questão um.....	26
Figura 4- Gráfico de setores referente à questão dois.....	27
Figura 5- Gráfico de setores referente à questão três.....	28
Figura 6- Gráfico de setores referente à questão quatro.....	29
Figura 7- Gráfico de setores referente à questão cinco.....	30
Figura 8- Gráfico de setores referente à questão seis.....	31
Figura 9-- Gráfico de setores referente à questão sete.....	32
Figura 10- Gráfico de setores referente à questão oito.....	33
Figura 11- Gráfico de setores referente à questão nove.....	34
Figura 12- Gráfico de setores referente à questão dez.....	35
Figura 13- Gráfico de setores referente à questão onze.....	36
Figura 14- Gráfico de setores referente à questão doze.....	37
Figura 15 - Identidade visual do projeto.....	62

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Mini documentário: Novo Espelho.....	41
Quadro 2: Custos do projeto.....	63
Quadro 3: Cronograma inicial de publicações.....	66

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>09</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>11</b>
2.1 Instagram.....	11
2.4 Filtros no Stories do Instagram.....	16
2.5 Autoestima feminina.....	18
2.6 Pressão Estética.....	21
2.7 Metodologia.....	25
<b>3. MEMORIAL.....</b>	<b>39</b>
3.1 Concepção E Pré-Produção.....	39
3.2 Personagens.....	40
3.2.1 Personagem 01.....	40
3.2.2 Personagem 02.....	40
3.2.3 Personagem 03.....	40
3.2.4 Personagem 04.....	41
3.2.5 Personagem 05.....	41
3.3 Roteiro.....	41
3.4 Produção.....	61
3.4.1 Gravações.....	61
3.4.1 Identidade Visual.....	61
3.4.2 Equipe E Funções.....	62
3.4.3 Lista De Equipamentos.....	63
3.5 Viabilidade.....	63
3.5.1 Viabilidade Econômica.....	63
3.5.2 Viabilidade Mercadológica.....	65
3.5.3 Público-Alvo.....	68
3.6 Pós-Produção e Finalização.....	68
3.6.1 Decupagem.....	68
3.6.2 Montagem.....	69
3.6.3 Animações.....	69
3.6.4 Sonorização.....	69
3.6.5 Finalização.....	69
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>70</b>

<b>REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO.....</b>	<b>72</b>
<b>ANEXO A - PRÉ-PROJETO TCC.....</b>	<b>75</b>
<b>ANEXO B - TERMOS DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ.....</b>	<b>125</b>

## INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso, tem como objetivo contar histórias reais de mulheres que tiveram a autoestima impactada pelas redes sociais de alguma forma e assim, conscientizar o uso responsável pelos seus usuários e criadores, apresentando a realidade das mulheres que foram influenciadas por procedimentos estéticos invasivos e suas consequências.

A pressão estética que as mulheres sofrem na sociedade é algo que podemos analisar em sociedades patriarcais e que afeta diretamente a autoestima de cada uma. Como grandes responsáveis por disseminar essas ideias de padronização das mulheres, nós temos a mídia em todas as suas formas. Revistas, programas televisivos, radiológicos e a internet usam o seu poder de compartilhar conteúdos massivos para disseminar uma beleza padrão, muitas vezes inalcançável de forma natural.

O auxílio de programas como o Photoshop para modificar questões tabu no mercado comercial, como manchas, gorduras, pelos, entre outras coisas que são partes naturais das mulheres é comum. Assim, as mídias não exploram a pluralidade que o ser feminino pode atingir em toda a sua totalidade.

A forma aparentemente inofensiva que os filtros chegaram na vida de seus usuários escondia o sério impacto que ele traria em suas autoestimas. O Photoshop que antes era feito por publicitários, chegou ao alcance das mulheres de forma mais acessível do que nunca. Afinar o nariz, diminuir a bochecha, puxar os olhos e clarear a pele, é algo alterado em segundos, os filtros mostram uma versão pessoal completamente nova para nós mesmas e muitas vezes melhor, já que está cada vez mais próxima do padrão estético compartilhado pela grande mídia. As consequências disso, além da baixa autoestima, é a realização de cirurgias plásticas feitas de forma irresponsável, por empresas que visam apenas o lucro.

O uso inconsequente de filtros pode ser reconhecido quando nós conhecemos mulheres pessoalmente, que no universo digital são irreconhecíveis. Ao mesmo tempo, não acredito ser justo julgar tais mulheres que muitas vezes tomam atitudes impulsivas para estar cada vez mais próximas do padrão de beleza impulsionado pela mídia em geral.

A criação do mini documentário tem como objetivo compartilhar vivências e humanizar mulheres que são influenciadas e tomam atitudes para mudar suas aparências por conta dos filtros e até mesmo, mostrar de forma humanizada mulheres que tem suas autoestimas diminuídas por conta dos filtros.

Dessa forma, gostaria de mostrar para outras mulheres como o natural é bonito e que mostrar a pluralidade de nossas aparências físicas é importante para inspirar outras mulheres, mas ao mesmo tempo é um grande desafio, visto que cotidianamente somos influenciadas pela pressão estética que está intrínseca ao nosso dia a dia e tenta nos mostrar que a forma como somos naturalmente não é a correta.

## **2.0 REFERENCIAL TEÓRICO**

Neste capítulo será abordado uma revisão bibliográfica dos temas centrais deste trabalho, primeiro as informações sobre o Instagram, posteriormente entendemos sobre a funcionalidade dos filtros nos Stories e finalizando com a autoestima feminina e a pressão estética.

### **2.1 INSTAGRAM**

Há quem não imagine que o Instagram teve sua criação realizada em parceria com um brasileiro. A rede deu seu primeiro passo em 2010 através dos criadores Kevin Systrom e pelo paulistano Mike Krieger.

Em apenas um ano de existência, a rede já se mostrava extremamente promissora na App Store, contando com 10 milhões de usuários. Ainda disponível apenas para os produtos Apple, o Instagram foi vendido para o Facebook em 2012 pelo valor de 1 bilhão de dólares. Em seguida, ele foi disponibilizado para usuários do sistema Android.

Atualmente, a rede apresenta diversas funcionalidades diferentes, mas no início, seu principal negócio era o feed de fotos e as interações como curtidas e compartilhamentos. Para se ter uma ideia, a possibilidade de compartilhar vídeos com até 15 segundos no feed, chegou no ano seguinte, em 2013, junto a funcionalidade de troca de mensagens diretas, chamada de Instagram Direct, popularmente conhecida como “DM”.

Porém o Snapchat foi um divisor de águas para implementar novas opções de produzir conteúdo na rede. Em 2016, com os empecilhos para a compra do concorrente, o Instagram adicionou a funcionalidade de Stories, onde os conteúdos são produzidos na vertical e desaparecem após o período de 24 horas da postagem.

Depois disso, muitas funcionalidades foram implementadas até os dias atuais. É possível criar vídeos ao vivo com duração de até 1h, com até três convidados e mantê-lo salvo no IGTV, uma espécie de Youtube própria da rede, onde os usuários podem adicionar vídeos comuns de até 15 minutos produzidos na vertical.

Com o crescimento do empreendedorismo, a rede ainda implementou a função “Loja” onde os usuários podem cadastrar seus produtos e criar uma espécie de catálogo para impulsionar as vendas. No momento, ainda não há a opção de realizar o pagamento na própria plataforma.

Outra atualização recente é o “Reels”, mais uma vez observando as redes concorrentes, como o Tik Tok e o Kwai. Nessa funcionalidade os vídeos são criados na vertical e tem sua própria linguagem, sendo objetivos, com cortes rápidos, trilhas musicais e normalmente, bom humor.

Com toda essa variedade de possibilidades de produção de conteúdo, podemos observar algo que todas as redes procuram fazer, mas ainda é um ponto que chama a atenção no Instagram. A rede está em uma constante corrida para monopolizar todas as funcionalidades das redes concorrentes e fazer o máximo para deixar o usuário logado o maior tempo possível. Não haver a possibilidade de incluir links diretos saindo das postagens é uma prova disso.

Segundo relatório publicado pela empresa, atualmente 800 milhões de pessoas utilizam a rede social, um crescimento de 7900% em onze anos. A rede ainda é uma das mais acessadas no país e desde 2015, os brasileiros estão em destaque. Atualmente nossa participação se mantém maior que a média global.

Com o rápido crescimento e o baixo custo de investimento, o Instagram é atualmente um dos principais veículos para a publicidade de empresas de todo o mundo e com isso começaram a surgir também os influenciadores.

Pessoas comuns que por terem a facilidade de compartilhar suas vivências com rapidez, em qualquer horário do dia e através de muitas ferramentas diferentes dentro da mesma plataforma, se mostraram mais reais e se conectaram mais com o público do que qualquer outra forma de publicidade, possibilitando uma nova forma de vender produtos com mais autonomia que a televisão, o rádio ou as outras redes.

A intenção é boa, mas muitas pessoas não se dão conta do poder que têm em mãos sendo influenciadoras e o impacto social disso pode ser devastador para muitas pessoas no mundo offline.

As marcas não deixaram de se aproveitar dessa nova forma de vender mais e apostaram forte nessas novas garotas propagandas. Os chamados publis, merchans ou jabás, são vistos com frequência na rede e se adequam ao nicho da influenciadora.

O perigo se apresenta quando podemos ver propagandas de itens que mexem com a autoestima das usuárias, como o incentivo à realização de procedimentos estéticos ou até mesmo cirurgias plásticas.

No dia dez de abril de 2021 a VEJA SP publicou a matéria “Cirurgiã é suspensa após compartilhar vídeos com pele de pacientes no TikTok”, compartilhando o caso de uma cirurgiã plástica, que atuava em Ribeirão Preto/SP e teve seu registro para exercer a profissão temporariamente suspenso pelo Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo (Cremesp). A cirurgiã compartilhava em suas redes sociais vídeos mostrando pedaços de pele e gordura humana após cirurgias.

Figura 1- Prints censurados da cirurgiã segurando pedaços de gordura humana.



Fonte: Matéria “Cirurgiã é suspensa após compartilhar vídeos com pele de pacientes no TikTok”, publicada pela VEJA São Paulo em 10 de Abril de 2021.

Ações menos extremas, como compartilhar corpos perfeitos nas redes, também têm impacto na vida de milhares de usuárias. Como o Relatório Global de Autoconfiança Feminina Dove (Dove Global Beauty and Confidence Report) confirma que 7 em cada 10 garotas, acham que as imagens na mídia são alteradas e mesmo tendo conhecimento de que o que veem não é real, os impactos ainda são imensuráveis.

Uma atenção especial deve ser dada a esse dado, visto que no período de quarentena que estamos passando a mais de um ano, a presença com pessoas fora das redes é evitada por ter se tornado um risco a nossa saúde por conta do COVID-19, as pessoas tem passado mais tempo nas redes.

Alan Landecker, cirurgião plástico e membro titular da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), comentou em uma matéria intitulada “Cirurgião relata como redes sociais influenciam procedimentos estéticos” e publicada em 25/03/2021 pelo site “Dr. Jairo Bouer”, que já chegou a receber em seu consultório pacientes em busca de procedimentos que os deixassem com corpos parecidos com os de celebridades.

Alan ressalta que as fotos servem como um exemplo para as seguidoras se espelharem. A partir do momento que a pessoa vê que a influencer fez um procedimento e quer imitar.”

Com o relato do cirurgião Alan Landecker, podemos entender melhor como as imagens nas redes são criadas para serem perfeitas, os filtros, maquiagens e edição contribuem e muito para isso. A rede que se tornou um negócio precisa ter mais responsabilidade nos conteúdos que são publicados e geridos.

Há relatos de que ao orçar um procedimento com um grande centro de estética paulistano, inclusive recomendado por muitas influenciadoras da rede, e o tratamento que teve foi mais rápido e padronizado do que se estivesse comprando algo simples, como um fast food.

Um ano após o constante incentivo a um procedimento estético específico, a bichectomia que nesse centro de estética sai por R\$4.000, já podemos ter contato com mulheres do mundo todo arrependidas de terem se submetido a tal ato, como a

Luciana Felix (@lucianasetrafelix no instagram), conhecida digitalmente como Lully, que compartilhou o seu triste relato no Instagram:

“Eu tinha um pouco de Papada antes, que hoje descobri pelo cirurgião plástico especialista em rosto que na verdade eu tenho o queixo menor e faz da essa papada, mas não é gordura! E pele. Não tinha a pele caída na Bochecha. Não Tinha Bigode chinês! Minha maçã do rosto era Saltada . Eu já tinha uma leve marcação na bochecha. 😞

Hoje tenho um buraco Na bochecha ,Minha maçã do rosto Caiu . tenho Bigode Chinês!.Tenho mais papada pelo fato da pele está caída!!!tenho flacidez.

E Como vê até a minha Boca ficou torta.

Tudo isso depois de apenas uma cirurgia! BICHECTOMIA”  
(FELIX, 2020)

Figura 2- Antes e depois da bichectomia da Lully



Fonte: Instagram pessoal @lucianasetrafelix

Os impactos ao incentivo desenfreado de procedimentos estéticos ainda não são todos conhecidos por serem ainda muito recentes, mas é importante se questionar até onde vai a preocupação com o lucro de uma rede social que sabe que influencia a vida offline das pessoas.

## **2.2 FILTROS NO STORIES DO INSTAGRAM**

A ideia de colocar uma máscara digital facial chegou no Instagram em 2016 através dos stories, uma das formas de produzir conteúdo que a rede apresenta, onde as postagens são produzidas na vertical e ficam disponíveis por 24 horas.

Foi então que uma nova possibilidade se abriu quando o Instagram permitiu que pessoas comuns criassem seus próprios filtros de realidade aumentada e ainda lhes forneceu a ferramenta perfeita para fazer isso, não precisando ser nenhum desenvolvedor. O Spark AR Studio é um programa disponível para Windows e Mac, que além de ser gratuito, ainda oferece diversos tutoriais para ajudar seus usuários a se desenvolverem ainda mais na ferramenta.

Com um programa disposto de forma tão acessível, influenciadores e marcas já começaram a trabalhar para oferecer seus próprios filtros e crescer ainda mais na rede social, dessa forma um novo negócio começou a entrar em vigor, atualmente há influenciadores especializados apenas na criação de filtros para outros influenciadores.

Dessa forma, a padronização da beleza se intensificou ainda mais nas redes, onde o diferencial frente a televisão era a aproximação da realidade de diferentes pessoas, o visual de cada uma começou a se tornar cada vez mais parecido com o outro.

Na pesquisa realizada para esse trabalho, podemos analisar através dos dados que na pergunta de número 2, as respostas com teor positivo foram maioria quando questionadas sobre o uso do filtro no dia a dia.

Enquanto a pergunta de número 3, que questionava sobre a auto estima SEM o uso dos filtros, as respostas tiveram um teor negativo, tendo em sua maioria (55,6%) a resposta “Bem! Eu gosto da minha aparência natural” ou “Mal! Sinto que tem alguns detalhes que eu preciso usar filtros para me sentir melhor” com 31,4% das respostas.

Mesmo que os filtros estão evoluindo para parecerem cada vez mais naturais, ainda é perceptível quando as pessoas o usam. Na pergunta de número 5, quando se é questionado a frequência que elas notam que as pessoas da rede estão usando filtros faciais, 59,7% das mulheres que responderam a pesquisa enfatizaram que sempre notam o uso dos filtros e a segunda maior porcentagem também vem com teor positivo, “Quase sempre” notam, totalizando 92,8% das respostas.

E quando são questionadas sobre o desejo de realizar um procedimento estético por conta da influência dos filtros, como na pergunta nove, pode-se observar a expressiva resposta negativa, 70,4% das mulheres sequer pensaram em realizar um procedimento porque viu outra pessoa do meio digital fazendo, mas 29,6% delas ou 82 mulheres, responderam positivamente à pergunta, o que mesmo sendo minoria na porcentagem, é um alto número de pessoas.

A facilidade de realizar tais procedimentos é algo ainda mais atrativo, visto que a bichectomia por exemplo, pode ser realizada em um consultório dentista e o procedimento é vendido como um simples corte dentro da boca, sob anestesia local e as bolas de Bichat são retiradas em apenas uma consulta, sem deixar cicatriz visível.

Resultado disso é o aumento do procedimento como a matéria “Padrão de beleza com rosto mais fino aumenta procura pela bichectomia” publicada pelo G1 em 03/09/2019, escrita pela jornalista Renata Rodrigues (MTB: 44.393) e com o apoio da dentista Roseane Palopoli Bagli (CROSP: 78673) exemplificam com dados:

O último censo sobre cirurgia plástica no Brasil, realizado pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), estimando o aumento da procura pela bichectomia em 14,25% entre 2014 e 2016. (G1 2019)

Além disso, de acordo com o Censo de 2016 da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, a busca por procedimentos estéticos não cirúrgicos, como a bichectomia, aumentou em 360% no Brasil. Já em 2017, um estudo da Academia Americana de Cirurgiões Plásticos apresentou que 55% das pessoas que fizeram rinoplastias em 2017 tinham o desejo de sair melhor em selfies.

Em 2019, o Instagram derrubou efeitos que modificam tanto o rosto a ponto de parecer uma cirurgia plástica e parou de aprovar o lançamento de novos filtros com o mesmo intuito. Uma nova função onde os usuários podem denunciar filtros que são considerados uma violação das políticas da rede social também foi lançada.

Mesmo com essas ações da rede, no ano de 2021 as consequências do uso desenfreado dos filtros e a aliança com os influenciadores, causou ações extremas em países como o Reino Unido, onde as autoridades proibiram o uso dos filtros em publicações de cunho publicitário, com o objetivo de prevenir que os efeitos realcem de modo exagerado os resultados do produto em questão. A decisão se aplica a todas as marcas, influenciadores e celebridades.

Alguns influenciadores celebraram a notícia e entendem a responsabilidade que exercem, uma delas é a modelo e influenciadora Sasha Pallari, criadora da #FILTERDROP que incentiva o compartilhamento de peles reais na internet. Ela disse para a BBC:

"Eu sinto que o efeito negativo dos filtros sobre os usuários das redes sociais foi finalmente levado a sério. Este é um grande passo na direção certa sobre como os filtros são usados e a forma como os cosméticos são anunciados online." (PALLARI, 2021)

A autoestima e a saúde mental dos usuários das redes parecem estar sendo mais valorizadas em ações como essas, porém é necessário entender que algumas atitudes aconteceram anos depois do lançamento da funcionalidade, quando muitas das consequências já são irreversíveis para a saúde física e mental de muitas mulheres.

## 2.3 AUTOESTIMA FEMININA

Segundo o dicionário Aurélio, autoestima significa:

“apreço ou valorização que uma pessoa confere a si própria, permitindo-lhe ter confiança nos próprios atos e pensamentos”.  
(AURELIO,2019)

Construí-la é um trabalho individual que sofre grande influência social no cotidiano e depende de uma boa dose de autoconhecimento.

O filósofo Sócrates certa vez disse:

“Ainda não cheguei a ser capaz, como recomenda a inscrição délfica, de conhecer a mim próprio. Parece-me ridículo, pois, não possuindo eu ainda esse conhecimento, que me ponha a examinar coisas que não me digam respeito. Não são as fábulas que investigo: é a mim mesmo.” (SÓCRATES)

Portanto, a autoestima também pode ser reconhecida como uma visão consciente ou inconsciente de nós mesmos que influencia na forma como entendemos as coisas à nossa volta, elas se tornam extensões de nós mesmos.

A autoestima pode ser alta ou baixa e cada uma delas tem consequências diferentes na vida do ser humano que a carrega. Por exemplo, uma pessoa com alta autoestima reconhece suas qualidades boas e ruins, não se importa com o que as pessoas à sua volta pensam sobre ela e está sempre à procura de se desenvolver. Os benefícios de se ter uma boa autoestima, são muitos como podemos notar.

Já pessoas com baixa autoestima estão em constantemente preocupação com a percepção que o outro tem dela. Nas mulheres essas características são ainda mais comuns com seu intelecto, mas também com sua aparência física e uma grande responsável por isso, é o padrão estético.

Impulsionado pela pressão social e pela mídia, o padrão estético influencia o dia a dia das mulheres de forma inconsciente e traz consequências tanto para a sua autoestima, como para o seu convívio social e a sua saúde, física e mental.

Segundo o Relatório Global de Autoconfiança Feminina Dove (Dove Global Beauty and Confidence Report) divulgado pela marca, em 2016, 8 em cada 10 mulheres desistem de compromissos importantes, como encontros e eventos com os amigos, por não se sentirem bem com a própria aparência. 7 em cada dez, param de comer ou colocam a sua saúde em risco.

Em contrapartida, é mais provável que 78% das mulheres com alta autoestima se achem bonitas, mesmo que elas pareçam diferentes das imagens na mídia, o que mostra que uma boa autoestima impacta na forma como ela absorve as informações para si.

É importante entender como as mulheres também podem se sentir com a influência do filtro. Na pesquisa realizada para esse trabalho, a pergunta seis questionava se as mulheres se sentem melhores se olhando com um filtro do que no espelho e as respostas foram bem acirradas. 51,4% das mulheres responderam que se sentem melhor com os filtros, enquanto 48,6% responderam que preferem se olhar no espelho. Essas respostas nos fazem questionar o impacto que os filtros exercem sobre a vida de cada pessoa.

Um questionamento mais conectado à autoestima é o questionamento 7 também realizado para esse trabalho, onde foi questionado: “Você sente que quando está consumindo muitos conteúdos online, a sua autoestima diminui?”. A maioria das mulheres (68,7%) responderam que sim, sentem que sua autoestima diminui quando está consumindo muitos conteúdos online. Essa é uma consequência direta é perceptível na vida das mulheres que prejudica o seu dia dia, já que a autoestima baixa pode ter resultados negativos na vida, além do online para as mulheres.

Em conexão com o desenvolvimento da autoestima feminina, estão a autoimagem e a autorrealização. Como citado acima, a autoimagem e a forma como nos vemos, é grandemente influenciada pelo padrão estético que é disseminado pela mídia e pela sociedade. E a autorrealização é o desejo de aproveitar todo o potencial

interior para fazer tudo o que o ser humano é capaz de conseguir, é se desafiar, conquistar e celebrar os seus feitos.

Entendendo que a autoestima é construída em conexão à autoimagem e à autorrealização, nós devemos reconhecer as consequências de viver em uma sociedade machista e em um sistema sociopolítico onde o poder pertence aos homens e não em equidade as mulheres.

Essa desigualdade resulta em consequências que vêm dos homens sobre as mulheres. Podemos listar como resultado da opressão a competição feminina, que faz com que mulheres compitam entre si em quesitos físicos e intelectuais, como consequência o transtorno de imagem, que é uma condição mental relacionada a uma preocupação exagerada com a própria imagem, pode ser uma das consequências podendo levar ao uso desenfreado de filtros e no futuro cirurgias plásticas compulsórias.

## **2.4 PRESSÃO ESTÉTICA**

A pressão estética é um conjunto de regras tácitas à sociedade que impõem restrições aos seres humanos, mas, em sociedades patriarcais, muitas das regras mais inatingíveis recaem sobre as mulheres.

Essa pressão faz as mulheres questionarem a todo o momento se não estão gordas ou magras demais, com muitas manchas no rosto, se os pelos estão sem depilar, se as unhas estão com cutículas grandes, se os cílios estão sem alongamento, se o cabelo está mal penteado ou pintado. Necessidades que culturalmente mudam e que não são realmente necessárias para nos manter vivos, viram cobranças que impõe preocupações e se as mulheres pensam demais nelas, se tornam fúteis e superficiais.

O recente reencontro da série americana “Friends” rendeu uma matéria extensa no site El País intitulada: “O reencontro de ‘Friends’ ou como é fácil envelhecer em Hollywood se você é homem”, escrito por Eva Guimil onde ela comenta o fato da palavra “botox” ter aparecido quase o mesmo número de vezes que “nostalgia”.

Enquanto os homens também envelheceram 17 anos desde a última temporada de Friends e essa mudança foi mais do que perceptível, afinal é natural a qualquer ser humano, a mudança das mulheres foi a mais comentada, como Eva cita em seu texto:

“Aniston, Cox e Kudrow não podem se permitir envelhecer, pois correm o risco de que os telefones de seus agentes parem de tocar. Chegaram para o evento em plena forma porque sempre têm que estar assim, é sua obrigação como estrelas femininas. Se o reencontro tivesse ocorrido há 10 anos, assim estariam, e também há cinco anos ou no ano passado, e se um comando da gravação as tivesse acordado no meio desta madrugada para levá-las a um set às três da manhã, é provável que as teria encontrado com os cabelos perfeitamente hidratados e uma manicure perfeita. Elas não podem se dar ao luxo de baixar a guarda.” (GUIMIL, 2021)

Mesmo com a fama e fortuna acumuladas em anos de trabalho, as mulheres de Hollywood precisam seguir o padrão estipulado pela grande mídia para se manter no poder e a forma como isso é desumano é comentada por Lara Vascounto para o site Nó de Oito, no texto intitulado: “Personagens Empoderadas e... Misóginas? Uma Reflexão sobre Misoginia Internalizada na Cultura Pop”:

“[...] talvez a ditadura da beleza imposta sobre as mulheres seja a engrenagem sexista que mais sutilmente nos destitui de poder. Em primeiro lugar, porque coloca como o ideal mais importante de nossas vidas algo que é subjetivo, variante e efêmero. Em segundo lugar, porque arranca de nós tempo, energia e recursos que poderiam ser utilizados em outras ocupações e melhoramentos pessoais mais importantes. E por último, mas não menos importante, porque cria seres inseguros, de baixa autoestima e eternamente dependentes de aprovação externa. O coquetel perfeito para a submissão.” (VASCOUTO, 2018)

Além da submissão e da prisão que a pressão estética traz para a vida das mulheres, as consequências físicas e mentais que ela causa são relatadas como irreversíveis e os filtros ajudam cada vez mais a introduzir esses detalhes físicos e supérfluos com cada vez mais facilidade na vida de mulheres reais, que não tem toda a cobrança de Hollywood, mas tem de uma sociedade inteira e sofre as consequências dela. Como é citado no artigo intitulado: Da imagem da mulher imposta pela mídia como uma violação dos direitos humanos, publicado pela Revista da Faculdade de Direito UFPR:

“Alcançar tal padrão de beleza é utópico e isto produz situações de agravo mental e físico, que se inicia na infância, se estendendo à adolescência, vida adulta e terceira idade (VIANNA, 2005).”

Na pesquisa realizada para embasar esse trabalho, a última questão que era aberta e intitulada: Você tem algum comentário sobre filtros que gostaria de compartilhar? Recebeu as seguintes respostas:

“Eu odeio tirar fotos com filtro ou sem filtro, pois me considero feia do mesmo jeito.”

O modo como a pressão estética influencia os seres humanos, podem inviabilizar a beleza natural de cada um, deixando a autoestima cada vez mais baixa a ponto de não registrar fotos de si mesmo.

“Filtros mais leves suavizam o rosto cansado”

O “rosto cansado” citado tem diferentes interpretações para cada pessoa, porém com o uso dos filtros e da pressão estética, uma expressão natural do rosto é vista como negativa para alguns.

“Os filtros que eu mais gosto geralmente são aqueles que dão só uma corzinha de saúde (...)”

A “corzinha de saúde” é outro exemplo de ação natural do corpo humano que é buscada através do filtro.

“(...) Quando uso filtro começo perceber defeitos na minha aparência sem filtros que antes não via.”

O uso dos filtros pode desencadear consequências ruins na vida das pessoas, como já citado anteriormente e é enfatizado nessa triste frase que foi compartilhada

na pesquisa. As pessoas podem notar “defeitos” na aparência que antes não existiam, mas que com o uso dos filtros é revelada.

“(…) Sinto que constantemente venho me comparando fisicamente com mulheres lindas e que são o padrão de beleza. Os filtros me ajudam a me sentir como elas!”

A comparação por si só pode ser intencional, mas deve ser questionada, afinal cada ser humano deve defender a sua singularidade frente às outras pessoas, porém aqui, pode-se notar que os filtros a ajudam a chegar ao ideal de beleza que é visto nas redes sociais, deixando todos muito parecidos fisicamente.

“A maioria dos filtros alteram a cor da minha pele deixam mais "branca", além de que depois de comparar fotos com e sem filtro sempre bate as críticas de como minhas características poderiam ser diferentes, para eu ser mais bonita. Logo, acabo evitando tirar fotos minhas.”

Um caso antes não citado durante essa pesquisa, mas sim no último questionamento é a invisibilização da ancestralidade que os filtros trazem, embranquecendo o tom de pele, além de apagar a autoestima das mulheres, como essa que deixou de tirar fotos.

“Além de colocar expectativas muito altas em si mesmas, as pessoas colocam pressão na maneira como veem os outros também.”

Quando as cobranças que compartilhamos como indivíduos, transborda para o outro há a possibilidade de prejudicar a cadeia que se volta contra o indivíduo, já que a cobrança do outro recai sobre ele também.

Se faz necessário entender que há um sistema muito maior que nós mesmas se movimentando para que as coisas se mantenham como são e que não é de responsabilidade das mulheres serem apontadas como erradas quando procuram por procedimentos estéticos ou usam filtros e encontram “defeitos” que não encontravam antes deles, quem deve ser realmente responsabilizado é quem controla esse sistema que vê nossos corpos como produtos ambulantes.

### 3.0 METODOLOGIA

A metodologia pode ser definida como o processo de produção e coleta de dados a serem analisados para a obter a solução ou ainda mais informações sobre o problema do projeto, sendo a base da direção do trabalho. Seu principal objetivo é possibilitar a escolha do melhor caminho para que o estudo seja realizado de forma mais prática e científica, indicando o funcionamento do procedimento para cada tipo de pesquisa com seus diferentes objetivos. Assim ela é muito importante para a realização de qualquer trabalho, auxiliando para que as informações encontradas sejam compartilhadas de modo coerente.

Nesse projeto, a metodologia se aplicou no formato de pesquisas qualitativas e bibliográficas, criando assim um ambiente de maior entendimento sobre o tema pesquisado, evitando achismos. Assim podemos entender melhor como os filtros afetam a vida de centenas de mulheres através de dados, além de entender melhor o tema através de livros e artigos relacionados ao tema.

Inicialmente, foi criada uma pesquisa qualitativa, que é o principal pilar de pesquisa em que esse projeto é baseado, além de desenganar alguns preconceitos definidos acerca do tema. O livro “Métodos de Pesquisa”, publicado em 2009 compartilha a citação da socióloga e pesquisadora brasileira, Maria Cecília de Souza Minayo explicando a pesquisa qualitativa:

A pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. (MINAYO, 2001)

Como os dados coletados são influenciados diretamente pelas pessoas pesquisadas, é importante entender que essa pesquisa representa uma parcela de opiniões que poderiam diferir, caso o objeto de pesquisa fossem outras mulheres, assim entendemos que os seres são individuais e tem opiniões próprias. Abaixo estão listados outros pontos de atenção que o livro “Métodos de Pesquisa” traz:

Entretanto, o pesquisador deve estar atento para alguns limites e riscos da pesquisa qualitativa, tais como: excessiva confiança no investigador como instrumento de coleta de dados; risco de que a reflexão exaustiva acerca das notas de campo possa representar uma tentativa de dar conta da totalidade do objeto estudado, além de controlar a influência do observador sobre o objeto de estudo; falta de detalhes sobre os processos através dos quais as conclusões foram alcançadas; falta de observância de aspectos diferentes sob enfoques diferentes; certeza do próprio pesquisador com relação a seus dados; sensação de dominar profundamente seu objeto de estudo; envolvimento do pesquisador na situação pesquisada, ou com os sujeitos pesquisados. (SILVEIRA e CÓRDOVA, 2009, p.32)

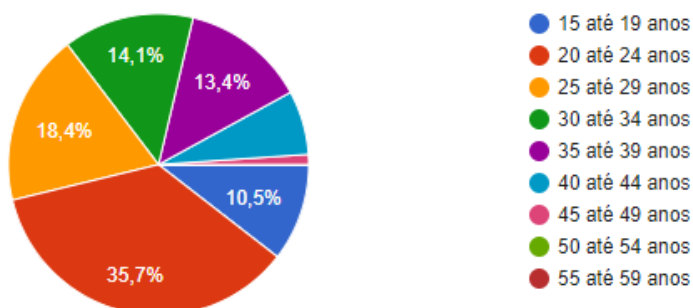
Foi desenvolvido então um questionário contendo doze perguntas destinadas ao público feminino, a fim de entender como os filtros e o uso das redes sociais influenciam a autoestima de cada uma e as consequências que esse uso pode resultar. Os dados da pesquisa foram captados em diferentes grupos nas redes sociais e destinado a mulheres de todas as idades. Abaixo estão as perguntas, os resultados e a análise de cada pergunta, seguindo os cuidados citados acima. A pesquisa teve no total 278 respostas de mulheres brasileiras:

### 1- Quantos anos você tem?

Figura 3- Gráfico de setores referente à questão um

Quantos anos você tem?

277 respostas



Fonte: do autor.

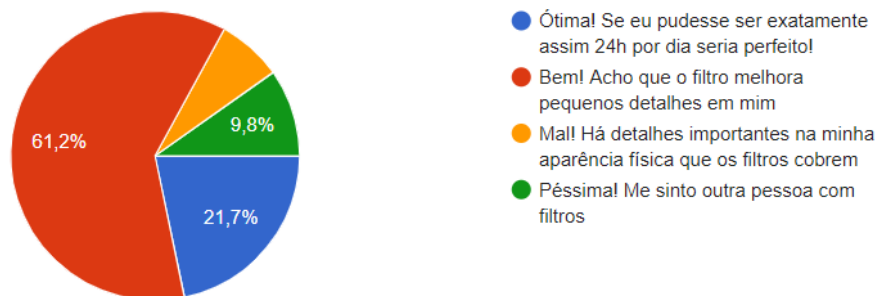
A primeira pergunta tinha como objetivo entender a idade das mulheres respondentes. Obtivemos como resultado a maior porcentagem de 35,7% com mulheres de 20 até 24 anos, em seguida, mulheres com 25 até 29 anos somaram 18,4%, em terceiro lugar mulheres de 30 até 34 anos somaram 14,1% e logo atrás, mulheres de 35 até 39 anos somaram 13,4%. 10,5% das mulheres tinham de 15 até 19 anos e ao fim somando 8%, estavam as mulheres de 40 até 49 anos.

## 2- Como você se sente olhando sua imagem COM filtros?

Figura 4- Gráfico de setores referente à questão dois

Como você se sente olhando sua imagem COM filtros?

276 respostas



Fonte: do autor.

O objetivo do segundo questionamento é entender se as mulheres se sentem piores ou melhores olhando sua imagem utilizando os filtros. Dessa forma, pudemos observar que 61,2% das mulheres optaram pela resposta “Bem! Acho que o filtro melhora pequenos detalhes em mim”, enquanto 21,7% responderam “Ótima! Se eu pudesse ser exatamente assim 24h por dia seria perfeito!”. As respostas com teor negativo foram as minorias selecionadas, somando 9,8% para “Péssima! Me sinto outra pessoa com filtros” e 7,2% para “Mal! Há detalhes importantes na minha aparência física que os filtros cobrem”.

82,9% das mulheres optaram pelas respostas positivas em relação a observar suas imagens com filtros, alegando que eles melhoram pequenos detalhes em suas

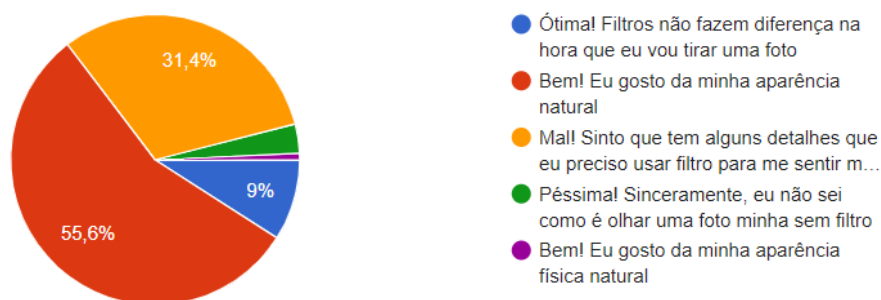
aparências, até relatar que gostariam de ser exatamente como eles mostram 100% do tempo.

### 3- Como você se sente olhando sua imagem SEM filtros?

Figura 5- Gráfico de setores referente à questão três

Como você se sente olhando sua imagem SEM filtros?

277 respostas



Fonte: do autor.

O objetivo do terceiro questionamento é entender se as mulheres se sentem piores ou melhores olhando sua imagem sem os filtros. Liderando as respostas com 55,6%, está a resposta “Bem! Eu gosto da minha aparência natural”, em seguida com 31,4% responderam “Mal! Sinto que tem alguns detalhes que eu preciso usar filtro para me sentir melhor”, 9% optaram por “Ótima! Filtros não fazem diferença na hora que eu vou tirar uma foto” e 3,2% optaram pela opção “Péssima! Sinceramente, eu não sei como é olhar uma foto minha sem filtro”.

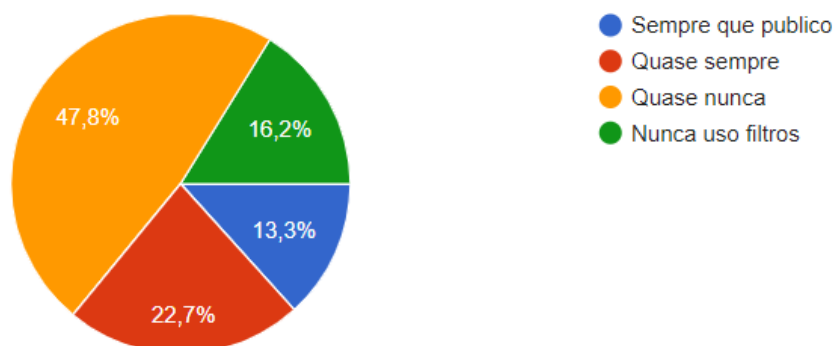
Assim, podemos observar que as respostas com teor negativo tiveram uma grande diferença do seu oposto. Enquanto as respostas positivas somaram 65,3%, as com teor negativo somaram 34,6%.

#### 4- Com que frequência semanal você posta fotos do seu rosto usando filtros?

Figura 6- Gráfico de setores referente à questão quatro

Com que frequência semanal você posta fotos do seu rosto usando filtros?

278 respostas



Fonte: do autor.

O objetivo da quarta pergunta é entender a frequência com que as respondentes publicam fotos pessoais utilizando os filtros. Dessa forma podemos analisar também como elas são influenciadas por essa ferramenta e a propagam.

A opção “Quase nunca” liderou as respostas com 47,8%. A opção contrária veio logo atrás, “Quase sempre” teve 22,7% das respostas. 16,2% das respondentes optaram por “Nunca uso filtros” e a minoria com 13,3% optou pela opção “Sempre que publico”.

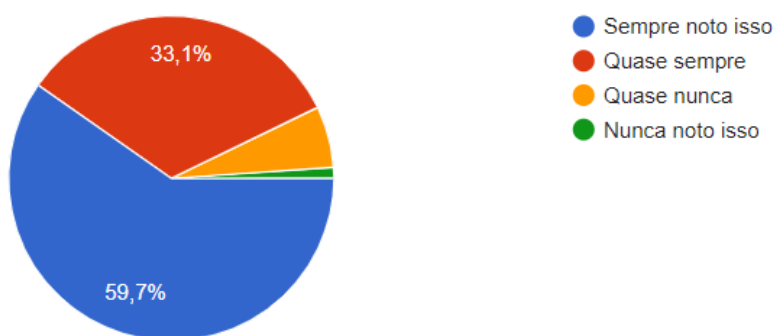
Assim, podemos entender que pode haver uma relação saudável das respondentes com os filtros, visto que os dados apontam que a maioria das mulheres, somando 64% nunca usam filtros ou o usam quase nunca.

## 5- Com que frequência você nota que as pessoas que você segue nas redes estão usando filtros faciais?

Figura 7- Gráfico de setores referente à questão cinco

Com que frequência você nota que as pessoas que você segue nas redes estão usando filtros faciais?

278 respostas



Fonte: do autor.

A quinta pergunta nos traz a percepção das mulheres sobre o dia a dia delas nas redes sociais. Aqui gostaríamos de entender a frequência que elas notam que as pessoas nas redes utilizam filtros sociais, já que a familiaridade pode ser tanta, que esse detalhe pode passar despercebido e pelas perfeitas podem se tornar a realidade, quando não são.

59,7% das respondentes, sempre notam esse detalhe e 33,1%, quase sempre notam, o que mostra que muitas vezes os filtros além de irreais, não se mostram naturais ao dia a dia das redes.

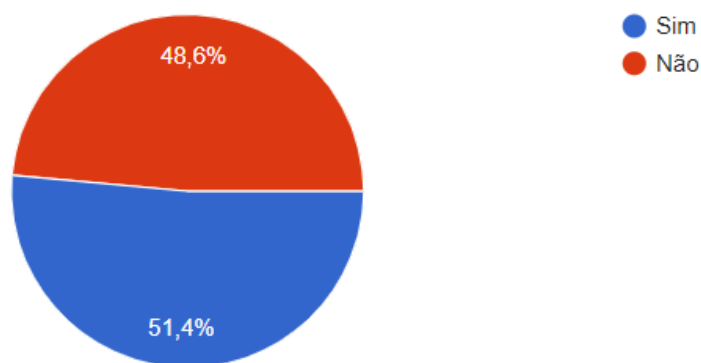
As respostas negativas foram minoria, 7,2% das respondentes, quase nunca ou nunca notam isso.

## 6- Você se sente melhor se olhando com um filtro do que no espelho?

Figura 8- Gráfico de setores referente à questão seis

Você se sente melhor se olhando com um filtro do que no espelho?

278 respostas



Fonte: do autor.

O objetivo dessa pergunta é entender se as mulheres se sentem melhores olhando suas aparências no espelho ou em um filtro. Porque mesmo sendo possível notar a diferença de quem usa e não usa filtro nas redes e se sentindo em sua maioria bem, sem o uso de filtros, 51,4% das mulheres ainda responderam que se sentem melhor se olhando com um filtro do que no espelho, enquanto 48,6% optaram pela opção contrária.

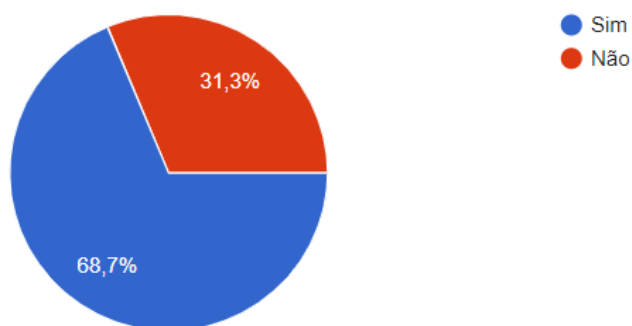
Isso nos mostra o impacto dos filtros no nosso dia a dia que parece ser imperceptível, mas que nos tiram do habitual, já que a ação de se olhar no espelho é mais fácil, porém mais dolorosa para a maioria das mulheres que responderam a pesquisa, e embora possam optar por publicar fotos normalmente sem filtros, ainda se sentem melhores com eles.

## 7- Você sente que quando está consumindo muitos conteúdos online, a sua autoestima diminui?

Figura 9- Gráfico de setores referente à questão sete

Você sente que quando está consumindo muitos conteúdos online, a sua autoestima diminui?

278 respostas



Fonte: do autor.

A sétima pergunta tem como objetivo entender a autoestima das mulheres para além dos filtros, mas também a sua relação com o mundo virtual e as pessoas que utilizam filtros e o fazem ser algo usual no dia a dia nas redes, diminuindo o poder da realidade onde as pessoas são menos editadas.

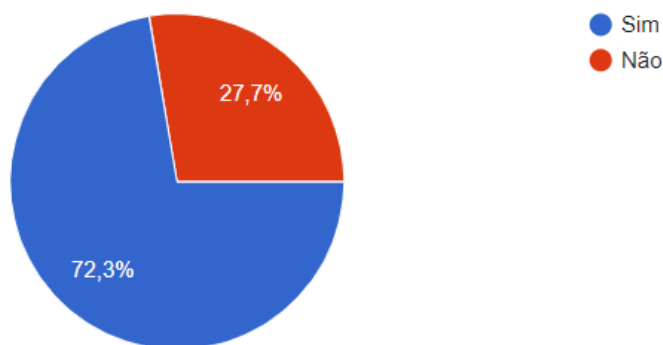
A pesquisa nos mostrou que 68,7% das mulheres sentem que sua autoestima diminui quando consome muitos conteúdos online, enquanto 31,3% optaram pela opção negativa. Essas respostas mostram o impacto real não apenas físico, mas emocional, que os filtros trazem para a vida de centenas de mulheres.

## 8- Você se compara com frequência com a aparência física de outras mulheres nas redes sociais?

Figura 10- Gráfico de setores referente à questão oito

Você se compara com frequência com a aparência física de outras mulheres nas redes sociais?

278 respostas



Fonte: do autor.

Com o uso dos filtros, muito do que é mostrado no digital, não é real, porém a comparação entre mulheres foi impulsionada ainda mais com o uso dessa ferramenta e o objetivo dessa pergunta era entender se essa hipótese era real.

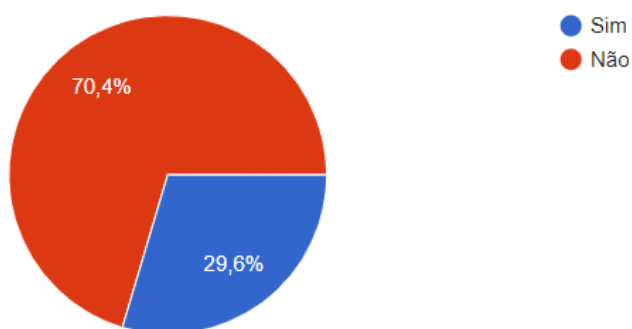
72,3% das mulheres responderam que sim, elas se comparam com frequência com a aparência física de outras mulheres nas redes sociais, enquanto a minoria de 27,7% optaram pela resposta negativa. Assim, pudemos confirmar a hipótese inicial de que os filtros são uma ferramenta intensificadora da ação do patriarcado sobre as mulheres.

### 9- Você já pensou em realizar procedimentos estéticos apenas porque outra pessoa do meio digital fez?

Figura 11- Gráfico de setores referente à questão nove

Você já pensou em realizar procedimentos estéticos apenas porque outra pessoa do meio digital fez?

277 respostas



Fonte: do autor.

O objetivo da nona pergunta era analisar se uma ação mais extrema, como um procedimento estético, poderia ser realizada pela influência de outra pessoa nas redes sociais.

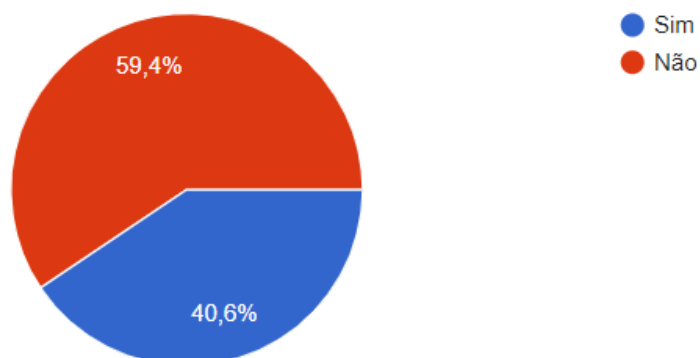
A porcentagem negativa foi expressiva, 70,4% das mulheres responderam que não pensaram em realizar tal ato por influência digital, porém 29,6% ou 82 mulheres, responderam que sim, já pensaram em fazer um procedimento estético sob influência digital, o que mesmo sendo minoria na pesquisa, ainda é um número grande de pessoas.

## 10- Você precisa de coragem para postar uma selfie sem filtro?

Figura 12- Gráfico de setores referente à questão dez

Você precisa de coragem para postar uma selfie sem filtro?

276 respostas



Fonte: do autor.

A décima pergunta tem como objetivo analisar se requer coragem para as mulheres, publicar uma foto pessoal sem filtro, já que observamos na última pergunta que alguns detalhes são quase imperceptíveis no dia a dia.

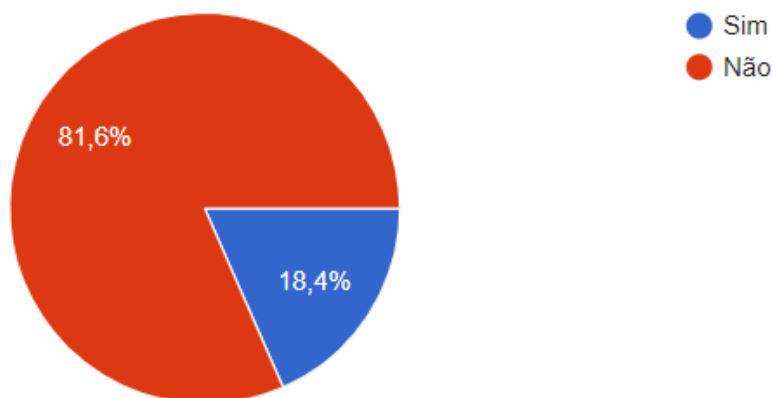
A grande maioria, somando 59,4% das respondentes, optaram pela opção negativa, então não precisam de coragem para publicar fotos sem filtros, porém 40,6% ou 112 mulheres responderam a pergunta de forma positiva. O que representa a menor quantidade na pesquisa, ainda é uma grande quantidade de mulheres, mais de 110 mulheres são influenciadas em seu dia a dia a ponto de precisar de coragem para publicar uma foto sem filtros.

### 11- Você já parou de gostar de algo em você pelo uso excessivo de filtros?

Figura 13- Gráfico de setores referente à questão onze

Você já parou de gostar de algo em você pelo uso excessivo de filtros?

277 respostas



Fonte: do autor.

A décima primeira pergunta também tem o objetivo de questionar detalhes que podem passar despercebidos no dia a dia, mas que tem um impacto muito grande. 81,6% das mulheres responderam que não pararam de gostar de algo nelas pelo uso excessivo de filtros, o que é um número expressivamente alto, enquanto, 18,4% ou 51 mulheres responderam que já pararam de gostar de algo nelas pelo uso excessivo de filtros.

## 12- Você tem algum comentário sobre filtros que gostaria de compartilhar?

Figura 14- Gráfico de setores referente à questão doze



Fonte: do autor.

A tabulação do último questionamento que é aberto trouxe algumas respostas que não haviam sido citadas durante esta pesquisa como o caso de filtros contribuírem para a auto estima, sendo justificados da maneira abaixo:

“(...)tem dias que a baixa autoestima bate e acabo usando filtros pra me sentir melhor”

Sendo usados como escudo para os dias de baixa autoestima, por exemplo.

14,63% das respostas disseram que, por outro lado, filtros reduzem suas autoestimas. Grande parte dos respondentes ainda compartilharam que não se deixam influenciar pelos filtros, totalizando 31,79% das respostas. Empatando com esse número está a opinião de que filtros são tóxicos para a autoestima dos seres humanos, mas os comentários compartilhados não foram direcionados em primeira pessoa.

9,7% das respostas ainda citaram que filtros reduzem traços da ancestralidade, algo não citado antes nessa pesquisa e os que comentaram que filtros corrigem suas

imperfeições, citaram imperfeições como olhos cansados e disseram que o filtro traz cor de saúde.

Alguma das respostas dessa pergunta são compartilhadas e comentadas no capítulo intitulado “Pressão Estética”.

### 3. MEMORIAL

Neste capítulo iremos nos aprofundar como foi o desenvolvimento e a realização do mini documentário, desde a concepção da ideia do projeto, pontos importantes para a pré-produção e trajetória para a pós-produção e finalização do projeto.

#### 3.1 CONCEPÇÃO E PRÉ-PRODUÇÃO

Acompanhar as frequentes notícias nos jornais a respeito do aumento de cirurgias plásticas em mulheres me fez questionar o que em nosso estilo de vida poderia estar impulsionando, muitas vezes de forma inconsciente esses crescentes números.

Quando escolhi esse tema, já entendia que os filtros do Instagram, sejam eles dos stories ou os acrescentados por nós em fotos publicadas, não são a causa do aumento em si, mas um dos itens camuflados em nosso dia a dia que podem sim gerar cirurgias que terão consequências permanentes.

Sendo assim, meu objetivo com esse trabalho desde o início, não era procurar culpados para o aumento, mas evidenciar que há pessoas que lucram com isso e como toda a influência no meio digital recai sobre as mulheres.

Produzir um mini documentário foi a forma mais adequada que encontrei de mostrar toda essa história com relatos de pessoas reais de forma objetiva, como a comunicação por redes sociais acontecem.

O nome “Novo Espelho”, veio da frase citada pela estudante de ciências sociais Sara Silva em uma das entrevistas. Ela explica como nós estamos realmente usando os filtros das redes sociais como um novo espelho, o que encaixou com a linha de raciocínio que estava planejando. Nas pesquisas iniciais eu incluí a pergunta: Você se sente melhor se olhando com um filtro do que no espelho? Dessa forma, consegui criar uma conexão com o tema, a entrevista e os dados captados para esse trabalho.

Esse projeto está sendo realizado no ano de 2021, momento em que o mundo ainda passa pela pandemia do COVID-19, que iniciou com mais intensidade no Brasil em Março de 2020. Em Outubro de 2021 somam-se mais de 606 mil mortes no Brasil e 54,7% dos brasileiros se encontram vacinados com todas as doses.

Com o presente risco de contaminação, optei por realizar todas as gravações online, o que além de oferecer mais segurança para mim e os entrevistados, me permitiu gravar com pessoas de todo o mundo. A Fabiula, por exemplo, é do sul do

país, o Dr. Presper reside na cidade de Taubaté/SP e a Paula Albaro mora no Texas, Estados Unidos.

## **3.2 PERSONAGENS**

Para esse mini documentário foram escolhidos personagens que tenham vivência ou conhecimento sobre diferentes pontos de impacto desse universo, trazendo diversos pontos de vista sobre o assunto, para que assim, quem assista ao trabalho possa ter um entendimento mais completo sobre o tema.

### **3.2.1 Personagem 01**

Sara Silva, é estudante de ciências sociais na UNICAMP desde 2018, tem 22 anos e reside na cidade de São José dos Campos. Por estudar questões relacionadas ao tema, gostaria que ela trouxesse o olhar da pressão estética e como junto aos filtros, essa opressão se torna cada vez mais presente no nosso dia a dia.

### **3.2.2 Personagem 02**

Tainá Fialho, 27 anos, reside na cidade de São José dos Campos e foi escolhida por querer realizar uma cirurgia plástica. Ela é uma personagem importante para humanizar o fato de que mulheres que querem fazer cirurgias plásticas muitas vezes as fazem por disforias corporais, sendo esse um dos impactos que a pressão estética traz para as mulheres, desde pequenas. Além disso, a Tainá é muito consciente das consequências da sua cirurgia e eu buscava uma pessoa que pudesse expor essa vulnerabilidade, sem se sentir culpada por realizar o procedimento.

### **3.2.3 Personagem 03**

Paula Albaro, 24 anos e atualmente reside em Houston/TX Estados Unidos e trabalha como au pair, além de influenciadora digital. Ela é um exemplo destoante da situação citada acima, mostrando o seu dia a dia na internet de forma responsável e empática com suas seguidoras. Assim podemos mostrar que nem tudo é ruim, nós ainda temos pessoas de verdade na internet.

### **3.2.4 Personagem 04**

O Dr. Presper tem 40 anos de idade, é cirurgião plástico formado pela Universidade de Taubaté (UNITAU) em 2006 e atualmente reside na cidade de Taubaté/SP. Ele tem 15 anos de experiência nesse ramo, sendo especialista em mastopexia, mamoplastia, prótese de mama e lipoaspiração de alta definição. Por ser muito presente nas redes sociais eu gostaria de chamá-lo para falar sobre o papel do cirurgião em todo esse processo. E colocar a visão dele como cirurgião do impacto que dos filtros que ele tem notado dentro do consultório, mas também para compartilhar a responsabilidade desse grupo de profissionais para que tudo no procedimento ocorra com ética e responsabilidade.

### **3.2.5 Personagem 05**

A Fabiula Bianchi foi a última fonte que encontrei para o trabalho. Ela realizou uma bichectomia em 2018 e por ser um procedimento recente que virou moda, as consequências não eram tão conhecidas. Poucos meses depois ela observou que o resultado não era mais o esperado e encontrou outras mulheres vítimas do procedimento na internet. Assim pude mostrar uma das consequências extremas que a pressão estética junto aos filtros das redes sociais pode gerar na vida e uma mulher.

## **3.3 ROTEIRO**

### **Quadro 1: Mini documentário: Novo Espelho**

VÍDEO	ÁUDIO
<p>VINHETA NOVO ESPELHO</p>	<p>OFF – VOZ FEMININA</p> <p>QUANTO TEMPO VOCÊ PASSA NAS REDES SOCIAIS POR DIA?</p> <p>QUANTO TEMPO VOCÊ PASSA OBSERVANDO O SEU REFLEXO?</p> <p>VOCÊ JÁ ESTÁ ACOSTUMADA A OLHAR PARA ESSE NOVO ESPELHO?</p> <p>VINHETA</p> <p>OFF – VOZ FEMININA</p> <p>O PORTAL CUPOM VÁLIDO TRAZ DADOS QUE MOSTRAM QUE O TEMPO MÉDIO QUE O BRASILEIRO PASSA NAS REDES SOCIAIS É DE TRÊS HORAS POR DIA.</p> <p>E ESSE MEIO DE COMUNICAÇÃO TEM SE TORNADO UM CAMALEÃO, SE ADAPTANDO E TRABALHANDO EM ATUALIZAÇÕES QUE INFLUENCIAM O NOSSO DIA A DIA EM DIVERSOS QUESITOS, E A PERCEPÇÃO QUE NÓS MULHERES</p>

SARA SILVA

GC: SARA SILVA - ESTUDANTE DE  
CIÊNCIAS SOCIAIS

TEMOS DA NOSSA APARÊNCIA É UM  
DESSES PONTOS IMPACTADOS.

UMA DAS ADAPTAÇÕES MAIS  
PRESENTES NAS NOSSAS 24  
HORAS SÃO OS STORIES QUE  
FORAM INCLUÍDOS EM 2016, E DE  
UMA CERTA FUNCIONALIDADE QUE  
ELE TEM QUE PODE NOS DEIXAR  
BEEEM DIFERENTES.

MAS CALMA! OS FILTROS NÃO  
TRABALHAM SOZINHOS PARA  
IMPACTAR NOSSA AUTOESTIMA.  
A PRESSÃO ESTÉTICA, ELA PODE  
SER ENTENDIDA COMO UM  
CONJUNTO DE COERÇÕES SOCIAIS  
QUE TEM COMO OBJETIVO,  
COMPELIR DIFERENTES CORPOS A  
CORRESPONDEREM A UM IDEAL DE  
BELEZA DE DETERMINADA  
SOCIEDADE. ENTÃO É IMPORTANTE  
A GENTE PONTUAR QUE ESSES  
IDEAIS DE BELEZA, ELES NÃO SÃO  
ABSOLUTOS E CONFORME O  
PADRÃO DE BELEZA MUDA AO  
LONGO DOS SÉCULOS, A FORMA  
DE PRESSÃO ESTÉTICA TAMBÉM  
MUDA.

OFF – VOZ FEMININA

SARA SILVA

E JUNTOS, ELES FORAM UMA DUPLA PODEROSA!

A ENTRADA DOS FILTROS NAS REDES SOCIAIS FORMA UM CICLO VICIOSO, UM PROCESSO CÍCLICO. PORQUE ESSES FILTROS EMBELEZADORES, ELES SÃO CRIADOS A PARTIR DE UMA VISÃO DOMINANTE JÁ FORMADA, JÁ EXISTENTE HÁ MUITO TEMPO. ELE ENTRA NAS REDES SOCIAIS COM ESSA FUNÇÃO DE PERPETUAR, DE REPRODUZIR ESSE IDEAL DE BELEZA. AÍ NESSE CICLO ELE CONTINUA INFLUENCIANDO MAIS PESSOAS A ADERIREM A ESSE SISTEMA E ESSAS PESSOAS CONTINUAM REPRODUZINDO E DANDO IBOPE PRA ESSE TIPO DE FILTRO, O QUE FAZ COM QUE A GENTE CADA VEZ DESEJE MAIS TER AQUELA APARÊNCIA NA VIDA REAL.

OFF – VOZ FEMININA

OI? SE IDENTIFICOU? É, VOCÊ NÃO ESTÁ SOZINHA EM QUERER ACORDAR COM AS BOCHECHAS CORADAS E OS CÍLIOS ESTICADOS!

TAINÁ FIALHO

GC: TAINÁ FIALHO – IRÁ  
REALIZAR CIRURGIA PLÁSTICA

JÁ PENSEI EM, POR EXEMPLO,  
FAZER AQUELAS  
MICROPIGMENTAÇÃO LABIAL,  
PORQUE É MUITO MAIS FÁCIL VOCÊ  
ESTAR DE BATOM TODO TEMPO,  
ACORDAR DE BATOM, ESSE TIPO  
DE COISA.

OFF – VOZ FEMININA

AS REDES SOCIAIS NÃO SÃO OS  
ÚNICOS CAMALEÕES QUE MUDAM  
CONSTANTEMENTE...É CLARO QUE  
A PRESSÃO ESTÉTICA TAMBÉM SE  
TRANSFORMA.

E A GENTE TÁ PASSANDO TANTO  
TEMPO NAS REDES SOCIAIS, SE  
VENDO ATRAVÉS DESSE FILTRO  
QUE A TELA DO CELULAR ESTÁ  
VIRANDO O NOSSO NOVO  
ESPELHO. QUANDO A GENTE SE VÊ  
NUM ESPELHO DE FATO, A GENTE  
NÃO SE RECONHECE.

OFF – VOZ FEMININA

UMA PESQUISA REALIZADA PARA  
ESSE TRABALHO MOSTROU QUE  
51,4% DAS MULHERES SE SENTEM  
MELHORES SE OLHANDO COM OS  
FILTROS DO INSTAGRAM, DO QUE  
NO ESPELHO.

SARA SILVA

E OS FILTROS DERAM PRA GENTE  
ESSA POSSIBILIDADE DA GENTE SE  
VER DENTRO DESSES PADRÕES DE  
BELEZA SEM PRECISAR SAIR DE  
CASA, SEM FAZER PROCEDIMENTO,  
SEM GASTAR DINHEIRO E ISSO É  
MUITO PERIGOSO E COM CERTEZA  
O FÁCIL ACESSO A ESSES FILTROS  
E AS REDES SOCIAIS, TORNARAM  
ESSA PRESSÃO ESTÉTICA, MUITO  
MAIS PRESENTE NA NOSSA VIDA.

OFF – VOZ FEMININA

ENTENDEU AGORA PORQUE NÓS  
PRECISAMOS REFLETIR SOBRE  
ISSO?

O PODER DE INFLUÊNCIA QUE OS  
FILTROS, JUNTO A PRESSÃO  
ESTÉTICA TEM NA VIDA DE NÓS,  
MULHERES PODE COMEÇAR DE  
MANSINHO E TRAZER  
CONSEQUÊNCIAS PERMANENTES.

E O PIOR, NÓS NÃO TEMOS NEM  
COMO PREVER QUAL VAI SER A  
PRÓXIMA TENDÊNCIA QUE VÃO  
COLOCAR NA NOSSA CABEÇA.

SARA SILVA

OS APLICATIVOS DO FACE APP, TIK TOK, INSTAGRAM, JÁ SE ENVOLVERAM EM DIVERSAS POLÊMICAS POR LITERALMENTE EMBRANQUECER OS USUÁRIOS, TANTO NO TOM DE PELE, TANTO NOS TRAÇOS, TER O NARIZ MAIS FINO E ATÉ UMA DETERMINADA ÉPOCA, A BOA ERA DIMINUÍDA NOS FILTROS. NESSES ÚLTIMOS ANOS, A GENTE TÁ VENDO UM PROCESSO UM POUCO CONTRÁRIO, A GENTE TÁ TENDO A ADORAÇÃO, A EXALTAÇÃO DE TER LÁBIOS GRANDES, QUE SÃO ASSOCIADOS A SENSUALIDADE FEMININA, QUE TAMBÉM VEM DA SEXUALIZAÇÃO DE PESSOAS NEGRAS. ENTÃO A GENTE TÁ SAINDO DESSE MOMENTO QUE OS FILTROS DIMINUEM OS LÁBIOS, PRA GENTE VER UM BUM DE MULHERES FAZENDO PROCEDIMENTO DE PREENCHIMENTO LABIAL. TEVE ATÉ UMA TREND, A TREND DA GARRAFA QUE VOCÊ SUGAVA A BOCA DENTRO DA GARRAFA E QUANDO VOCÊ TIRAVA ESTAVA EXTREMAMENTE INCHADA, EXTREMAMENTE GRANDE.

OFF – VOZ FEMININA

POIS É! COMO GOSTAR DE SI  
MESMA SE A VERSÃO QUE MEU  
CORPO DEVERIA TER ESTÁ  
SEMPRE SE ATUALIZANDO?

OUTRO DADO DA NOSSA PESQUISA  
MOSTRA QUE 72,3% DESSAS  
MULHERES COMPARAM SUA  
APARÊNCIA FÍSICA COM A DE  
OUTRAS MULHERES DA INTERNET

COMO CONSEQUÊNCIA, 68,7% DAS  
RESPONDENTES SENTEM QUE  
QUANDO CONSOMEM COM MUITA  
FREQUÊNCIA AS REDES SOCIAIS A  
SUA AUTOESTIMA DIMINUI.

COMO PODEMOS FALAR DE  
COMPARAÇÃO NA INTERNET SEM  
CITAR ELAS: AS INFLUENCIADORAS  
DIGITAIS?

OSTENTANDO ESTILOS DE VIDA  
LUXUOSOS, MUITAS  
INFLUENCIADORAS COMPARTILHAM  
A SUA APARÊNCIA FÍSICA QUE É  
RESULTADO DE DIVERSOS  
PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS, COM  
MUITA NATURALIDADE. IGNORANDO  
O IMPACTO QUE GERAM EM  
MILHÕES DE VIDAS.

PAULA ALBARO

GC: PAULA ALBARO -  
INFLUENCIADORA DIGITAL

MAS, FELIZMENTE ENCONTRAMOS  
EM NOSSO CAMINHO  
INFLUENCIADORAS INCRÍVEIS  
COMO A PAULA ALBARO.

EU TENTO AO MÁXIMO SER O MAIS  
HUMANA POSSÍVEL, NOS MEUS  
POSICIONAMENTOS PORQUE EU  
SEI QUE ISSO INFLUENCIA MUITA  
GENTE NAS MINHAS REDES  
SOCIAIS, EU SEI QUE EXISTEM  
MUITAS ADOLESCENTES NAS  
MINHAS REDES SOCIAIS, ENTÃO  
POR ISSO EU TENTO SER O MAIS  
TRANSPARENTE POSSÍVEL E O  
MAIS HUMANA POSSÍVEL. HOJE,  
INFELIZMENTE, NO INSTAGRAM, NO  
YOUTUBE, AS PESSOAS SÃO MUITO  
SUPERFICIAIS, ELAS FALAM DE UMA  
FORMA SUPERFICIAL, ELAS SÃO DE  
UMA FORMA SUPERFICIAL, ENTÃO  
EU PROCURO MOSTRAR A  
REALIDADE, JUSTAMENTE POR  
CONTA DISSO, PORQUE EU SEI QUE  
MUITAS MENINAS TEM COMPLEXO  
PORQUE ELAS NÃO CONSEGUEM  
VER A REALIDADE PORQUE NÃO  
TEM QUEM MOSTRE.

OFF – VOZ FEMININA

PAULA ALBARO

E SER REAL, SÓ TRAZ BENEFÍCIOS PRA PAULA E PRAS SEGUIDORAS DELA.

EU ACREDITO QUE SEJA POR ISSO QUE EU TENHA UMA CERTA INFLUÊNCIA NAS MINHAS REDES SOCIAIS, PORQUE AS PESSOAS SABEM QUE COM MAQUIAGEM, SEM MAQUIAGEM, COM FILTRO, SEM FILTRO, COM CABELO, SEM CABELO, EU VOU CONTINUAR SENDO A MESMA PAULA, EU VOU CONTINUAR TENTANDO AGREGAR ALGUMA COISA NA VIDA DE ALGUÉM, PORQUE EU PRECISEI DISSO PRA CRESCER.

OFF – VOZ FEMININA

MESMO COM INFLUENCIADORAS TÃO POSITIVAS NO MEIO DIGITAL, NÓS AINDA VEMOS UMA AVALANCHE DE PESSOAS FICANDO TÃO PARECIDAS....

TAINÁ FIALHO

NÃO SEI SE FOI UMA ERA DE UM TEMPO PRA CÁ, NO INSTAGRAM, PARECE QUE AS PESSOAS ESTÃO FICANDO COM A MESMA CARA NÉ, ENTÃO HARMONIZAÇÃO FACIAL, ESSE TIPO DE COISA.

OFF – VOZ FEMININA

DR PRESPER  
GC: DR. PRESPER - CIRURGIÃO  
PLÁSTICO

O DR. PRESPER, CIRURGIÃO  
PLÁSTICO EXPLICA PRA GENTE  
COMO O GRANDE AUMENTO DE  
CIRURGIAS PLÁSTICAS É  
IMPULSIONADO PELOS FILTROS.

E ACABA QUE AQUELE FILTRO  
DEIXA A PESSOA MUITO MAIS  
BONITA OU SEM MANCHAS OU SEM  
CELULITE E AQUILO CRIA UMA  
REALIDADE VIRTUAL, UMA  
REALIDADE QUE NÃO EXISTE E A  
PESSOA ACABA SE SENTINDO MAL  
POR VER UMA FOTO QUE NÃO A  
REPRESENTA, QUE NÃO  
REPRESENTA A REALIDADE. E ELA  
PASSA A TER GRANDE  
DIFICULDADE DE CONVIVER COM  
OS PEQUENOS DEFEITOS QUE  
TODOS NÓS TEMOS, PORQUE NO  
FILTRO O DEFEITO É APAGADO.

OFF – VOZ FEMININA

COM DEFEITOS APAGADOS NÓS  
VAMOS CRIANDO IMAGENS IRREAIS  
DAS PESSOAS E DESEJANDO  
APERFEIÇOAR DETALHES EM NÓS  
QUE ANTES NÃO ERAM VISTOS  
COMO PROBLEMA.  
ATÉ ONDE PODE CHEGAR O PODER  
DOS FILTROS NA AUTOESTIMA DE  
UMA MULHER?

DR. PRESPER

ÀS VEZES TRAZEM ESSAS FOTOS PARA OS CONSULTÓRIOS DOS CIRURGIÕES PLÁSTICOS, DERMATOLOGISTAS, PARA CHEGAR AQUELE RESULTADO, QUE NÃO EXISTE. ENTÃO PESSOAL, MUITO ALERTA, EXISTE UMA REALIDADE QUE É VIRTUAL E AÍ ACABA CRIANDO UMA NECESSIDADE, ALGO ATÉ PSICOLÓGICO POR ESSAS MULHERES, QUE FICAM BUSCANDO ESSA PERFEIÇÃO QUE NÃO EXISTE, QUE É APENAS VIRTUAL.

OFF – VOZ FEMININA

E AS CONSEQUÊNCIAS DISSO, PODEM SER IRREVERSÍVEIS.

TAINÁ FIALHO

E AÍ QUE ESTÁ O GRANDE PROBLEMA PORQUE SE UMA PESSOA, ELA FICA ASSIM, AÍ NA PRÓXIMA VEZ ELA FEZ A CIRURGIA, ELA SE RECUPEROU, ELA VAI USAR FILTRO DE NOVO, ELA VAI USAR FILTRO DE NOVO, ELA VAI QUERER MEXER NO ROSTO DE NOVO, VAI VIRANDO UMA BOLA DE NEVE, AS PESSOAS COMEÇAM A TER DESVIO DE IMAGEM, TUDO MAIS.

OFF – VOZ FEMININA

	<p>A HISTÓRIA DA FABIULA BIANCHI, É IGUAL A DE DIVERSAS MULHERES PELO MUNDO. POR ESTAR 8KG ACIMA DO PESO, ELA RECORREU A BICHECTOMIA, UM PROCEDIMENTO ESTÉTICO QUE É MUITO PROCURADO COMO FORMA DE EMAGRECIMENTO FACIAL E É VENDIDO COM DIVERSAS PROMESSAS.</p>
<p>FABIULA BIANCHI GC: FABIULA BIANCHI – VÍTIMA DA BICHECTOMIA</p>	<p>EM QUE AS PROMESSAS SÃO QUE VOCÊ VAI FICAR COM O ROSTO MAIS HARMÔNICO, MAIS JOVIAL, MAIS SENSUAL.</p> <p>OFF – VOZ FEMININA</p> <p>MAS OS RESULTADOS NEGATIVOS DO PROCEDIMENTO ESTÉTICO NÃO DEMORARAM PARA APARECER.</p>
<p>FABIULA BIANCHI</p>	<p>CERCA DE UNS QUATRO, A SEIS MESES DEPOIS DA CIRURGIA, EU JÁ ESTAVA MUITO ARREPENDIDA, PORQUE EU COMECEI A EMAGRECER E A MINHA FACE COMEÇOU A FICAR COM A APARÊNCIA CADAVÉRICA, AS PESSOAS CHEGAVAM A ME PERGUNTAR SE EU ESTAVA DOENTE, SE EU ESTAVA COM</p>



TAINÁ FIALHO

INFELIZMENTE EU CAÍ NA MODA DA BICHECTOMIA, COMETI O PIOR ERRO DA MINHA VIDA, NÃO RECOMENDO A NINGUÉM, A NINGUÉM MESMO, POR ISSO EU VENHO AQUI HOJE PARA FAZER ESSE APELO PRA QUE NINGUÉM FAÇA ESSA CIRURGIA.

OFF – VOZ FEMININA

A FABIULA É UMA DAS CRIADORAS DA PÁGINA "VÍTIMAS DA BICHECTOMIA" NO INSTAGRAM, QUE HOJE ACUMULA MAIS DE 90 MIL SEGUIDORES E COMPARTILHA A HISTÓRIA DE OUTRAS VÍTIMAS DO PROCEDIMENTO.

AGORA, O RECEIO DE QUEM ESTÁ PLANEJANDO FAZER UMA CIRURGIA ESTÉTICA, VAI ALÉM DO PROCEDIMENTO EM SI, MAS DA ATENÇÃO CONSTANTE QUE DEVE HAVER PARA QUE ISSO NÃO SE TORNE MAIS UM HÁBITO ROTINEIRO.

E O MEU MEDO NÃO É NEM DO RESULTADO FINAL, MAS É O MEDO COMO EU FALEI DOS FILTROS, DE TIPO ASSIM, COLOCAR E PERDER A MÃO, SABE? ENTÃO, PUTZ EU VOU

DR. PRESPER

MUDAR AGORA, EU FIZ UMA LIPO E AÍ QUANDO EU TIVER, SEI LÁ, UM POUCO INCHADA, FALAR “EU TENHO QUE FAZER OUTRA”, E ASSIM, FICAR ESCRAVA DISSO, SABE?

OFF – VOZ FEMININA

E CONTAR COM A ÉTICA DO PROFISSIONAL QUE IRÁ FAZER O PROCEDIMENTO É PARTE FUNDAMENTAL PARA SE SENTIR SEGURA NESSE PROCESSO.

PORQUE EU ACHO QUE O CIRURGIÃO, ALÉM DE TUDO ELE É MÉDICO, ENTÃO ELE TEM UM DEVER DE SER HONESTO, SÉRIO DE FALAR A VERDADE, A GENTE FAZ UM JURAMENTO NO FINAL DA FACULDADE. E A GENTE TEM TODA A HONESTIDADE, SINCERIDADE, A MAIORIA DE NÓS PELO MENOS, DE TRAZER A INFORMAÇÃO DE MANEIRA REAL E HONESTA PARA VOCÊS NÃO SE PREJUDICAREM, NÃO FAZEREM ALGO QUE PODE TRAZER UM DANO NO LONGO PRAZO.

OFF – VOZ FEMININA

	<p>ENTÃO SABENDO DE TUDO ISSO, NÓS TEMOS QUE PROCURAR FORMAS DE NOS TORNARMOS CADA VEZ MAIS CONSCIENTES DAS INFLUÊNCIAS QUE CERCAM A NOSSA VIDA.</p>
TAINÁ FIALHO	<p>MAS A GENTE TEM QUE SE BLINDAR UM POUCO E COMEÇAR A SEGUIR PESSOAS QUE SÃO DESCONSTRUÍDAS E QUE MOSTRAM O OUTRO LADO DA MOEDA, ENTÃO EU COMECEI A FAZER MUITO MAIS ISSO, DE COMEÇAR A SEGUIR PESSOAS QUE FALAM SOBRE O CORPO REAL, QUE NÃO USAM FILTRO.</p>
SARA SILVA	<p>A GENTE PRECISA TER A AUTOCRÍTICA DE OLHAR NO NOSSO FEED, OLHAR NAS NOSSAS REDES SOCIAIS E VER QUE TIPO DE BELEZA A GENTE TÁ CULTUANDO ALI, QUE TIPO DE BELEZA A GENTE TÁ CULTIVANDO E TER A CAPACIDADE DE VIRAR UM POUCO A CHAVE E BUSCAR OUTRAS PESSOAS, OUTROS CORPOS, OUTRAS BELEZAS PRA GENTE SE CERCAR, PRA GENTE SE REFERENCIAR, DENTRO DA MÚSICA, DENTRO DA MODA, DENTRO DA MAQUIAGEM, DENTRO</p>

“QUE NADA NOS DEFINA. QUE  
NADA NOS SUJEITE. QUE A  
LIBERDADE SEJA A NOSSA  
PRÓPRIA SUBSTÂNCIA, JÁ QUE  
VIVER É SER LIVRE.”  
SIMONE DE BEAUVOIR

DE QUALQUER ASSUNTO QUE  
VOCÊ SE INTERESSE, PRA GENTE  
PODER SE AFASTAR UM POUCO  
DESSE TIPO DE CONTEÚDO TÓXICO  
NA INTERNET.

OFF - VOZ FEMININA

ESCUTOU ESSAS DICAS? NÓS  
TEMOS DIVERSAS  
INFLUENCIADORAS POSITIVAS NA  
INTERNET, QUE MOSTRAM CORPOS  
E REALIDADES REAIS QUE PODEM  
TE AJUDAR E MUITO A ENTENDER O  
QUÃO PERFEITA VOCÊ É, POR  
NATUREZA.

OFF - VOZ FEMININA

NOS AJUDE A DISSEMINAR ESSE  
CONTEÚDO COMPARTILHANDO ELE  
COM AS MULHERES QUE VOCÊ  
CONHECE E UTILIZE O FILTRO DO  
PROJETO DISPONÍVEL NO  
INSTAGRAM “NOVO ESPELHO”.

CRÉDITOS:

CONCEBIDO E PRODUZIDO POR  
NATÁLIA TRAVAGIN  
COM A ORIENTAÇÃO DE  
MONIQUE BARAÚNA

ESTUDANTE DE CIÊNCIAS  
SOCIAIS: SARA SILVA

IRÁ REALIZAR CIRURGIA  
PLÁSTICA: TAINÁ FIALHO  
CIRURGIÃO PLÁSTICO: DR.  
PRESPER

INFLUENCIADORA DIGITAL:  
PAULA ALBARO

VÍTIMA DA BICHECTOMIA:  
FABIULA BIANCHI

ESCRITO POR NATÁLIA  
TRAVAGIN

NARRADO POR NATÁLIA  
TRAVAGIN

MONTADO POR NATÁLIA  
TRAVAGIN

ILUSTRADO POR JOSÉ PAULO DE  
OLIVEIRA E NATÁLIA TRAVAGIN

EFEITOS VISUAIS POR BEATRIZ  
VITÓRIA E NATÁLIA TRAVAGIN

IDENTIDADE VISUAL POR JOSÉ  
PAULA DE OLIVEIRA

TÁ TUDO BEM, ELE NÃO VAI MUDAR  
QUEM VOCÊ É!

<p>COM AGRADECIMENTOS A ANA LUCÍLIA PAIXÃO ANDRESSA PAES FORTES ANNA FLÁVIA SILVA OLIVEIRA BRUNA MANTOVANI CAROLINE BANHATO ISABELA COSTA ISABELA CORREIA JULIANA JULIO KAYLANE ALVES VINANNA KICKO ROCHA LAERTES LOPES GIMENES LARISSA SALLES LAURA GARIANI LETÍCIA NEUBERGER MARIANA ANDRADE NATANE ESPINDOLA PALOMA OLIVEIRA PH SAMPAIO PRISCILA VELOZA RAQUEL GRADWOHL SABRINA MELCHÍADES SÔNIA REGINA LOPES TRAVAGIN GIMENES SANDRA CASTELLO TICIANE ARIELE PURE HEROINE DA LORDE</p> <p>CONTINUE ACOMPANHADO EM: @ESPELHO.NOVO</p>	
--	--

Fonte: Elaborado pelo auto

### **3.4 PRODUÇÃO**

No processo de produção são descritos a realização das gravações, a criação da identidade visual, a equipe do projeto e os equipamentos que foram utilizados para captação da obra.

#### **3.4.1 GRAVAÇÕES**

A captação desse projeto foi planejada para ser feita de forma remota, via Google Meet, visando a segurança da produção e dos entrevistados. Todos os personagens foram orientados a optarem por um local com boa iluminação, silencioso e que apoiassem o celular ou computador em um local estático.

Duas entrevistas não foram realizadas dessa forma. A Paula Albaro, optou por nos enviar um vídeo respondendo todas as perguntas e a Fabiula Bianchi, disponibilizou um vídeo publicado no Instagram “Vítimas da Bichectomia”, respondendo todas as perguntas enviadas previamente.

#### **3.4.1 IDENTIDADE VISUAL**

A ideia de identidade visual partiu das cores primárias por serem conhecidas como as “cores verdadeiras”, o que faz conexão com o tema se pensarmos que estaremos debatendo também o que é verdadeiro em nossa vida.

A primeira sugestão de cores foi adaptada para as cinco que utilizamos durante todo o projeto. As cores escolhidas vão de um tom primário a outro, sendo o vermelho e o azul, ou do frio ao quente na escala cromática, o verde, laranja e pérola são as cores de apoio, trazendo mais sobriedade ao assunto.

Além disso, foram utilizados itens como rabiscos e uma fonte escrita à mão como uma ironia ao usar algo feito manualmente, em meio a um assunto digital. Outra ironia nesse sentido, é o uso do espelho tradicional que é utilizada como o logo do projeto.

As ilustrações do trabalho foram realizadas de forma digital no Photoshop, usamos fotos de pessoas reais para representar os personagens em poucos momentos do mini documentário. Dessa forma, pudemos explorar a imaginação e criar desenhos autorais que tenham sinergia com o projeto.

Quem materializou a identidade visual do projeto e foi responsável por diversas ilustrações do mini documentário foi o estudante da Universidade do Vale do Paraíba - UNIVAP no curso Rádio e TV José Paulo de Oliveira.

Figura 15 - Identidade visual do projeto



### 3.4.2 EQUIPE E FUNÇÕES

- Roteiro: Natália Travagin Gimenes
- Direção: Natália Travagin Gimenes
- Produção: Natália Travagin Gimenes
- Câmera: Natália Travagin Gimenes
- Áudio: Natália Travagin Gimenes
- Narração: Natália Travagin Gimenes
- Edição: Natália Travagin Gimenes
- Montagem: Natália Travagin Gimenes
- Identidade Visual por José Paula de Oliveira
- Ilustrações: José Paulo de Oliveira Barbosa e Natália Travagin Gimenes
- Efeitos visuais: Beatriz Vitória e Natália Travagin Gimenes
- Finalização: Natália Travagin

### 3.4.3 LISTA DE EQUIPAMENTOS

- Câmera Canon T5i
- Lente Canon 18-55
- Baterias Canon
- Gravador Tascam DR-05
- Tripé Prima Photo
- Notebook Gamer Dell G3 3500-M10P 15.6”10ª Geração Intel Core i5 8GB 256GB SSD NVIDIA GTX 1650
- HD Externo 2tb Seagate

### 3.5 VIABILIDADE

Neste tópico é descrita a viabilidade econômica e também a viabilidade mercadológica do projeto.

#### 3.5.1 VIABILIDADE ECONÔMICA

Os valores descritos abaixo foram descritos levando em consideração os valores de equipe e equipamento, tendo como base dados do Sindicato dos Trabalhadores da Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (SIDCINE) e da locadora MOV Locadora.

Quadro 2: Custos do projeto

NOVO ESPELHO				
EQUIPE				
Descrição	Quantidade	Unidade	Valor Unitário	Valor Total
Roteirista	1	Por roteiro	R\$ 33.174,91	R\$ 33.174,91

Diretor	1	Por semana	R\$4.249,85	R\$4.249,85
Produtor geral	1	Por semana	R\$1.282,73	R\$1.282,73
Diretor de fotografia	1	Por semana	R\$2.805,60	R\$2.805,60
Diretor de arte	1	Por semana	R\$ 3.583,67	R\$ 3.583,67
Editor de som	1	Por semana	R\$2.762,83	R\$2.762,83
Animação	1	Por semana	R\$5.786,73	R\$5.786,73
Editor/montador	1	Por semana	R\$2.805,60	R\$2.805,60
Finalizador	1	Por semana	R\$1.677,44	R\$1.677,44
				Subtotal: R\$58.129,36
EQUIPAMENTOS				
Descrição	Quantidade	Unidade	Valor unitário	Valor total
Câmera Canon T5i + Lente Canon 18-55	2	1 diária	R\$291,00	R\$582,00

Gravador Tascam DR-05	1	1	R\$303,00	R\$303,00
Tripé Prima Photo	1	1	R\$129,00	R\$129,00
LED Hd-160	1	1	R\$150,00	R\$150,00
Notebook Gamer Dell G3 3500-M10P 15.6"10ª Geração Intel Core i5 8GB 256GB SSD NVIDIA GTX 1650	1	1	R\$5.279,12	R\$5.279,12
HD Externo 2tb Seagate	1	1	R\$422,15	R\$422,15
Subtotal: R\$ 6.865,27				
Total do projeto: 64.994,63				

Fonte: Do autor.

### 3.5.2 VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

Um artigo publicado no site Conecta Americas, compartilha dados de diferentes estudos que mostram as mulheres superando os homens tanto no uso como no tempo que passam nas redes sociais. Além disso, nesse trabalho foram citadas diversas matérias na internet que mostram o crescente número de cirurgias plásticas realizadas por influência dos filtros das redes sociais. Dessa forma, é possível identificar a necessidade de trazer temas relacionados a autoestima

feminina e o impacto dos filtros, já que o grande uso das redes traz consequências ao dia a dia de cada uma dessas mulheres.

Tendo o universo digital como base de estudo desse projeto, o meio de distribuição principal escolhido para o mini documentário é o Instagram. Dessa forma, as mulheres poderão compartilhar o mini documentário na integra nos stories e acessá-lo com mais facilidade. Além de ser possível produzir conteúdo para o lançamento do mini documentário e continuar debatendo o tema após o lançamento dele.

Dessa forma, o mini documentário será lançado dia 05/12, às 20h. Antes do seu lançamento, conteúdos como o Trailer, apresentação de personagens, filtro exclusivo serão divulgados com mais de quinze dias de antecedência no @espelho.novo, um Instagram criado exclusivamente para o projeto. Segue abaixo um cronograma inicial de publicações do Instagram:

Quadro 3: Cronograma inicial de publicações

Data de publicação	Briefing	Rede social
17/nov	Trailer do mini documentário	Reels e Youtube
20/nov	Texto do Site: 7 Dados sobre o uso de filtros nas redes sociais	Feed e Stories
22/nov	Personagens do mini documentário	Feed e Stories

25/nov	Procedimentos estéticos e os filtros	Reels e Youtube
28/nov	O que é pressão estética	Reels e Youtube
30/nov	Filtro do projeto	Feed e Stories
02/dez	Trecho do doc	Reels
04/dez	5 curiosidades sobre o mini documentário	Feed e Stories
05/dez	Novo Espelho completo	IGTV e Youtube
07/dez	Agradecimentos	Feed
09/dez	Melhores takes + timeline	Feed
11/dez	Filtro do projeto	Feed e Stories
13/dez	Influenciadoras do bem	Feed e Stories

Fonte: Do autor.

Segundo o Blog Hotmart, em um texto publicado pelo Marcos Pereira em Abril de 2020, sobre a história e evolução do Youtube, a plataforma é considerada atualmente o segundo maior buscador online do mundo, perdendo apenas para o

Google, o Youtube será usado como um canal secundário de divulgação, centralizando todas as publicações em vídeo, mas os conteúdos serão publicados prioritariamente e com maior recorrência, no Instagram.

Para tornar o projeto mais acessível para novos públicos através das técnicas de SEO, um site foi criado na plataforma Wix, cujo endereço online é:

[www.novoespelho73.wixsite.com/mais](http://www.novoespelho73.wixsite.com/mais) Além de hospedar o mini documentário e o trailer na íntegra, o site também tem a função de Blog, onde inicialmente há três textos de autoria própria, relacionados ao tema do mini documentário, para que antes do lançamento os seguidores já tenham material para consumir e que novas pessoas interessadas pelo tema, o encontrem no Google.

### **3.5.3 PÚBLICO-ALVO**

O público alvo do mini documentário são mulheres de 12 a 55 anos, brasileiras de classe média C, que possuam internet em casa, podendo ter ou não algum conhecimento prévio sobre o tema, pois o intuito maior é informá-las cada vez mais sobre o impacto dos filtros do Instagram na autoestima feminina.

## **3.6 PÓS-PRODUÇÃO E FINALIZAÇÃO**

Esse tópico tem como objetivo destacar processos de decupagem das entrevistas, montagem e finalização do mini documentário.

### **3.6.1 DECUPAGEM**

A decupagem de cada entrevista foi realizada após a captação, separando as falas mais importantes que contaram essa história e separadas por cores no Premiere, em que a decupagem foi realizada, o que facilitou o processo de edição por ter uma organização visual das falas de cada entrevistado.

Realizar a decupagem logo após cada entrevista permitiu que as perguntas que iriam ser feitas para os próximos entrevistados fossem revisadas e assim, um pré-roteiro mais conciso e objetivo de acordo com a ideia do projeto fosse desenvolvido.

Por fim, todas as respostas dos entrevistados foram posicionadas mesclando de assunto em assunto, assim todos puderam trazer seu posicionamento sobre os mais variados tópicos explorados dentro do tema.

### **3.6.2 MONTAGEM**

A montagem do mini documentário foi feita guiada por uma voz feminina em off que costurou todas as respostas dos entrevistados que foram colocadas mesclando entre os assuntos, para criar uma sinergia entre eles e seus posicionamentos dentro do projeto.

### **3.6.3 ANIMAÇÕES**

As animações presentes nesse projeto foram realizadas para tornar o material mais dinâmico, visto que a voz em off foi uma alternativa para guiar os assuntos e a identidade visual criada explora os traços feitos a lápis e ilustrações. Dessa forma, fez-se necessário o apoio da estudante da Universidade do Vale do Paraíba - UNIVAP no curso Rádio e TV, Beatriz Vitória.

Nessa etapa foram utilizados diversos tipos de movimentos de transição de itens e movimentos rápidos para compartilhar os temas de forma

### **3.6.4 SONORIZAÇÃO**

A sonorização do mini documentário foi realizada com cinco músicas que foram utilizadas como trilha, sendo elas: Fantasy Stories por Angel Salazar, Ganymede por Yehezkel Raz, Grateful por Kitrano, e Spare Change por Lance Conrad, captadas no site [artlist.io](http://artlist.io) e Wallflowers por Bad Snacks, da biblioteca de áudio do Youtube.

Os efeitos sonoros de vinheta, bomba e outros, também foram captados na biblioteca de áudio do Youtube.

### **3.6.5 FINALIZAÇÃO**

A finalização foi feita sincronizando todas as ideias de forma que os elementos que ilustram o que a interlocutora e os personagens falam, transmita a miscelânea de ideias a serem tratados de forma leve e agradável de ser assistido. Dessa forma, as trilhas de fundo foram acrescentadas para ambientar cada etapa do mini documentário, desde os momentos mais tensos, quando o problema é apresentado, até uma possível solução para vivermos em harmonia com os filtros em nosso dia a dia. Também foi adicionado ao mini documentário exemplos em vídeos e imagens sendo fotos ou ilustrações sobre o que estava sendo retratado pelos entrevistados em suas falas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização desse projeto teve como objetivo desde o início conscientizar o uso responsável dos filtros nas redes sociais e trazer histórias de diferentes pessoas que são impactadas de alguma forma por eles, desde a sua reprodução, influência e consequências e na etapa final, confirmo que o objetivo proposto foi alcançado.

Posso destacar momentos muito importantes na construção desse projeto, que contribuíram para uma abordagem mais abrangente sobre o tema. Um desses pontos é que os personagens estão em diferentes etapas de impacto dos filtros e trazê-los, foi importante para humanizar cada um deles e compartilhar o seu ponto de vista sobre o assunto, nos permitindo ter um olhar menos estereotipado sobre o papel de cada um.

As pesquisas realizadas para esse projeto permitiram que os dados citados fossem de autoria própria e inclusive confirmaram diversas hipóteses que haviam no início do projeto, além de contribuir para explicar o tema proposto inicialmente “Como os filtros do Instagram Influenciam a Autoestima Feminina”. As informações captadas nessa pesquisa foram divulgadas no site do projeto e podem ser estudadas posteriormente e analisadas, trazendo novos questionamentos e respostas sobre o tema por diferentes pessoas.

Durante a análise das entrevistas dos personagens, pude assistir os posicionamentos de cada um e para eles e analisar como esse assunto é essencial na vida pessoal e até profissional de alguns como o Dr. Presper e a influenciadora Paula Albaro, por exemplo. Dessa forma, é nítida a necessidade do debate sobre o tema, para que as mulheres entendam até que ponto suas decisões são influenciadas pela pressão estética e reforçadas pelos filtros e podem trazer consequências ruins, como ocorreu com a Fabiula Bianchi, vítima de uma bichectomia.

Como resultado, pude construir um mini documentário que fala sobre o tema de maneira acessível e dinâmica para todos os públicos, trazendo para as mulheres questionamentos que devem ser realizados no dia a dia, a fim de ter uma autoestima mais saudável, compartilhando inclusive dicas, como acompanhar pessoas que se pareçam conosco fisicamente nas redes sociais, para amenizar a comparação e cobranças constantes que temos com o nosso corpo.

Dentre as dificuldades encontradas na realização desse projeto, posso destacar o cuidado redobrado realizado em cada entrevista para que nenhuma pessoa fosse ofendida, por querer realizar um procedimento estético ou por fazê-lo em outras mulheres, por exemplo. E mostrar que todos são vítimas desse círculo vicioso que é a pressão estética. A diferença é que algumas pessoas lucram financeiramente com isso.

Desejo que com esse projeto, mulheres se sintam representadas e acolhidas pelo tema, entendam as consequências da pressão estética e possam se reencontrar de forma positiva nas redes sociais e na vida, tendo uma relação mais saudável com o seu corpo e com as mulheres a sua volta.

Assista ao mini documentário Novo Espelho em:  
<https://youtu.be/Dq0XIX4wrXE>

## REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

BOLA, J. **Seja Homem: A Masculinidade Desmascarada**. 2ª Edição. Porto Alegre. Dublinense, 2020.

CARDOZO, André. Instagram vai proibir filtros de cirurgia plástica no Stories. **Tech Break**, 2019. Disponível em: <https://techbreak.ig.com.br/instagram-vai-proibir-filtros-de-cirurgia-plastica-no-stories/>. Acesso em: 15 abr. 2021.

CARVALHO, M. **A Trajetória da Internet no Brasil: Do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança**. Rio de Janeiro. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Marcelo-Carvalho-13/publication/268809917\\_A\\_TRAJETORIA\\_DA\\_INTERNET\\_NO\\_BRASIL\\_DO\\_SURGIMENTO\\_DAS\\_REDES\\_DE\\_COMPUTADORES\\_A\\_INSTITUICAO\\_DOS\\_MECA NISMOS\\_DE\\_GOVERNANCA/links/54774a430cf2a961e4825bd4/A-TRAJETORIA-DA-INTERNET-NO-BRASIL-DO-SURGIMENTO-DAS-REDES-DE-COMPUTADORES-A-INSTITUICAO-DOS-MECANISMOS-DE-GOVERNANCA.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Marcelo-Carvalho-13/publication/268809917_A_TRAJETORIA_DA_INTERNET_NO_BRASIL_DO_SURGIMENTO_DAS_REDES_DE_COMPUTADORES_A_INSTITUICAO_DOS_MECA NISMOS_DE_GOVERNANCA/links/54774a430cf2a961e4825bd4/A-TRAJETORIA-DA-INTERNET-NO-BRASIL-DO-SURGIMENTO-DAS-REDES-DE-COMPUTADORES-A-INSTITUICAO-DOS-MECANISMOS-DE-GOVERNANCA.pdf) Acesso em: 12 abr. 2021.

CIRURGIÃ é suspensa após compartilhar vídeos com pele de pacientes no TikTok. **VEJA São Paulo**, 2021. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/saude/cirurgia-e-suspensa-apos-compartilhar-videos-com-pele-de-pacientes>. Acesso em: 25 mar. 2021.

DOVE. **Girls and Beauty Confidence: The Global Report**. DOVE, 2017. 1. Disponível em: [https://www.unilever.com/Images/dove-girls-beauty-confidence-report-infographic\\_tcm244-511240\\_en.pdf](https://www.unilever.com/Images/dove-girls-beauty-confidence-report-infographic_tcm244-511240_en.pdf). Acesso em: 15 mar. 2021.

ESTUDO da ONU revela que mundo tem abismo digital de gênero. **ONU News**, 2019. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2019/11/1693711>. Acesso em: 24 abr. 2021.

GUIMIL, Eva. O reencontro de 'Friends' ou como é fácil envelhecer em Hollywood se você é homem. **EL PAÍS**, 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/cultura/2021-05-28/o-reencontro-de-friends-ou-como-e-facil-envelhecer-em-hollywood-se-voce-e-homem.html>. Acesso em: 4 jun. 2021.

HOOTSUITE. **2018 Q4 Global Digital Statshot**. Vancouver: DataReportal, 2018. Disponível em: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2018-q4-global-digital-statshot-october-2018-v2>. Acesso em: 16 abr. 2021.

INSTAGRAM. Canal **TECH**, 2010. Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/instagram/#:~:text=O%20Instagram%20foi%20criado%20por,mais%20promissores%20da%20App%20Store.&text=De%20acordo%20com%20a%20empresa,pessoas%20utilizam%20a%20rede%20social>. Acesso em: 15 abr. 2021.

PADRÃO de beleza com rosto mais fino aumenta procura pela bichectomia. **G1**, 2019. <https://g1.globo.com/sp/presidente-prudente-regiao/especial-publicitario/interplan-assistencia-funeral/interplan-ao-seu-lado-em-todos-os-momentos/noticia/2019/09/03/padrao-de-beleza-com-rosto-mais-fino-aumenta-procura-pela-bichectomia.ghtml>. Acesso em: 25 mar. 2021.

POLTRONIERI, Giulia. Cirurgião relata como redes sociais influenciam procedimentos estéticos. UOL, Dr. Jairo Bouer, 2021. Disponível em: <https://doutorjairo.uol.com.br/leia/cirurgiao-relata-como-redes-sociais-influenciam-em-procedimentos-esteticos/#:~:text=Segundo%20um%20artigo%20publicado%20no,da%20apar%C3%A2ncia%20em%20um%20instante>. Acesso em 24 abr. 2021.

QUAL o perfil dos usuários em cada Rede Social no Brasil?. **Amplifica Digital**, 2019. Disponível em: <https://amplificadigital.com.br/blog/qual-o-perfil-dos-usuarios-em-cada-rede-social-no-brasil>. Acesso em: 16 abr. 2021.

O QUE são redes sociais. **Resultados Digitais**, 2020. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/especiais/tudo-sobre-redes-sociais/#> Acesso em: 15 abr. 2021.

SILVEIRA e col. Métodos de Pesquisa. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2019. Disponível em:

<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2021.

VALENTE, Jonas. Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta estudo. **Agência Brasil**, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acesso em: 4 jun. 2021.

VASCOUTO, Lara. Personagens Empoderadas e...Misóginas? Uma Reflexão sobre Misoginia Internalizada na Cultura Pop. **Nó de Oito**, 2018. Disponível em: <http://nodeoito.com/misoginia-internalizada-cultura-pop>. Acesso em: 05 jun. 2021.

VIANNA, C. S. M. Da imagem da mulher imposta pela mídia como uma violação dos direitos humanos. Revista da Faculdade de Direito UFPR. Paraná, v. 43, n. 0, p. 2-6, 2005. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/direito/article/view/6991/4969>. Acesso em: 09 set. 2019.

## ANEXO A - PRÉ-PROJETO TCC

### INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso, tem como objetivo contar histórias reais de mulheres que tiveram a autoestima impactada pelas redes sociais de alguma forma, além de conscientizar o uso responsável dos mesmos pelos seus usuários e criadores e apresentar a realidade das mulheres que foram influenciadas por procedimentos estéticos invasivos e suas consequências.

A pressão estética que as mulheres sofrem na sociedade é algo que podemos analisar em sociedades patriarcais e que afeta diretamente a autoestima de cada uma. Como grandes responsáveis por disseminar essas ideias de padronização das mulheres, nós temos a mídia em todas as suas formas. Revistas, programas televisivos, radiológicos e a internet usam o seu poder de compartilhar conteúdos massivos para disseminar uma beleza padrão, muitas vezes inalcançável de forma natural, tendo o auxílio de programas como o Photoshop para modificar questões tabu no mercado comercial, como manchas, gorduras, pelos, entre outras coisas que são partes naturais das mulheres. Assim as mídias não exploram a pluralidade que o ser feminino pode atingir em toda a sua totalidade.

A forma aparentemente inofensiva que os filtros chegaram na vida de seus usuários, escondia o sério impacto que ele traria em suas autoestimas. O photoshop que antes era feito por publicitários, chegou ao alcance das mulheres de forma mais acessível do que nunca. Afinar o nariz, diminuir a bochecha, puxar os olhos e clarear a pele, é algo alterado em segundos, os filtros mostram uma versão pessoal completamente nova para nós mesmas e muitas vezes melhor, já que está cada vez mais próxima do padrão estético compartilhado pela grande mídia. As consequências disso, além da baixa autoestima, é a realização de cirurgias plásticas feitas de forma irresponsável, por empresas que visam apenas o lucro.

O uso inconsequente de filtros pode ser reconhecido quando nós conhecemos mulheres pessoalmente, que no universo digital são irreconhecíveis. Ao mesmo tempo, não acredito ser justo julgar tais mulheres que muitas vezes tomam atitudes impulsivas para estar cada vez mais próximas do padrão de beleza impulsionado pela mídia em geral.

A criação do mini documentário tem como objetivo compartilhar vivências e humanizar mulheres que são influenciadas e tomam atitudes para mudar suas aparências por conta dos filtros e até mesmo, mostrar de forma humanizada mulheres que tem suas autoestimas diminuídas por conta dos filtros.

Dessa forma, gostaria de mostrar para outras mulheres como o natural é bonito e que mostrar a pluralidade de nossas aparências físicas é importante para inspirar outras mulheres, mas ao mesmo tempo é um grande desafio, visto que cotidianamente somos influenciadas pela pressão estética que está intrínseca ao nosso dia a dia e tenta nos mostrar que a forma como somos naturalmente não é a correta.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo será abordado uma revisão bibliográfica dos temas centrais deste trabalho, primeiro as informações sobre o surgimento da internet no Brasil e no mundo, posteriormente entendemos sobre as redes sociais, mais especificamente o Instagram, a funcionalidade dos filtros nos Stories e finalizando com a autoestima feminina e a pressão estética.

### 2.1 A INTERNET

Também conhecida como rede mundial de computadores, a internet é descrita no dicionário Aurélio como:

“Rede remota internacional de ampla área geográfica que proporciona transferência de arquivos e dados, juntamente com funções de correio eletrônico para milhões de usuários ao redor do mundo”. (AURÉLIO, 2019)

Essa descrição pode parecer ultrapassada, já que atualmente a internet faz muito mais do que transferir dados e funções de correios eletrônicos para nós, além disso os milhões de usuários se tornaram bilhões, o site ONU News publicou uma matéria que compartilha um estudo da Organização das Nações Unidas em 06/09/2012 que estima que:

“Atualmente, 4,1 bilhões de pessoas utilizam a rede mundial. O número de usuários corresponde a 53,6% da população de todos o mundo.” (ONU, 2019)

Alcançando mais da metade da população mundial, a internet tomou proporções colossais, algo um pouco diferente da forma como foi criada, sendo mais um dos adventos que surgiram graças à guerra.

No final dos anos 50, no ambiente da Guerra Fria onde duas superpotências, EUA e União Soviética disputavam poderes, esse mundo mágico que atualmente é tão acessível para parte da população brasileira, foi estratégia de defesa dos EUA, que formaram uma rede de comunicação (ARPANET) nos locais mais críticos do sistema de defesa Norte-Americano espalhados pelo mundo, com o objetivo de que

em caso de explosão nuclear, a comunicação fluísse sem problemas entre as regiões não afetadas.

O nome INTERNET, começou a ser usado apenas em 1973. E apesar do pontapé inicial para a criação da internet ser militar, o impulso para o seu desenvolvimento foi a educação e em 1980 ela se tornou um pouco mais acessível quando os EUA dividiram o monopólio da rede com uma instituição universitária (BitNET) e outra científica (CSNET) dos Estados Unidos.

Em 1984, a rede de internet foi separada em duas, uma parte com o objetivo de comunicações e trocas de arquivos militares, conhecida como MILNET e a parte civil e científica, a ARPANET.

Nesse período inicial, a Internet não tinha o intuito de ser comercial, sua usabilidade era planejada para uso militar e científico, as conversas pessoais, como observamos atualmente nas redes sociais, por exemplo, não eram nem cogitadas, ainda.

Em 1985, com a internet mais estabelecida como uma tecnologia de comunicação entre pesquisadores e desenvolvedores, os próximos usuários a se familiarizarem com a tecnologia foi o mundo corporativo e por último, pelo público consumidor.

Em 1990, os EUA são pioneiros em oferecer o primeiro Serviço Provedor de Internet Comercial, disponível para a população em geral e com o fim da guerra fria e poucos riscos de ataque nuclear, a ARPANET deixa de existir.

### **2.1.1 A INTERNET NO BRASIL**

A educação uniu a internet ao Brasil. Em Outubro de 1988, o Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC) no Rio de Janeiro se conectou com a Universidade de Maryland nos EUA, eles podiam trocar e-mails e compartilhar arquivos. A conexão era individual, por linha telefônica e ponto a ponto, sem necessidade de discagem e os serviços eram pagos para a EMBRATEL (Empresa Brasileira de Telecomunicações).

A EMBRATEL fazia experimentos desde 1976 com transmissão digital de dados, mas foi o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) que em 1988 abriu a Alter Nex, primeira rede privada e independente das universidades para acessar a internet.

Em 1989 foi criada a Rede Nacional de Pesquisa (RNP) o órgão criou a primeira infraestrutura de conexão com alcance nacional, voltada para pesquisa.

Em 1992 as ONGs começaram a ter acesso a internet no país e no mesmo ano a RNP abre a primeira espinha dorsal de conexão do país, conectando onze estados entre si nas capitais. A internet começou a se espalhar pelo país e o primeiro evento com internet no Brasil foi a conferência da ONU sobre meio ambiente e desenvolvimento, chamada de Rio 92.

Em Dezembro de 1994 a EMBRATEL lançou o serviço experimental de internet comercial no Brasil, com cinco mil usuários testando a ferramenta e em Maio de 1995 ele começou a operar de forma definitiva.

O monopólio da EMBRATEL sobre a internet no país, foi algo muito questionado e a internet virou artigo de luxo. Relatos contam que quinhentos usuários pré cadastrados eram selecionados para começar a utilizar a rede semanalmente e pela escassez, havia até comércio de senhas.

Graças ao decreto do ministro de comunicações da época, Sérgio Motta, a empresa perdeu a exclusividade de distribuição sobre o serviço e outras empresas privadas foram impulsionadas a explorarem as formas de trabalhar com essa nova tecnologia.

A popularidade da internet, agora mais acessível ao público, virou capa da revista VEJA em 1995, com o texto: "Internet: A rede planetária em que você ainda vai se plugar".

Figura 1- Capa da revista VEJA publicada em 1995



Fonte: Site Mac Magazine

Ao fim de 1995, quando o boom da internet chegou ao país de forma mais acessível (em partes já que ainda era muito cara, porém estava aberta ao público), já haviam 120.000 pessoas conectadas.

O cantor Gilberto Gil estreou a transmissão de música no país lançando a composição “Pela Internet” que tem como estrofe inicial várias palavras que viriam a fazer parte do universo virtual:

“Criar meu web site

Fazer minha homepage

Com quantos gigabytes

Se faz uma jangada e um barco que veleje (...)” (GIL, 1992)

Nesse ano ainda aconteceu o evento “Internet World” para empresários e usuários conhecerem um pouco mais das possibilidades da tecnologia.

Já em 1997 o TSE (Tribunal Superior Eleitoral), divulgou em tempo real o resultado das eleições graças à internet e no fim de 1998 já haviam 2.100.000 milhões de usuários ativos na rede.

Uma grande curiosidade é que em 1996, os pagamentos eram feitos por hora, com R\$25 os usuários poderiam ficar logados por até 10 horas, segundo a Folha de São Paulo. Ela deixou de ser dessa forma em 2000 com a ADSL ou Linha Digital Assimétrica por Assinatura, onde o pagamento começou a ser mensal.

Com as novas formas de pagamento da Internet, dessa vez mensais e com o início da internet a cabo e a rádio no país, a sua popularidade se tornou ainda maior e em 2004 surgiu o Orkut, a primeira rede nacional em que os brasileiros se mostraram grandes fãs de redes sociais. No mesmo ano também chegou o 3g da operadora Vivo, restrito para poucas cidades.

Segundo o IBOPE ao fim de 2005, 11.030.000 pessoas já tinham acesso à internet em casa e o tempo de navegação mensal era de 15h em média, um pouco diferente do número que temos atualmente, onde uma pessoa pode chegar a passar esse tempo diariamente.

O Marco Civil da Internet, o conjunto de regulamentações e direitos só foi aprovado em 2014 depois de muitos debates e se mantém em constante atualização,

Dados atuais da pesquisa TIC Domicílios 2019, o mais importante levantamento sobre acesso a tecnologias da informação e comunicação, publicados no site Agência Brasil em 26/05/2020, estima que 134 milhões de pessoas tenham acesso à internet no Brasil e o seu alcance se estende para objetivos diferentes de quando ela chegou ao país, além da educação. A internet trouxe uma nova forma de se comunicar, com uma rapidez maior na troca de informações.

## **2.2 REDES SOCIAIS NA INTERNET**

Redes sociais podem ser definidas como plataformas implementadas dentro ou fora do mundo digital, por pessoas e organizações que se conectam a partir de interesses ou valores semelhantes. Há uma confusão comum entre “Redes Sociais”

e “Mídias Sociais”, mas elas não significam a mesma coisa, enquanto as mídias são apenas mais uma forma de criar redes sociais, incluindo no meio digital.

No início da década, com a recente popularização da Internet entre pessoas comuns, as redes sociais começaram a se tornar uma forma de aproximar pessoas que antes poderiam não se conhecer.

O site SixDegrees, foi um dos pioneiros das redes, nele os usuários podiam criar seus próprios perfis e convidar participantes, o mais próximo do que conhecemos hoje, o site chegou a ter 3,5 milhões de membros e foi encerrado em 2001, porém sua fama no Brasil não foi tão grande.

Por aqui, sucesso de público foram o MySpace e o Orkut, para se ter uma ideia, no Orkut o Brasil era o país com o maior número de inscritos do mundo, o que fez o escritório da empresa se mudar para cá. Redes grandes e conhecidas no país atualmente como o Facebook e o LinkedIn estavam dando seus primeiros passos nessa época.

Um grande diferencial que as redes sociais trouxeram frente aos outros meios de comunicação da época, foi a quebra do monopólio da criação de conteúdo sobre diversos assuntos, antes centralizados na televisão e no rádio, agora pessoas comuns poderiam compartilhar informações pensadas e criadas, por ela mesma.

Porém nesse momento inicial, o impacto que as redes poderiam causar na sociedade não era nem imaginado com o que ela tem se tornado, um levantamento da Hootsuite publicado em 2018 aponta que, até o final de 2018, 3,4 bilhões de pessoas usavam redes sociais no mundo. Entre os brasileiros, 58% da população tem ao menos um perfil.

No livro “Seja Homem”, escrito por JJ Bola, onde o autor explora a pluralidade da masculinidade, ele compartilha alguns dados sobre redes sociais:

“Em 2018, por exemplo, algumas das maiores plataformas de redes sociais como o Facebook, YouTube, Instagram e Twitter, afirmavam ter, respectivamente, 2,33 bilhões, 1,8 bilhões, 1 bilhão e 335 milhões de usuários.” (JJ BOLA, 2020, p. 126)

O autor ainda reflete sobre as redes sociais quando compara o seu grande número de usuários aos países mais populosos do mundo como a Índia, os Estados Unidos e o Brasil, e divaga sobre a forma como as redes têm semelhanças com os países:

“Claro, alguém pode contra-argumentar que, para uma plataforma de rede social se um país, então, assim como todos os países, ela precisa ter a sua própria cultura, suas normas, seus valores suas crenças que emergem e se espalham internamente até se constituírem e quando uma imagem que apresente as ideias daquela nação mundo afora. Mas o ponto é justamente esse: as redes sociais preenchem todos os requisitos. E elas, assim como os cidadãos de um país, encontraram uma maneira muito particular de comunicar suas ideias entre seus usuários.” (JJ BOLA, 2020, p. 126)

Através do documentário “O Dilema das Redes”, produzido pela Netflix e publicado em 2020, a Dra. Anna Lembke explica melhor como as redes sociais funcionam em seus bastidores e o sistema de recompensa que as redes trazem atualmente, através das interações como likes, compartilhamentos e comentários, mas também não sendo apenas mais uma forma de conectar as pessoas, mas tendo um algoritmo que se torna cada vez mais inteligente para nos manter conectados o maior tempo possível, através dos conteúdos apresentados na timeline, das notificações e de diversas outras formas que de tão bem articuladas, são imperceptíveis a nossa percepção.

As redes sociais têm uma grande influência na vida de seus usuários, de forma que as consequências dela vão para o offline. Como Cynthia M. Wong, ativista dos direitos humanos especialista em pesquisa na internet, explora no documentário “O Dilema das Redes”, ela traz o exemplo de Myanmar, uma nação do sudeste asiático com mais de 100 grupos étnicos. Lá, quando as pessoas pensam na internet, elas na realidade estão pensando no Facebook, para se ter uma ideia, quando elas compram o celular, o dono da loja já baixa a rede social e cria o perfil dela. Com essa fonte de informação monopolizada, lá foi disseminado um discurso de ódio desenfreado para com os muçumanos o que causou chacinas, incêndios em aldeias inteiras, estupros

em massa e outros sérios crimes contra a humanidade. A consequência de todas essas ações desumanas, além das milhares de mortes, foi a imigração de setecentos mil mulçumanos deixando o país.

Compreendendo que as consequências que as redes sociais trazem para o dia a dia vão além do mundo online, invadindo a vida offline dos usuários, nós podemos entender também o impacto que elas causam em nós mesmos. Nossa aparência física, na saúde psicológica e tudo o que elas influenciam, são alvos diretos do que absorvemos online e ao mesmo tempo que somos influenciados, também somos influenciadores, afinal cada pessoa escolhe o que irá compartilhar e pode montar sua própria realidade, não tendo necessariamente ligação com seu dia a dia.

Não costumamos compartilhar nossas inseguranças e dessa forma, a rede se torna um local que pode ser altamente nocivo, afinal não há equilíbrio com a negatividade que há na realidade. Outro problema que podemos observar é que através da tela, algumas pessoas podem se tornar mais ofensivas com as outras, visto que com a distância, elas compartilham opiniões que machucam outras pessoas e não seriam compartilhadas pessoalmente. O impacto de se sentir inferior por comentários na internet tem consequências reais em nossa saúde psicológica e aparência física, onde esses comentários maldosos são, normalmente, direcionados.

### **2.3 INSTAGRAM**

Há quem não imagine que o Instagram teve sua criação realizada em parceria com um brasileiro, isso mesmo. A rede deu seu primeiro passo em 2010 através dos criadores Kevin Systrom e pelo paulistano Mike Krieger.

Em apenas um ano de existência, a rede já se mostrava extremamente promissora na App Store, contando com 10 milhões de usuários. Ainda disponível apenas para os produtos Apple, o Instagram foi vendido para o Facebook em 2012 pelo valor de 1 bilhão de dólares. Em seguida, ele foi disponibilizado para usuários do sistema Android.

Atualmente a rede apresenta diversas funcionalidades diferentes, mas no início, seu principal negócio era o feed de fotos e as interações como curtidas e compartilhamentos. Para se ter uma ideia, a possibilidade de compartilhar vídeos com

até 15 segundos no feed, chegou no ano seguinte, em 2013, junto a funcionalidade de troca de mensagens diretas, chamada de Instagram Direct, popularmente conhecida como “DM”.

Porém o Snapchat foi um divisor de águas para implementar novas opções de produzir conteúdo na rede. Em 2016, com os empecilhos para a compra do concorrente, o Instagram adicionou a funcionalidade de Stories, onde os conteúdos são produzidos na vertical e desaparecem após o período de 24 horas da postagem, resumindo, uma cópia escrachada da funcionalidade do Snapchat.

Depois disso, muitas funcionalidades foram implementadas até os dias atuais. É possível criar vídeos ao vivo com duração de até 1h, com até três convidados e mantê-lo salvo no IGTV, uma espécie de Youtube própria da rede, onde os usuários podem adicionar vídeos comuns de até 15 minutos produzidos na vertical.

Com o crescimento do empreendedorismo, a rede ainda implementou a função “Loja” onde os usuários podem cadastrar seus produtos e criar uma espécie de catálogo para impulsionar as vendas, no momento, ainda não há a opção de realizar o pagamento na própria plataforma.

Outra atualização recente é o “Reels”, mais uma vez observando as redes concorrentes, como o Tik Tok e o Kwai, nessa funcionalidade os vídeos são criados na vertical e tem sua própria linguagem, sendo objetivos, com cortes rápidos, trilhas musicais e normalmente, bom humor.

Com toda essa variedade de possibilidades de produção de conteúdo, podemos observar algo que todas as redes procuram fazer, mas ainda é um ponto que chama a atenção no Instagram. A rede está em uma constante corrida para monopolizar todas as funcionalidades das redes concorrentes e fazer o máximo para deixar o usuário logado o maior tempo possível. Não haver a possibilidade de incluir links diretos saindo das postagens é uma prova disso.

Segundo a empresa, atualmente 800 milhões de pessoas utilizam a rede social, um crescimento de 7900% em onze anos. A rede ainda é uma das mais acessadas no país e desde 2015, os brasileiros estão em destaque. Atualmente nossa participação se mantém maior que a média global.

Com o rápido crescimento e o baixo custo de investimento, o Instagram é atualmente um dos principais veículos para a publicidade de empresas de todo o mundo e com isso começaram a surgir também os influenciadores.

Pessoas comuns que por terem a facilidade de compartilhar suas vivências com rapidez, em qualquer horário do dia e através de muitas ferramentas diferentes dentro da mesma plataforma, se mostraram mais reais e se conectaram mais com o público do que qualquer outra forma de publicidade, possibilitando uma nova forma de vender produtos mais humana que a televisão, o rádio ou as outras redes.

A intenção é boa, mas muitas pessoas não se dão conta do poder que têm em mãos sendo influenciadoras e o impacto social disso pode ser devastador para muitas pessoas no mundo offline.

As marcas não deixaram de se aproveitar dessa nova forma de vender mais e apostaram forte nessas novas garotas propagandas. Os chamados publis, merchans ou jabás, são vistos com frequência na rede e se adequam ao nicho da influenciadora.

O perigo se apresenta quando podemos ver propagandas de itens que mexem com a autoestima das usuárias, como o incentivo à realização de procedimentos estéticos ou até mesmo cirurgias plásticas.

No dia dez de abril de 2021 a VEJA SP publicou a matéria “Cirurgiã é suspensa após compartilhar vídeos com pele de pacientes no TikTok”, compartilhando o caso de uma cirurgiã plástica, que atuava em Ribeirão Preto/SP e teve seu registro para exercer a profissão temporariamente suspenso pelo Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo (Cremesp). O motivo, é assustador, a cirurgiã compartilhava em suas redes sociais vídeos mostrando pedaços de pele e gordura humana após cirurgias.

Figura 2- Prints censurados da cirurgiã segurando pedaços de gordura humana.



Fonte: Matéria “Cirurgiã é suspensa após compartilhar vídeos com pele de pacientes no TikTok”, publicada pela VEJA São Paulo em 10 de Abril de 2021.

Ações menos extremas, como compartilhar corpos perfeitos nas redes, também têm impacto na vida de milhares de usuárias. Como o Relatório Global de Autoconfiança Feminina Dove (Dove Global Beauty and Confidence Report confirma, 7 em cada 10 garotas, acham que as imagens na mídia são alteradas e mesmo tendo conhecimento de que o que veem não é real, os impactos ainda se mostram avassaladores, ainda mais no período de quarentena que estamos passando a mais de um ano, onde a presença com pessoas fora das redes é evitado por ter se tornado um risco a nossa saúde por conta do COVID-19, as pessoas tem passado mais tempo nas redes.

Alan Landecker, cirurgião plástico e membro titular da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), comentou em uma matéria intitulada “Cirurgião relata como redes sociais influenciam procedimentos estéticos” e publicada em 25/03/2021 pelo site “Dr. Jairo Bouer”, que já chegou a receber em seu consultório pacientes em busca de procedimentos que os deixassem com corpos parecidos com os de celebridades.

Alan ressalta que as fotos servem como um exemplo para as seguidoras se espelharem:

“A pessoa vê que a influencer fez um procedimento e quer imitar.”  
(LANDECKER, 2021)

Com o triste relato do cirurgião Alan Landecker, podemos entender melhor como as imagens nas redes são criadas para serem perfeitas, os filtros, maquiagens e edição contribuem e muito para isso. A rede que se tornou um negócio precisa ter mais responsabilidade nos conteúdos que são publicados e geridos.

Uma colega procurou uma forma de orçar um procedimento com um grande centro de estética paulistano, inclusive recomendado por muitas influenciadoras da rede e o tratamento que teve foi mais rápido e padronizado do que se estivesse comprando algo simples, como um fast food.

Um ano após o constante incentivo a um procedimento estético específico, a bichectomia que nesse centro de estética sai por R\$4.000, já podemos ter contato com mulheres do mundo todo arrependidas de terem se submetido a tal ato, como a Luciana Felix (@lucianasetrafelix no instagram), conhecida digitalmente como Lully, que compartilhou o seu triste relato no Instagram:

“Eu tinha um pouco de Papada antes, que hoje descobri pelo cirurgião plástico especialista em rosto que na verdade eu tenho o queixo menor e faz da essa papada, mas não é gordura! E pele. Não tinha a pele caída na Bochecha. Não Tinha Bigode chinês! Minha maçã do rosto era Saltada . Eu já tinha uma leve marcação na bochecha. □

Hoje tenho um buraco Na bochecha ,Minha maçã do rosto Caiu . tenho Bigode Chinês!.Tenho mais papada pelo fato da pele está caída!!!tenho flacidez.

E Como vê até a minha Boca ficou torta.

Tudo isso depois de apenas uma cirurgia! BICHECTOMIA”  
(FELIX, 2020)

Figura 3- Antes e depois da bichectomia da Lully



Fonte: Instagram pessoal @lucianasetrafelix

Os impactos ao incentivo desenfreado de procedimentos estéticos ainda não são todos conhecidos por ainda serem muito recentes, mas é importante se questionar até onde vai a preocupação com o lucro de uma rede social que sabe que influencia a vida offline das pessoas e ainda não trabalham em um rigoroso processo de punição a esses influenciadores, marcas e profissionais sem responsabilidade do que fazem.

## 2.4 FILTROS NO STORIES DO INSTAGRAM

A ideia de colocar uma máscara digital facial chegou no Instagram em 2016 através dos stories, uma das formas de produzir conteúdo que a rede apresenta, onde as postagens são produzidas na vertical e ficam disponíveis por 24 horas.

Foi então que uma nova possibilidade se abriu quando o Instagram permitiu que pessoas comuns criassem seus próprios filtros de realidade aumentada e ainda lhes forneceu a ferramenta perfeita para fazer isso, não precisando ser nenhum desenvolvedor. O Spark AR Studio é um programa disponível para Windows e Mac,

que além de ser gratuito, ainda oferece diversos tutoriais para ajudar seus usuários a se desenvolverem ainda mais na ferramenta.

Com um programa disposto de forma tão acessível, influenciadores e marcas já começaram a trabalhar para oferecer seus próprios filtros e crescer ainda mais na rede social, dessa forma um novo negócio começou a entrar em vigor, atualmente há influenciadores especializados apenas na criação de filtros para outros influenciadores.

Dessa forma, a padronização da beleza se intensificou ainda mais nas redes, onde o diferencial frente a televisão era a aproximação da realidade de diferentes pessoas, o visual de cada uma começou a se tornar cada vez mais parecido com o outro.

Na pesquisa realizada para esse trabalho, podemos analisar através dos dados que na pergunta de número 2, as respostas com teor positivo foram maioria quando questionadas sobre o uso do filtro no dia a dia.

Enquanto a pergunta de número 3, que questionava sobre a auto imagem SEM o uso dos filtros, as respostas tiveram um teor negativo, tendo em sua maioria (55,6%) a resposta “Bem! Eu gosto da minha aparência natural” ou “Mal! Sinto que tem alguns detalhes que eu preciso usar filtros para me sentir melhor” com 31,4% das respostas.

Mesmo que os filtros estão evoluindo para parecerem cada vez mais naturais, ainda é perceptível quando as pessoas o usam. Na pergunta de número 5, quando se é questionado a frequência que elas notam que as pessoas da rede estão usando filtros faciais, 59,7% das mulheres que responderam a pesquisa enfatizaram que sempre notam o uso dos filtros e a segunda maior porcentagem também vem com teor positivo, “Quase sempre” notam, totalizando 92,8% das respostas.

E quando são questionadas sobre o desejo de realizar um procedimento estético por conta da influência dos filtros, como na pergunta nove, pode-se observar a expressiva resposta negativa, 70,4% das mulheres sequer pensaram em realizar um procedimento porque viu outra pessoa do meio digital fazendo, mas 29,6% delas ou 82 mulheres, responderam positivamente à pergunta, o que mesmo sendo minoria na porcentagem, é um alto número de pessoas.

A facilidade de realizar tais procedimentos é algo ainda mais atrativo, visto que a bichectomia por exemplo, pode ser realizada em um consultório dentista e o procedimento é vendido como um simples corte dentro da boca, sob anestesia local e as bolas de Bichat são retiradas em apenas uma consulta, sem deixar cicatriz visível.

Resultado disso é o aumento do procedimento como a matéria “Padrão de beleza com rosto mais fino aumenta procura pela bichectomia” publicada pelo G1 em 03/09/2019, escrita pela jornalista Renata Rodrigues (MTB: 44.393) e com o apoio da dentista Roseane Palopoli Bagli (CROSP: 78673) exemplificam com dados:

O último censo sobre cirurgia plástica no Brasil, realizado pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), estimando o aumento da procura pela bichectomia em 14,25% entre 2014 e 2016. (G1 2019)

Além disso, de acordo com o Censo de 2016 da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, a busca por procedimentos estéticos não cirúrgicos, como a bichectomia, aumentou em 360% no Brasil. Já em 2017, um estudo da Academia Americana de Cirurgiões Plásticos apresentou que 55% das pessoas que fizeram rinoplastias em 2017 tinham o desejo de sair melhor em selfies.

Em 2019, o Instagram derrubou efeitos que modificam tanto o rosto a ponto de parecer uma cirurgia plástica e parou de aprovar o lançamento de novos filtros com o mesmo intuito. Uma nova função onde os usuários podem denunciar filtros que são considerados uma violação das políticas da rede social também foi lançada.

Mesmo com essas ações da rede, no ano de 2021 as consequências do uso desenfreado dos filtros e a aliança com os influenciadores, causou ações extremas em países como o Reino Unido, onde as autoridades proibiram o uso dos filtros em publicações de cunho publicitário, com o objetivo de prevenir que os efeitos realcem de modo exagerado os resultados do produto em questão. A decisão se aplica a todas as marcas, influenciadores e celebridades.

Alguns influenciadores celebraram a notícia e entendem a responsabilidade que exercem, uma delas é a modelo e influenciadora Sasha Pallari, criadora da

#FILTERDROP que incentiva o compartilhamento de peles reais na internet. Ela disse para a BBC:

"Eu sinto que o efeito negativo dos filtros sobre os usuários das redes sociais foi finalmente levado a sério. Este é um grande passo na direção certa sobre como os filtros são usados e a forma como os cosméticos são anunciados online." (PALLARI, 2021)

A autoestima e a saúde mental dos usuários das redes parecem estar sendo mais valorizadas em ações como essas, porém é necessário entender que algumas atitudes aconteceram anos depois do lançamento da funcionalidade, quando muitas das consequências já são irreversíveis para a saúde física e mental de muitas mulheres.

## 2.5 AUTOESTIMA FEMININA

Segundo o dicionário Aurélio, autoestima significa:

“apreço ou valorização que uma pessoa confere a si própria, permitindo-lhe ter confiança nos próprios atos e pensamentos”. (AURELIO,2019)

Construí-la é um trabalho individual que sofre grande influência social no cotidiano e depende de uma boa dose de autoconhecimento.

O filósofo Sócrates, certa vez disse:

“Ainda não cheguei a ser capaz, como recomenda a inscrição délfica, de conhecer a mim próprio. Parece-me ridículo, pois, não possuindo eu ainda esse conhecimento, que me ponha a examinar coisas que não me digam respeito. Não são as fábulas que investigo: é a mim mesmo.” (SÓCRATES)

Portanto, a autoestima também pode ser reconhecida como uma visão consciente ou inconsciente de nós mesmos que influencia na forma como entendemos as coisas à nossa volta, elas se tornam extensões de nós mesmos.

A autoestima pode ser alta ou baixa e cada uma delas tem consequências diferentes na vida do ser humano que a carrega. Por exemplo, uma pessoa com alta autoestima reconhece suas qualidades boas e ruins, não se importa com o que as pessoas à sua volta pensam sobre ela e está sempre à procura de se desenvolver. Os benefícios de se ter uma boa autoestima, são muitos como podemos notar.

Já pessoas com baixa autoestima normalmente não têm consciência de quem realmente são, de seus valores e qualidades, não aceitam bem críticas, são competitivas e se preocupam constantemente com a percepção que o outro tem dela. Nas mulheres essas características são ainda mais comuns com seu intelecto, mas também com sua aparência física e uma grande responsável por isso, é o padrão estético.

Impulsionado pela pressão social e pela mídia, o padrão estético influencia o dia a dia das mulheres de forma inconsciente e traz consequências tanto para a sua autoestima, como para o seu convívio social e a sua saúde, física e mental.

Segundo o Relatório Global de Autoconfiança Feminina Dove (Dove Global Beauty and Confidence Report), divulgado pela marca, em 2016, 8 em cada 10 mulheres desistem de compromissos importantes, como encontros e eventos com os amigos, por não se sentirem bem com a própria aparência. 7 em cada dez, param de comer ou colocam a sua saúde em risco.

Em contrapartida, é mais provável que 78% das mulheres com alta autoestima se achem bonitas, mesmo que elas pareçam diferentes das imagens na mídia, o que mostra que uma boa autoestima impacta na forma como ela absorve as informações para si.

É importante entender como as mulheres também podem se sentir com a influência do filtro. Na pesquisa realizada para esse trabalho, a pergunta seis questionava se as mulheres se sentem melhores se olhando com um filtro do que no espelho e as respostas foram bem acirradas. 51,4% das mulheres responderam que se sentem melhor com os filtros, enquanto 48,6% responderam que preferem se olhar no espelho. Essas respostas nos fazem questionar o impacto que os filtros exercem sobre a vida de cada pessoa.

Um questionamento mais conectado à autoestima é o questionamento 7 também realizado para esse trabalho, onde foi questionado: “Você sente que quando está consumindo muitos conteúdos online, a sua autoestima diminui?”. A maioria das mulheres (68,7%) responderam que sim, sentem que sua autoestima diminui quando está consumindo muitos conteúdos online. Essa é uma consequência direta é perceptível na vida das mulheres que prejudica o seu dia dia, já que a autoestima baixa pode ter resultados negativos na vida, além do online para as mulheres.

Em conexão com o desenvolvimento da autoestima feminina, estão a autoimagem e a autorrealização. Como citado acima, a autoimagem e a forma como nos vemos, é grandemente influenciada pelo padrão estético que é disseminado pela mídia e pela sociedade. E a auto realização é o desejo de aproveitar todo o potencial interior para fazer tudo o que o ser humano é capaz de conseguir, é se desafiar, conquistar e celebrar os seus feitos.

Entendendo que a autoestima é construída em conexão à autoimagem e à autorrealização, nós devemos reconhecer as consequências de viver em uma sociedade machista e em um sistema sociopolítico onde o poder pertence aos homens e não em equidade as mulheres.

Essa desigualdade resulta em consequências que vêm dos homens sobre as mulheres. Podemos listar como resultado da opressão a competição feminina, que faz com que mulheres compitam entre si em quesitos físicos e intelectuais, a disforia da autoimagem pode ser uma das decorrências podendo levar ao uso desenfreado de filtros e no futuro cirurgias plásticas compulsórias.

## **2.6 PRESSÃO ESTÉTICA**

A pressão estética é um conjunto de regras tácitas à sociedade que impõem restrições aos seres humanos, mas em sociedades patriarcais, muitas das regras mais inatingíveis recaem sobre as mulheres.

Essa pressão faz as mulheres questionarem a todo o momento se não estão gordas ou magras demais, com muitas manchas no rosto, se os pelos estão sem depilar, se as unhas estão com cutículas grandes, se os cílios estão sem alongamento, se o cabelo está mal penteado ou pintado, afinal, fios brancos nem

pensar. Necessidades que culturalmente mudam e que não são realmente necessárias para nos manter vivos, viram cobranças que impõe preocupações e se as mulheres pensam demais nelas, se tornam fúteis e superficiais.

O recente reencontro da série americana “Friends” rendeu uma matéria extensa no site El País intitulada: “O reencontro de ‘Friends’ ou como é fácil envelhecer em Hollywood se você é homem”, escrito por Eva Guimil onde ela comenta o fato da palavra “botox” ter aparecido quase o mesmo número de vezes que “nostalgia”.

Enquanto os homens também envelheceram 17 anos desde a última temporada de Friends e essa mudança foi mais do que perceptível, afinal é natural a qualquer ser humano, a mudança das mulheres foi a mais comentada, como Eva cita em seu texto:

“Aniston, Cox e Kudrow não podem se permitir envelhecer, pois correm o risco de que os telefones de seus agentes parem de tocar. Chegaram para o evento em plena forma porque sempre têm que estar assim, é sua obrigação como estrelas femininas. Se o reencontro tivesse ocorrido há 10 anos, assim estariam, e também há cinco anos ou no ano passado, e se um comando da gravação as tivesse acordado no meio desta madrugada para levá-las a um set às três da manhã, é provável que as teria encontrado com os cabelos perfeitamente hidratados e uma manicure perfeita. Elas não podem se dar ao luxo de baixar a guarda.” (GUIMIL, 2021)

Mesmo com a fama e fortuna acumuladas em anos de trabalho, as mulheres de Hollywood precisam seguir o padrão estipulado pela grande mídia para se manter no poder e a forma como isso é desumano é comentada por Lara Vascounto para o site Nó de Oito, no texto intitulado: “Personagens Empoderadas e...Misóginas? Uma Reflexão sobre Misoginia Internalizada na Cultura Pop”:

“[...] talvez a ditadura da beleza imposta sobre as mulheres seja a engrenagem sexista que mais sutilmente nos destitui de poder. Em primeiro lugar, porque coloca como o ideal mais importante

de nossas vidas algo que é subjetivo, variante e efêmero. Em segundo lugar, porque arranca de nós tempo, energia e recursos que poderiam ser utilizados em outras ocupações e melhoramentos pessoais mais importantes. E por último, mas não menos importante, porque cria seres inseguros, de baixa autoestima e eternamente dependentes de aprovação externa. O coquetel perfeito para a submissão.” (VASCOUTO, 2018)

Além da submissão e da prisão que a pressão estética traz para a vida das mulheres, as consequências físicas e mentais que ela causa são irreversíveis e os filtros ajudam cada vez mais a introduzir esses detalhes físicos e supérfluos com cada vez mais facilidade na vida de mulheres reais, que não tem toda a cobrança de Hollywood, mas tem de uma sociedade inteira e sofre as consequências dela. Como é citado no artigo intitulado: Da imagem da mulher imposta pela mídia como uma violação dos direitos humanos, publicado pela Revista da Faculdade de Direito UFPR:

“Alcançar tal padrão de beleza é utópico e isto produz situações de agravo mental e físico, que se inicia na infância, se estendendo à adolescência, vida adulta e terceira idade (VIANNA, 2005).”

Na pesquisa realizada para embasar esse trabalho, a última questão que era aberta e intitulada: Você tem algum comentário sobre filtros que gostaria de compartilhar? Recebeu as seguintes respostas:

“Eu odeio tirar fotos com filtro ou sem filtro, pois me considero feia do mesmo jeito.”

O modo como a pressão estética influencia os seres humanos, podem inviabilizar a beleza natural de cada um, deixando a auto estima cada vez mais baixa a ponto de não registrar fotos de si mesmo.

“Filtros mais leves suavizam o rosto cansado”

O “rosto cansado” citado tem diferentes interpretações para cada pessoa, porém com o uso dos filtros e da pressão estética, uma expressão natural do rosto é vista como negativa para alguns.

“Os filtros que eu mais gosto geralmente são aqueles que dão só uma corzinha de saúde (...)”

A “corzinha de saúde” é outro exemplo de ação natural do corpo humano que é buscada através do filtro.

“(...) Quando uso filtro começo perceber defeitos na minha aparência sem filtros que antes não via.”

O uso dos filtros pode desencadear consequências ruins na vida das pessoas, como já citado anteriormente e é enfatizado nessa triste frase que foi compartilhada na pesquisa. As pessoas podem notar “defeitos” na aparência que antes não existiam, mas que com o uso dos filtros é revelada.

“(...) Sinto que constantemente venho me comparando fisicamente com mulheres lindas e que são o padrão de beleza. Os filtros me ajudam a me sentir como elas!”

A comparação por si só pode ser intencional, mas deve ser questionada, afinal cada ser humano deve defender a sua singularidade frente às outras pessoas, porém aqui pode-se notar que os filtros a ajudam a chegar ao ideal de beleza que é visto nas redes sociais, deixando todos muito parecidos fisicamente.

“A maioria dos filtros alteram a cor da minha pele deixam mais “branca”, além de que depois de comparar fotos com e sem filtro sempre bate as críticas de como minhas características poderiam ser diferentes, para eu ser mais bonita. Logo, acabo evitando tirar fotos minhas.”

Um caso antes não citado durante essa pesquisa mas sim no último questionamento é a invisibilização da ancestralidade que os filtros trazem, embranquecendo o tom de pele, além de apagar a autoestima das mulheres, como essa que deixou de tirar fotos.

“Além de colocar expectativas muito altas em si mesmas, as pessoas colocam pressão na maneira como veem os outros também.”

Quando às cobranças que compartilhamos como indivíduos, transborda para o outro há a possibilidade de prejudicar a cadeia que se volta contra o indivíduo, já que a cobrança do outro recai sobre ele também.

Se faz necessário entender que há um sistema muito maior que nós mesmas se movimentando para que as coisas se mantenham como são e que não é de responsabilidade das mulheres, serem apontadas como erradas quando procuram por procedimentos estéticos ou usam filtros e encontram “defeitos” que não encontravam antes deles, elas não são vilãs, mas quem controla esse sistema que vê nossos corpos como produtos ambulantes, sim.

### 3.0 METODOLOGIA

A metodologia pode ser definida como o processo de produção e coleta de dados a serem analisados para a obter a solução ou ainda mais informações sobre o problema do projeto, sendo a base da direção do trabalho. Seu principal objetivo é possibilitar a escolha do melhor caminho para que o estudo seja realizado de forma mais prática e científica, indicando o funcionamento do procedimento para cada tipo de pesquisa com seus diferentes objetivos. Assim ela é muito importante para a realização de qualquer trabalho, auxiliando para que as informações encontradas sejam compartilhadas de modo coerente.

Nesse projeto, a metodologia se aplicou no formato de pesquisas qualitativas e bibliográficas, criando assim um ambiente de maior entendimento sobre o tema pesquisado, evitando achismos. Assim podemos entender melhor como os filtros afetam a vida de centenas de mulheres através de dados, além de entender melhor o tema através de livros e artigos relacionados ao tema.

Inicialmente, foi criada uma pesquisa qualitativa, que é o principal pilar de pesquisa em que esse projeto é baseado, além de desenganar alguns pré conceitos definidos acerca do tema. O livro “Métodos de Pesquisa”, publicado em 2009 traz a citação da socióloga e pesquisadora brasileira, Maria Cecília de Souza Minayo explicando a pesquisa qualitativa:

Para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. (MINAYO, 2001)

Como os dados coletados são influenciados diretamente pelas pessoas pesquisadas, é importante entender que essa pesquisa representa uma parcela de opiniões que poderiam diferir, caso o objeto de pesquisa fossem outras mulheres, assim entendemos que os seres são individuais e tem opiniões próprias. Abaixo estão listados outros pontos de atenção que o livro “Métodos de Pesquisa” traz:

Entretanto, o pesquisador deve estar atento para alguns limites e riscos da pesquisa qualitativa, tais como: excessiva confiança no investigador como instrumento de coleta de dados; risco de que a reflexão exaustiva acerca das notas de campo possa representar uma tentativa de dar conta da totalidade do objeto estudado, além de controlar a influência do observador sobre o objeto de estudo; falta de detalhes sobre os processos através dos quais as conclusões foram alcançadas; falta de observância de aspectos diferentes sob enfoques diferentes; certeza do próprio pesquisador com relação a seus dados; sensação de dominar profundamente seu objeto de estudo; envolvimento do pesquisador na situação pesquisada, ou com os sujeitos pesquisados. (SILVEIRA e CÓRDOVA, 2009, p.32)

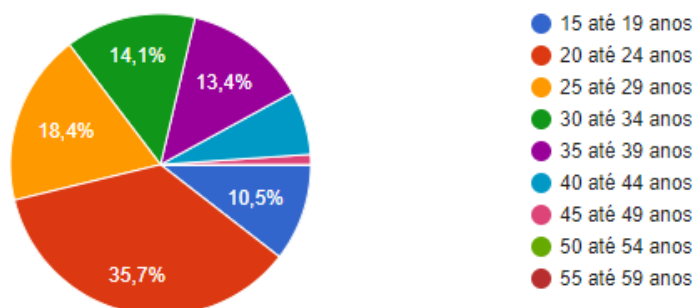
Foi desenvolvido então um questionário contendo doze perguntas destinadas ao público feminino, a fim de entender como os filtros e o uso das redes sociais influenciam a auto estima de cada uma e as consequências que esse uso pode resultar. Os dados da pesquisa foram captados em diferentes grupos nas redes sociais e destinado a mulheres de todas as idades. Abaixo estão as perguntas, os resultados e a análise de cada pergunta, seguindo os cuidados citados acima. A pesquisa teve no total 278 respostas de mulheres brasileiras:

### 1- Quantos anos você tem?

Figura 4- Gráfico de setores referente à questão um

Quantos anos você tem?

277 respostas



Fonte: do autor.

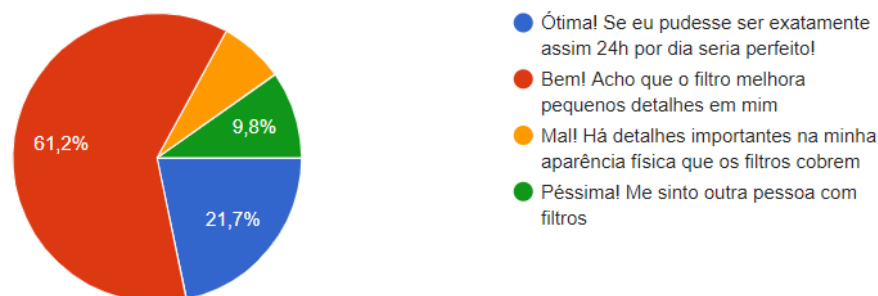
A primeira pergunta tinha como objetivo entender a idade das mulheres respondentes. Obtivemos como resultado, a maior porcentagem de 35,7% com mulheres de 20 até 24 anos, em seguida, mulheres com 25 até 29 anos somaram 18,4%, em terceiro lugar mulheres de 30 até 34 anos somaram 14,1% e logo atrás, mulheres de 35 até 39 anos somaram 13,4%. 10,5% das mulheres tinham de 15 até 19 anos e ao fim somando 8%, haviam mulheres de 40 até 49 anos.

## 2- Como você se sente olhando sua imagem COM filtros?

Figura 5- Gráfico de setores referente à questão dois

Como você se sente olhando sua imagem COM filtros?

276 respostas



Fonte: do autor.

O objetivo do segundo questionamento é entender se as mulheres se sentem piores ou melhores olhando sua imagem utilizando os filtros. Dessa forma, pudemos observar que 61,2% das mulheres optaram pela resposta “Bem! Acho que o filtro melhora pequenos detalhes em mim”, enquanto 21,7% responderam “Ótima! Se eu pudesse ser exatamente assim 24h por dia seria perfeito!”. As respostas com teor negativo foram as minorias selecionadas, somando 9,8% para “Péssima! Me sinto outra pessoa com filtros” e 7,2% para “Mal! Há detalhes importantes na minha aparência física que os filtros cobrem”.

82,9% das mulheres optaram pelas respostas positivas em relação a observar suas imagens com filtros, alegando que eles melhoram pequenos detalhes em suas

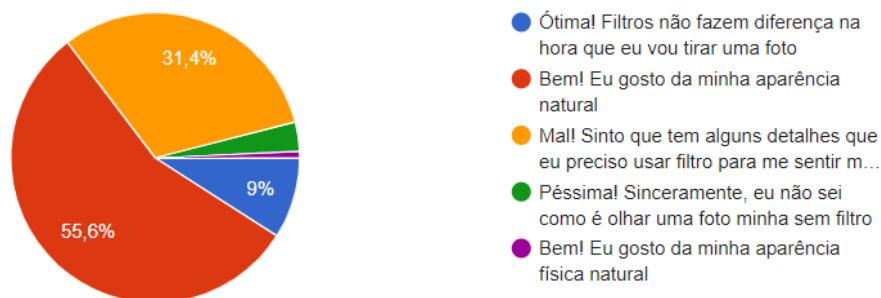
aparências, até relatar que gostariam de ser exatamente como eles mostram 100% do tempo.

### 3- Como você se sente olhando sua imagem SEM filtros?

Figura 6- Gráfico de setores referente à questão três

Como você se sente olhando sua imagem SEM filtros?

277 respostas



Fonte: do autor.

O objetivo do terceiro questionamento é entender se as mulheres se sentem piores ou melhores olhando sua imagem sem os filtros. Liderando as respostas com 55,6%, está a resposta “Bem! Eu gosto da minha aparência natural”, em seguida com 31,4% responderam “Mal! Sinto que tem alguns detalhes que eu preciso usar filtro para me sentir melhor”, 9% optaram por “Ótima! Filtros não fazem diferença na hora que eu vou tirar uma foto” e 3,2% optaram pela opção “Péssima! Sinceramente, eu não sei como é olhar uma foto minha sem filtro”.

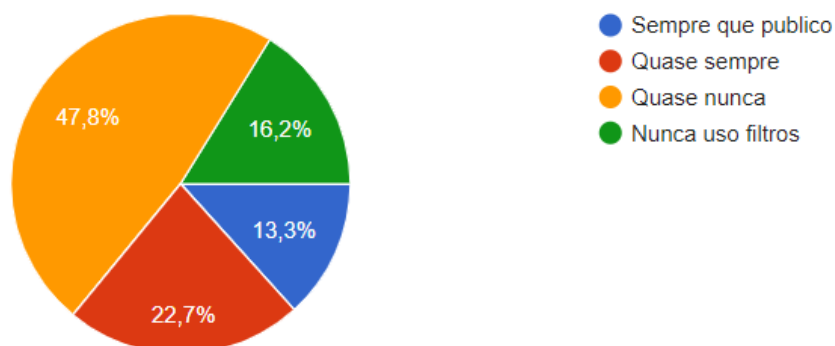
Assim, podemos observar que as respostas com teor negativo tiveram uma grande diferença do seu oposto. Enquanto as respostas positivas somaram 65,3%, as com teor negativo somaram 34,6%.

#### 4- Com que frequência semanal você posta fotos do seu rosto usando filtros?

Figura 7- Gráfico de setores referente à questão quatro

Com que frequência semanal você posta fotos do seu rosto usando filtros?

278 respostas



Fonte: do autor.

O objetivo da quarta pergunta é entender a frequência com que as respondentes publicam fotos pessoais utilizando os filtros. Dessa forma podemos analisar também como elas são influenciadas por essa ferramenta e a propagam.

A opção “Quase nunca” liderou as respostas com 47,8%. A opção contrária veio logo atrás, “Quase sempre” teve 22,7% das respostas. 16,2% das respondentes optaram por “Nunca uso filtros” e a minoria com 13,3% optou pela opção “Sempre que publico”.

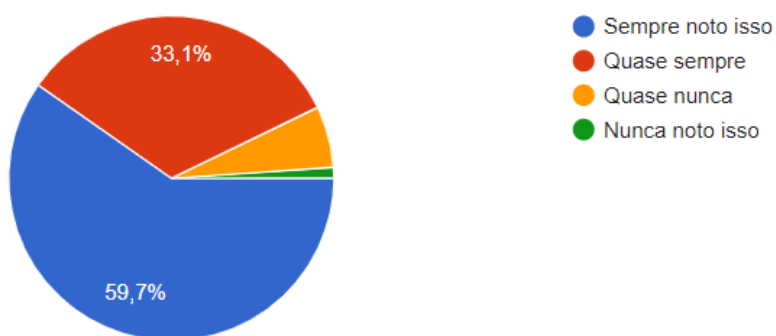
Assim, podemos entender que pode haver uma relação saudável das respondentes com os filtros, visto que os dados apontam que a maioria das mulheres, somando 64% nunca usam filtros ou o usam quase nunca.

## 5- Com que frequência você nota que as pessoas que você segue nas redes estão usando filtros faciais?

Figura 8- Gráfico de setores referente à questão cinco

Com que frequência você nota que as pessoas que você segue nas redes estão usando filtros faciais?

278 respostas



Fonte: do autor.

A quinta pergunta nos traz a percepção das mulheres sobre o dia a dia delas nas redes sociais. Aqui gostaríamos de entender a frequência que elas notam que as pessoas nas redes utilizam filtros sociais, já que a familiaridade pode ser tanta, que esse detalhe pode passar despercebido e pelas perfeitas podem se tornar a realidade, quando não são.

Para nosso alívio 59,7% das respondentes, sempre notam esse detalhe e 33,1%, quase sempre notam, o que mostra que muitas vezes os filtros além de irreais, não se mostram naturais ao dia a dia das redes.

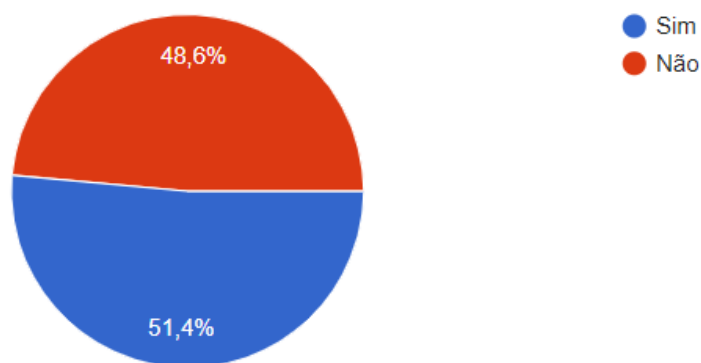
As respostas negativas foram minoria, 7,2% das respondentes, quase nunca ou nunca notam isso.

## 6- Você se sente melhor se olhando com um filtro do que no espelho?

Figura 9- Gráfico de setores referente à questão seis

Você se sente melhor se olhando com um filtro do que no espelho?

278 respostas



Fonte: do autor.

O objetivo dessa pergunta é entender se as mulheres se sentem melhores olhando suas aparências no espelho ou em um filtro. Porque mesmo sendo possível notar a diferença de quem usa e não usa filtro nas redes e se sentindo em sua maioria bem, sem o uso de filtros, 51,4% das mulheres ainda responderam que se sentem melhor se olhando com um filtro do que no espelho, enquanto 48,6% optaram pela opção contrária.

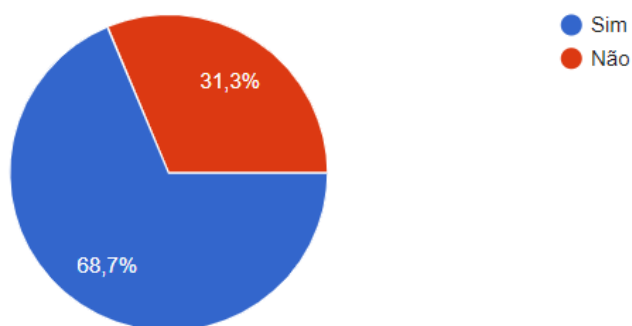
Isso nos mostra o impacto dos filtros no nosso dia a dia que parece ser imperceptível, mas que nos tiram do habitual, já que a ação de se olhar no espelho é mais fácil, porém mais dolorosa para a maioria das mulheres que responderam a pesquisa, e embora possam optar por publicar fotos normalmente sem filtros, ainda se sentem melhores com eles.

## 7- Você sente que quando está consumindo muitos conteúdos online, a sua autoestima diminui?

Figura 10- Gráfico de setores referente à questão sete

Você sente que quando está consumindo muitos conteúdos online, a sua autoestima diminui?

278 respostas



Fonte: do autor.

A sétima pergunta tem como objetivo entender a autoestima das mulheres para além dos filtros, mas também a sua relação com o mundo virtual e as pessoas que utilizam filtros e o fazem ser algo usual no dia a dia nas redes, diminuindo o poder da realidade onde as pessoas são menos editadas.

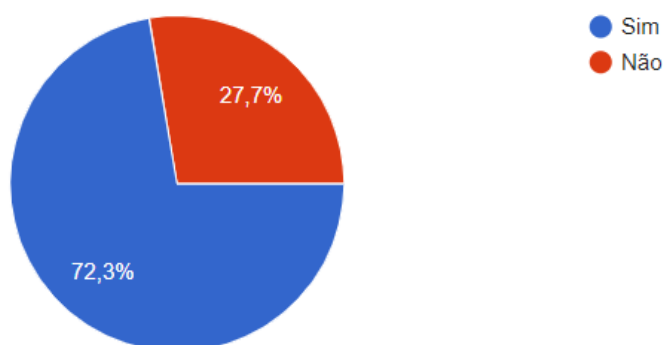
A pesquisa nos mostrou que 68,7% das mulheres sentem que sua autoestima diminui quando consome muitos conteúdos online, enquanto 31,3% optaram pela opção negativa. Essas respostas mostram o impacto real não apenas físico, mas emocional, que os filtros trazem para a vida de centenas de mulheres.

## 8- Você se compara com frequência com a aparência física de outras mulheres nas redes sociais?

Figura 11- Gráfico de setores referente à questão oito

Você se compara com frequência com a aparência física de outras mulheres nas redes sociais?

278 respostas



Fonte: do autor.

Com o uso dos filtros, muito do que é mostrado no digital, não é real, porém a comparação entre mulheres foi impulsionada ainda mais com o uso dessa ferramenta e o objetivo dessa pergunta era entender se essa hipótese era real.

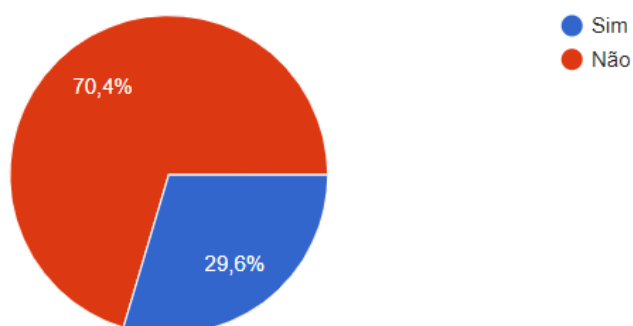
72,3% das mulheres responderam que sim, elas se comparam com frequência com a aparência física de outras mulheres nas redes sociais, enquanto a minoria de 27,7% optaram pela resposta negativa. Assim, pudemos confirmar a hipótese inicial de que os filtros são uma ferramenta intensificadora da ação do patriarcado sobre as mulheres.

### 9- Você já pensou em realizar procedimentos estéticos apenas porque outra pessoa do meio digital fez?

Figura 12- Gráfico de setores referente à questão nove

Você já pensou em realizar procedimentos estéticos apenas porque outra pessoa do meio digital fez?

277 respostas



Fonte: do autor.

O objetivo da nona pergunta era analisar se uma ação mais extrema, como um procedimento estético, poderia ser realizada pela influência de outra pessoa nas redes sociais.

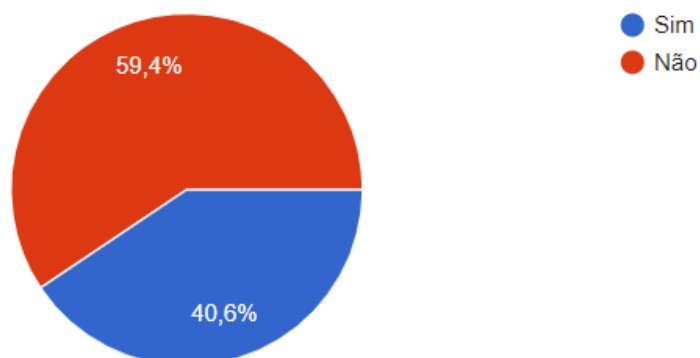
A porcentagem negativa foi expressiva, 70,4% das mulheres responderam que não pensaram em realizar tal ato por influência digital, porém 29,6% ou 82 mulheres, responderam que sim, já pensaram em fazer um procedimento estético sob influência digital, o que mesmo sendo minoria na pesquisa, ainda é um número grande de pessoas.

## 10- Você precisa de coragem para postar uma selfie sem filtro?

Figura 13- Gráfico de setores referente à questão dez

Você precisa de coragem para postar uma selfie sem filtro?

276 respostas



Fonte: do autor.

A décima pergunta tem como objetivo analisar se requer coragem para as mulheres, publicar uma foto pessoal sem filtro, já que observamos na última pergunta que alguns detalhes são quase imperceptíveis no dia a dia.

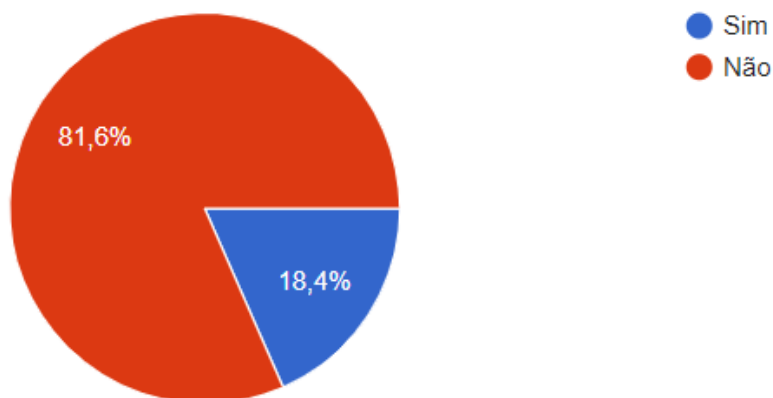
A grande maioria, somando 59,4% das respondentes, optaram pela opção negativa, então não precisam de coragem para publicar fotos sem filtros, porém 40,6% ou 112 mulheres responderam a pergunta de forma positiva. O que representa a menor quantidade na pesquisa, ainda é uma grande quantidade de mulheres, mais de 110 mulheres são influenciadas em seu dia a dia a ponto de precisar de coragem para publicar uma foto sem filtros.

### 11- Você já parou de gostar de algo em você pelo uso excessivo de filtros?

Figura 14- Gráfico de setores referente à questão onze

Você já parou de gostar de algo em você pelo uso excessivo de filtros?

277 respostas



Fonte: do autor.

A décima primeira pergunta também tem o objetivo de questionar detalhes que podem passar despercebidos no dia a dia, mas que tem um impacto muito grande. 81,6% das mulheres responderam que não pararam de gostar de algo nelas pelo uso excessivo de filtros, o que é um número expressivamente alto, enquanto, 18,4% ou 51 mulheres responderam que já pararam de gostar de algo nelas pelo uso excessivo de filtros.

## 12- Você tem algum comentário sobre filtros que gostaria de compartilhar?

Figura 15- Gráfico de setores referente à questão doze



Fonte: do autor.

A tabulação do último questionamento que é aberto trouxe algumas respostas que não haviam sido citadas durante esta pesquisa como o caso de filtros contribuírem para a auto estima, sendo justificados da maneira abaixo:

“(…)tem dias que a baixa autoestima bate e acabo usando filtros pra me sentir melhor”

Sendo usados como escudo para os dias de baixa autoestima, por exemplo.

14,63% das respostas disseram que, por outro lado, filtros reduzem suas autoestimas. Grande parte dos respondentes ainda compartilharam que não se deixam influenciar pelos filtros, totalizando 31,79% das respostas. Empatando com esse número está a

opinião de que filtros são tóxicos para a autoestima dos seres humanos, mas os comentários compartilhados não foram direcionados em primeira pessoa.

9,7% das respostas ainda citaram que filtros reduzem traços da ancestralidade, algo não citado antes nessa pesquisa e os que comentaram que filtros corrigem suas imperfeições, citaram imperfeições como olhos cansados e disseram que o filtro traz cor de saúde.

Algumas das respostas dessa pergunta são compartilhadas e comentadas no capítulo intitulado “Pressão Estética”.

## **4. DESENVOLVIMENTO**

Neste capítulo do trabalho vamos entender alguns detalhes práticos previamente planejados para a pré-produção do projeto.

### **4.1 CONCEPÇÃO E PRÉ PRODUÇÃO**

A decisão de realizar um mini-documentário de até 25 minutos surgiu para compartilhar de forma humanizada vivências reais de mulheres que tiveram suas autoestimas influenciadas pelos filtros das redes sociais. Dessa forma todas as personagens foram escolhidas com critérios de envolvimento com o tema abordado de forma mais detalhada abaixo.

Este trabalho de conclusão de curso está sendo realizado no ano de 2021 durante a pandemia do Covid-19, vírus que já infectou milhões de pessoas por todo o mundo e já levou à morte de 480 mil brasileiros até o dia 10/06/2021 segundo a CNN (2021). O Covid-19 é a doença causada por uma nova espécie de coronavírus, chamado SARS-CoV-2. Ela surgiu em Wuhan, uma cidade chinesa, porém rapidamente o vírus se alastrou pelo mundo e segundo dados do portal de notícias UOL (2021) já levou mais de três milhões de vidas ao redor do mundo.

Mesmo que a vacinação tenha se iniciado no país, apenas no dia 10/06/2021, segundo a CNN (2021) o Brasil somou 2.504 mortes e 88.092 novos casos da doença, dessa forma mesmo que já estejamos vivenciando a pandemia há um ano e três meses, os cuidados para evitar a transmissão do vírus são imprescindíveis. Por conta disso a forma mais segura de realizar esse projeto é através de entrevistas realizadas a distância através do Zoom, assim a imagem da webcam será utilizadas no momento da edição e planejo pedir o suporte da pessoa entrevistada para gravar inserts com uma câmera previamente disponibilizada e higienizada para complementar o mini-documentário e padronizar a qualidade. As instruções de gravação como enquadramento serão realizadas via zoom.

### **4.2 PERSONAGENS**

Os entrevistados foram escolhidos com base na conexão direta ao tema em questão. Três, das cinco pessoas já foram selecionadas, porém os dois

profissionais, cirurgião plástico e cientista social, ainda estão sendo escolhidos para a realização do documentário. Entenda melhor abaixo o objetivo e as questões que serão debatidas com cada um deles:

### **Tainá Fialho**

Tem 24 anos, moradora de São José dos Campos/SP e irá fazer cirurgia facial em breve por decisão própria, porém, o filtro a incentivou. Gostaria de ter o cuidado de em nenhum momento insinuar que ela é culpada por algo por conta dessa decisão e sim explorar os motivos para entender até que ponto o filtro foi uma influência mas destrinchar através dos outros personagens do documentário como a influência da pressão estética pode levar as pessoas a tomar tal decisão e o filtro se torna mais um incentivador. Para alcançar esses objetivos, elaborei as seguintes questões para ela:

- Nome, idade e onde mora.
- Com que frequência você acessa o Instagram?
- Você sempre nota se as pessoas usam filtros em suas fotos?
- Com que frequência você usa filtro nas suas fotos?
- Os filtros influenciaram a sua autoestima a ponto de querer fazer as cirurgias plásticas?
- Você sempre quis fazer cirurgias plásticas?
- Quais cirurgias você gostaria de fazer?
- Como você vê a influência dos filtros nessa decisão?
- Você tem receio de se arrepender das cirurgias?

### **Lully Felix**

Brasileira morando em Portugal, Luciana Felix conhecida na internet como Lully Felix passou por um processo de bichectomia anos atrás e atualmente usaa suas redes sociais para mostrar a realidade do pós-cirurgia que muitas pessoas não contam. O procedimento trouxe consequências para sua aparência física e é citada com mais detalhes neste trabalho no capítulo "Instagram". Para compreender o motivo da realização da bichectomia e como ela vem lidando com o as consequências, foi elaborada as seguintes questões:

- Nome, idade e onde mora.

- Com que frequência você acessa o Instagram?
- Como foi tomada a decisão de fazer uma bichectomia?
- Os filtros do Instagram te incentivaram de alguma forma a tomar essa decisão?
- Como você escolheu o profissional que iria realizar a sua cirurgia?
- Como você se sentiu assim que a cirurgia terminou?
- Quais foram os primeiros sinais de que a cirurgia haveria consequências não desejadas na sua aparência física?
- Como você criou coragem para contar a sua história na internet?
- Quais foram as consequências de contar a sua história na internet?
- Qual lição você gostaria de compartilhar com as mulheres, de acordo com a sua experiência?

### **Lela Brandão**

Durante os capítulos "Redes Sociais", "Instagram" e "Filtros no Instagram", é citado com frequência o papel que os influenciadores digitais exercem na vida das pessoas e como eles podem ser grandes aliados na hora de induzir pessoas a realizarem procedimentos estéticos. Dessa forma gostaria de trazer Lela Brandão, influenciadora há mais de quatro anos no Instagram e YouTube por ela ter um diferencial frente ao que foi citado, ela defende a aparência real na internet. Assim foi elaborada as seguintes questões para explorar essa questão e outra relacionadas ao tema:

- Nome, idade e cidade e estado que mora.
- Com que frequência você acessa o Instagram?
- Como você decidiu trabalhar com o Instagram?
- Você já citou nos stories que preza pela criação de filtros que não modificam a aparência da pessoa, porque você faz isso?
- Você compreende o impacto que os seus posicionamentos têm na vida de milhares de mulheres?
- Você diz que “Uma mulher confortável em si é uma revolução” e isso se aplica muito na sua loja, mas também no seu posicionamento digital, como você defende isso no Instagram com tantas influências que tentam mostrar para as mulheres que essa frase não é verdade?

- Como você acredita que podemos trabalhar no dia a dia para construir uma autoestima que independe dos filtros?

### **Cirurgião plástico**

Frequentemente é citado dados do Censo de 2016 da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, durante este trabalho e mesmo que alguns procedimentos tenham o acesso mais fácil, podendo ser realizados em consultórios dentistas por exemplo, trazer um cirurgião é importante para entender melhor os números citados e também para nos detalhar de forma consciente esses casos, com a contribuição de um profissional que tem essa questão envolvida no seu dia a dia. As questões para o cirurgião plástico estão listadas abaixo:

- Nome, idade e cidade e estado que mora.
- Há quanto tempo atua na profissão e onde se formou.
- Como cirurgião plástico você sentiu o impacto que os filtros virtuais trouxeram para a vida das suas pacientes?
- Atualmente, qual a cirurgia facial que você mais faz?
- Já houve caso de uma paciente sua mostrar uma foto com filtro dela ou de alguma outra mulher para exemplificar o resultado final da cirurgia que ela desejava?
- As informações sobre cirurgias plásticas são compartilhadas de forma irresponsável pelas influenciadoras e até cirurgiões?
- Há cirurgias plásticas recentes no mercado, com consequências quase desconhecidas, qual é a responsabilidade do cirurgião de alertar suas pacientes sobre isso?

### **Cientista social**

Se há um vilão nesse trabalho que faz as mulheres se aprofundarem ainda mais mas consequências trazidas pelos filtros, podemos citar a pressão estética e para falar sobre esse tema, optamos por entrevistar uma cientista social que irá humanizar todas as personagens dessa pesquisa, tirando de qualquer uma o peso nos ombros por alguma decisão tomada, afinal realizamos nossas ações sendo influenciadas pela pressão estética. Para alcançar tal objetivo, elaboramos as perguntas listada abaixo:

- Nome, idade e cidade e estado que mora.
- Há quanto tempo atua na profissão e onde se formou.
- Como a pressão estética surgiu?
- Dê exemplos no dia a dia das mulheres que são questionamentos devido a pressão estética.
- Como os filtros podem ajudar a pressão estética a se tornar cada vez mais presente?
- A maneira como muitas mulheres têm ficado “iguais” com procedimentos estéticos é consequência da pressão estética?
- As mulheres que procuram por procedimentos estéticos são culpadas por isso de alguma forma?
- As mulheres brasileiras sofrem algum tipo de pressão estética diferente das mulheres de outro país, por conta dos estereótipos conectados a elas?
- Há maneiras de evitar a pressão estética de alguma forma?

### **4.3 IDENTIDADE VISUAL**

Para essa etapa do projeto eu gostaria de solicitar a ajuda de uma profissional do design com experiência, já que essa não é a área que eu me especializei. Esse suporte será importante para me ajudar a entender os elementos visuais e a estética que este trabalho terá. Inicialmente, não imaginei trabalhar cores entendidas como femininas em minha cultura, como o rosa por exemplo, mas sim as cores primárias, pois elas também são conhecidas como as "cores verdadeiras", o que faz conexão com o tema se pensarmos que estaremos debatendo também o que é verdadeiro em nossa vida.

Figura 16- Paleta de cores



Fonte: do autor.

## 5. VIABILIDADE

Nesse tópico será descrito a viabilidade econômica para produção do mini documentário.

### 5.1 CUSTO

Quadro 1: Custos do projeto

<b>FILTROS E A AUTOESTIMA FEMININA</b>				
<b>EQUIPE</b>				
<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Unidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
Diretor	1	Por semana	R\$4.249,85	R\$4.249,85
Produtor geral	1	Por semana	R\$1.282,73	R\$1.282,73
Diretor de fotografia	1	Por semana	R\$2.805,60	R\$2.805,60
Operador de câmera	1	Por semana	R\$2.570,49	R\$2.570,49
Operador de áudio	1	Por semana	R\$2.439,28	R\$2.439,28
Editor de som	1	Por semana	R\$2.762,83	R\$2.762,83
Editor/montador	1	Por semana	R\$2.805,60	R\$2.805,60
Finalizador	1	Por semana	R\$1.677,44	R\$1.677,44
				Subtotal: R\$18.916,38
<b>EQUIPAMENTOS</b>				
<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Unidade</b>	<b>Valor unitário</b>	<b>Valor total</b>
Câmera Canon T5i	1	1	R\$2.000,00	R\$2.000,00
Youngnuo	1	1	R\$200,00	R\$200,00

50mm				
Lente Canon 18-55	1	1	R\$874,00	R\$874,00
Baterias Canon	2	1	R\$150,00	R\$300,00
Gravador Tascam DR- 05	1	1	R\$879,00	R\$879,00
Tripé Prima Photo	1	1	R\$309,90	R\$309,90
LED Hd-160	1	1	R\$150,00	R\$150,00
			Subtotal: R\$ 4.712,00	
			Total do projeto: 23.628,38	

Fonte: do autor

## 5.2 EQUIPE E FUNÇÕES

- **Roteiro:** Natália Travagin
- **Direção:** Natália Travagin
- **Produção:** Natália Travagin
- **Câmera:** Natália Travagin
- **Áudio:** Natália Travagin
- **Edição:** Natália Travagin
- **Finalização:** Natália Travagin

## 5.3 LISTA DE EQUIPAMENTOS

- Câmera Canon T5i
- Lente Canon 50mm
- Lente Canon 18-55
- Baterias Canon
- Gravador Tascam DR-05
- Tripé Prima Photo
- LED Hd-160

## 5.4 CRONOGRAMA

Quadro 2: Cronograma do projeto

ATIVIDADES	2021										
	JAN	FEV	MA R	AB R	MAI	JUN	JUL	AG O	SET	OU T	NO V
Escolha do tema	X										
Orientador		X									
Levantamento da Bibliografia		X	X								
Leitura da Bibliografia		X	X	X							
Elaborar instrumentos de coleta de dados			X	X							
Apurar e interpretar os dados				X	X						
Elaborar e redigir a pesquisa				X	X						
Produção e gravação da peça audiovisual							X	X			
Edição da peça audiovisual									X	X	
Revisão de todo o conteúdo criado									X	X	

Fonte: do autor

## REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

BOLA, J. **Seja Homem: A Masculinidade Desmascarada**. 2ª Edição. Porto Alegre. Dublinense, 2020.

CARDOZO, André. Instagram vai proibir filtros de cirurgia plástica no Stories. **Tech Break**, 2019. Disponível em: <https://techbreak.ig.com.br/instagram-vai-proibir-filtros-de-cirurgia-plastica-no-stories/>. Acesso em: 15 abr. 2021.

CARVALHO, M. **A Trajetória da Internet no Brasil: Do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança**. Rio de Janeiro. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Marcelo-Carvalho-13/publication/268809917\\_A\\_TRAJETORIA\\_DA\\_INTERNET\\_NO\\_BRASIL\\_DO\\_SURGIMENTO\\_DAS\\_REDES\\_DE\\_COMPUTADORES\\_A\\_INSTITUICAO\\_DOS\\_MECA NISMOS\\_DE\\_GOVERNANCA/links/54774a430cf2a961e4825bd4/A-TRAJETORIA-DA-INTERNET-NO-BRASIL-DO-SURGIMENTO-DAS-REDES-DE-COMPUTADORES-A-INSTITUICAO-DOS-MECANISMOS-DE-GOVERNANCA.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Marcelo-Carvalho-13/publication/268809917_A_TRAJETORIA_DA_INTERNET_NO_BRASIL_DO_SURGIMENTO_DAS_REDES_DE_COMPUTADORES_A_INSTITUICAO_DOS_MECA NISMOS_DE_GOVERNANCA/links/54774a430cf2a961e4825bd4/A-TRAJETORIA-DA-INTERNET-NO-BRASIL-DO-SURGIMENTO-DAS-REDES-DE-COMPUTADORES-A-INSTITUICAO-DOS-MECANISMOS-DE-GOVERNANCA.pdf) Acesso em: 12 abr. 2021.

CIRURGIÃ é suspensa após compartilhar vídeos com pele de pacientes no TikTok. **VEJA São Paulo**, 2021. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/saude/cirurgia-e-suspensa-apos-compartilhar-videos-com-pele-de-pacientes>. Acesso em: 25 mar. 2021.

DOVE. **Girls and Beauty Confidence: The Global Report**.DOVE, 2017. 1. Disponível em: [https://www.unilever.com/Images/dove-girls-beauty-confidence-report-infographic\\_tcm244-511240\\_en.pdf](https://www.unilever.com/Images/dove-girls-beauty-confidence-report-infographic_tcm244-511240_en.pdf). Acesso em: 15 mar. 2021.

ESTUDO da ONU revela que mundo tem abismo digital de gênero. **ONU News**, 2019. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2019/11/1693711>. Acesso em: 24 abr. 2021.

GUIMIL, Eva. O reencontro de 'Friends' ou como é fácil envelhecer em Hollywood se você é homem. **EL PAÍS**, 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/cultura/2021->

05-28/o-reencontro-de-friends-ou-como-e-facil-envelhecer-em-hollywood-se-voce-e-homem.html. Acesso em: 4 jun. 2021.

HOOTSUITE. **2018 Q4 Global Digital Statshot**. Vancouver: DataReportal, 2018. Disponível em: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2018-q4-global-digital-statshot-october-2018-v2>. Acesso em: 16 abr. 2021.

INSTAGRAM. **Canal TECH**, 2010. Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/instagram/#:~:text=O%20Instagram%20foi%20criado%20por,mais%20promissores%20da%20App%20Store.&text=De%20acordo%20com%20a%20empresa,pessoas%20utilizam%20a%20rede%20social>. Acesso em: 15 abr. 2021.

PADRÃO de beleza com rosto mais fino aumenta procura pela bichectomia. **G1**, 2019. <https://g1.globo.com/sp/presidente-prudente-regiao/especial-publicitario/interplan-assistencia-funeral/interplan-ao-seu-lado-em-todos-os-momentos/noticia/2019/09/03/padrao-de-beleza-com-rosto-mais-fino-aumenta-procura-pela-bichectomia.ghtml>. Acesso em: 25 mar. 2021.

POLTRONIERI, Giulia. Cirurgião relata como redes sociais influenciam procedimentos estéticos. UOL, Dr. Jairo Bouer, 2021. Disponível em: <https://doutorjairo.uol.com.br/leia/cirurgiao-relata-como-redes-sociais-influenciam-em-procedimentos-esteticos/#:~:text=Segundo%20um%20artigo%20publicado%20no,da%20apar%C3%AAncia%20em%20um%20instante>. Acesso em 24 abr. 2021.

QUAL o perfil dos usuários em cada Rede Social no Brasil?. **Amplifica Digital**, 2019. Disponível em: <https://amplificadigital.com.br/blog/qual-o-perfil-dos-usuarios-em-cada-rede-social-no-brasil>. Acesso em: 16 abr. 2021.

O QUE são redes sociais. **Resultados Digitais**, 2020. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/especiais/tudo-sobre-redes-sociais/#> Acesso em: 15 abr. 2021.

SILVEIRA e col. Métodos de Pesquisa. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2019. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2021.

VALENTE, Jonas. Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta estudo. **Agência Brasil**, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acesso em: 4 jun. 2021.

VASCOUTO, Lara. Personagens Empoderadas e...Misóginas? Uma Reflexão sobre Misoginia Internalizada na Cultura Pop. **Nó de Oito**, 2018. Disponível em: <http://nodeoito.com/misoginia-internalizada-cultura-pop>. Acesso em: 05 jun. 2021.

VIANNA, C. S. M. Da imagem da mulher imposta pela mídia como uma violação dos direitos humanos. Revista da Faculdade de Direito UFPR. Paraná, v. 43, n. 0, p. 2-6, 2005. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/direito/article/view/6991/4969>. Acesso em: 09 set. 2019.

## ANEXO B - TERMOS DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ



### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso e nos demais locais que ele for publicado como: Canal no Youtube desenvolvido para publicação do Trabalho de Conclusão de Curso, IGTV, Vimeo e outras plataformas, sob responsabilidade da autora ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Permito também que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados por mim ou sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 30 de setembro 2021.

Assinatura: Prosper Feres

Nome: Prosper Feres John Filho

End.: R. Suíça, 433 Jardim das Nações - Taubaté

CPF: 27853815808



### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD-ROM ("compact disc" interativo), "home video", D, DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 07 de outubro 2021.

Assinatura:

Paula A. Bianchi

Nome:

Paula Adriana Bianchi

End.:

Rua Dom Pedro II, casa, 185, centro, Dionísio Arqueri-  
ra/5C

CPF:

077.791.059-46

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

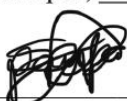
Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD-ROM ("compact disc" interativo), "home video", D, DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 27 de Agosto 2021.

Assinatura: 

Nome: Paula Ronata de Abreu Pereira

End.: R. P. O. Jorda M. 121 Parque Sto Antonio Jacarei

CPF: 469.832.458-06

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em video desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD-ROM ("compact disc" interativo), "home video", D, DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 15 de setembro 2022.

Assinatura: [assinatura]

Nome: Laura Guimarães Falbo

End.: R. Cosíma de A. Marques, 3202 Ap. 113 Jd. Ind.

CPF: 436.939.168-06



### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD-ROM ("compact disc" interativo), "home video", D, DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 15 de outubro 2021.

Assinatura: Jana Cristina Nunes da Silva

Nome: Jana Cristina Nunes da Silva

End.: Rua Sol Nascente 201 Jd. Oriente

CPF: 472739.588-88



### TERMO DE AUTORIZAÇÃO


Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD (“compact disc”), CD-ROM (“compact disc” interativo), “home video”, D, DAT (“digital audio tape”), DVD (“digital video disc”), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 20 de Setembro 2021.

Assinatura: 

Nome: Anna Flávia Silva Oliveira

End.: R. Maj. Francisco de P. Elias 449 apto 103 - VI. Adyanna - SJCampos/SP

CPF: 352.079.618-02

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD-ROM ("compact disc" interativo), "home video", D, DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 21 de Setembro 2021.

Assinatura: Andressa Paz Fortes

Nome: Andressa Paz Fortes

End.: Rua Joaquim Loreiro 148 / apto 101

CPF: 132.238.367-09

---

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO


Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD (“compact disc”), CD-ROM (“compact disc” interativo), “home video”, D, DAT (“digital audio tape”), DVD (“digital video disc”), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

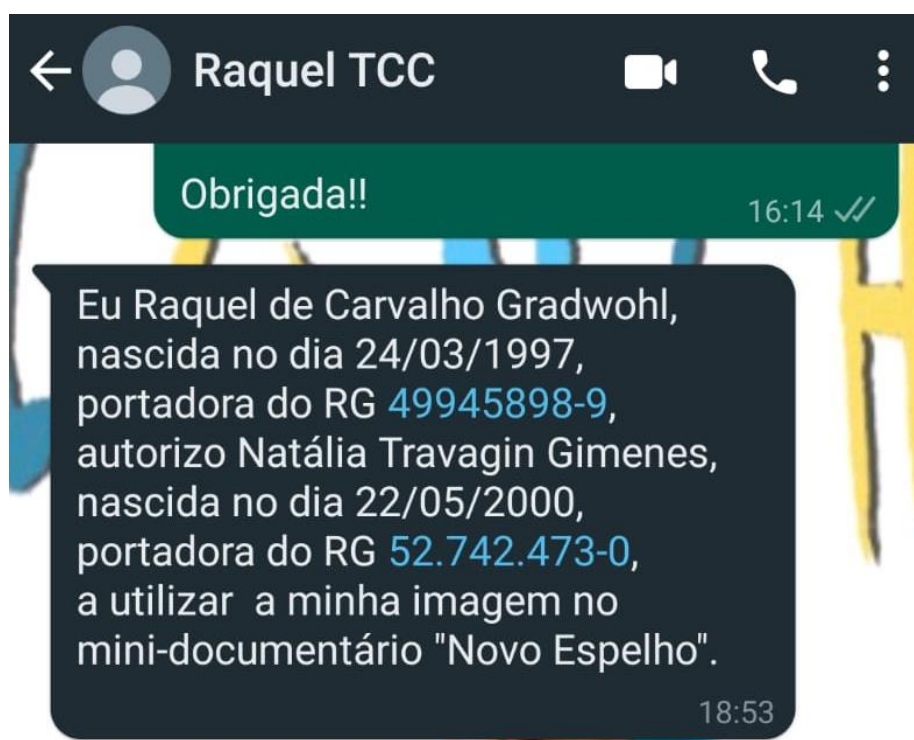
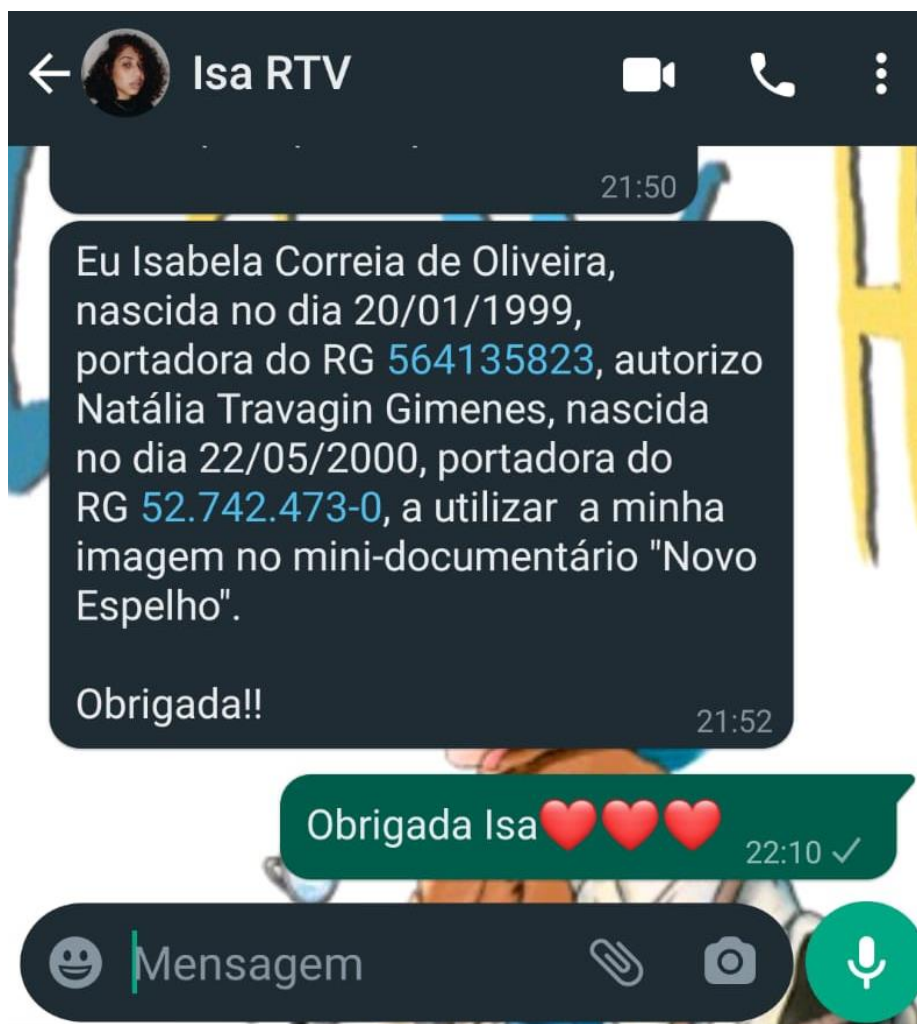
São José dos Campos, 21 de Setembro de 2021.

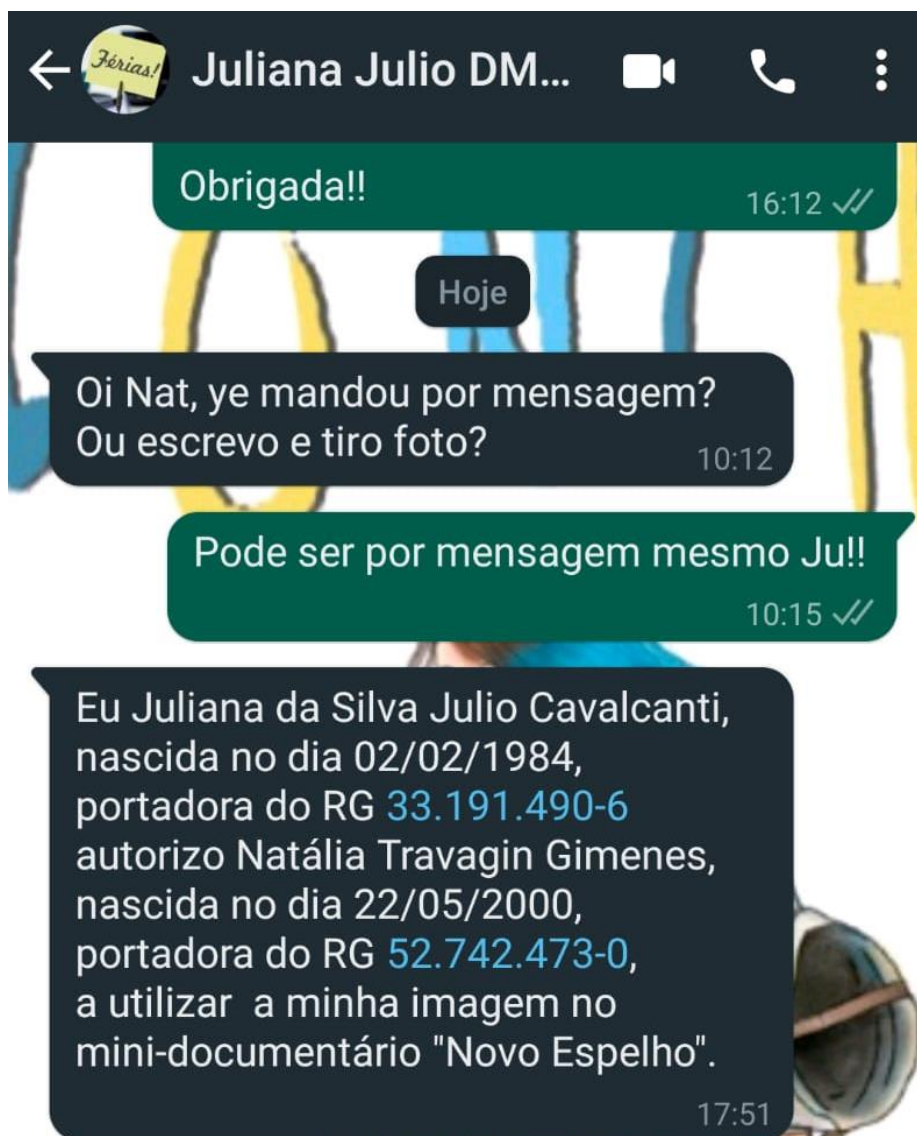
Assinatura:  \_\_\_\_\_

Nome: Caroline dos Santos Banhato

End.: Rua prof Vera Lúcia Carnevalli Barreto, 39

CPF: 420.912.958-50





### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD-ROM ("compact disc" interativo), "home video", D, DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 25 de setembro.

Assinatura: 

Nome: Larissa Salla Demetrio

End.: Rua Adolfo de Azeite, 143, Vista-Verde SSC

CPF: 492.331.558-03

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD-ROM ("compact disc" interativo), "home video", D, DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

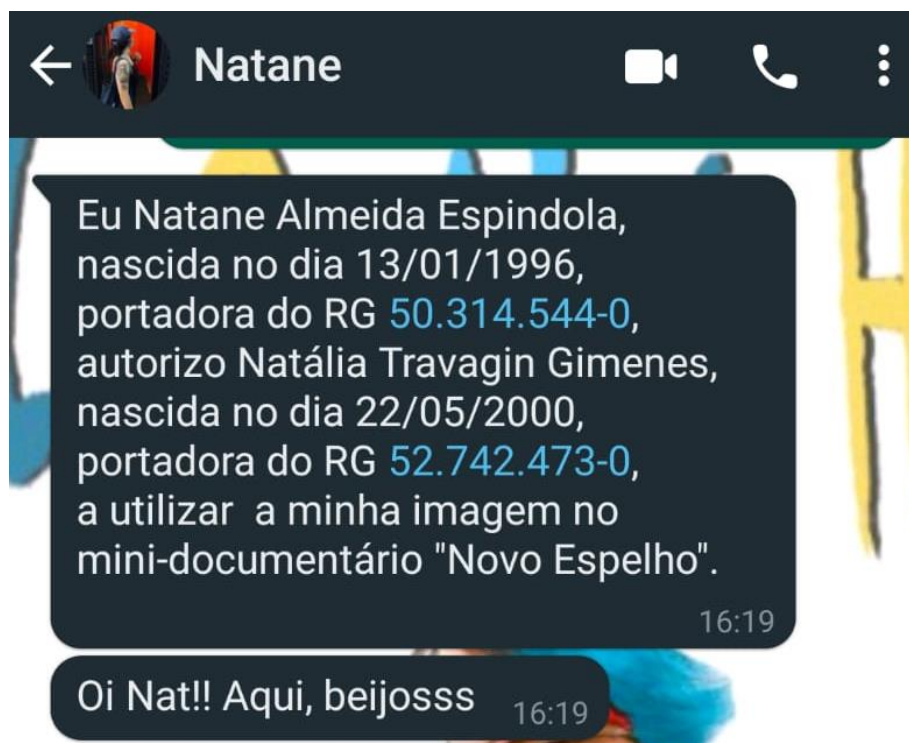
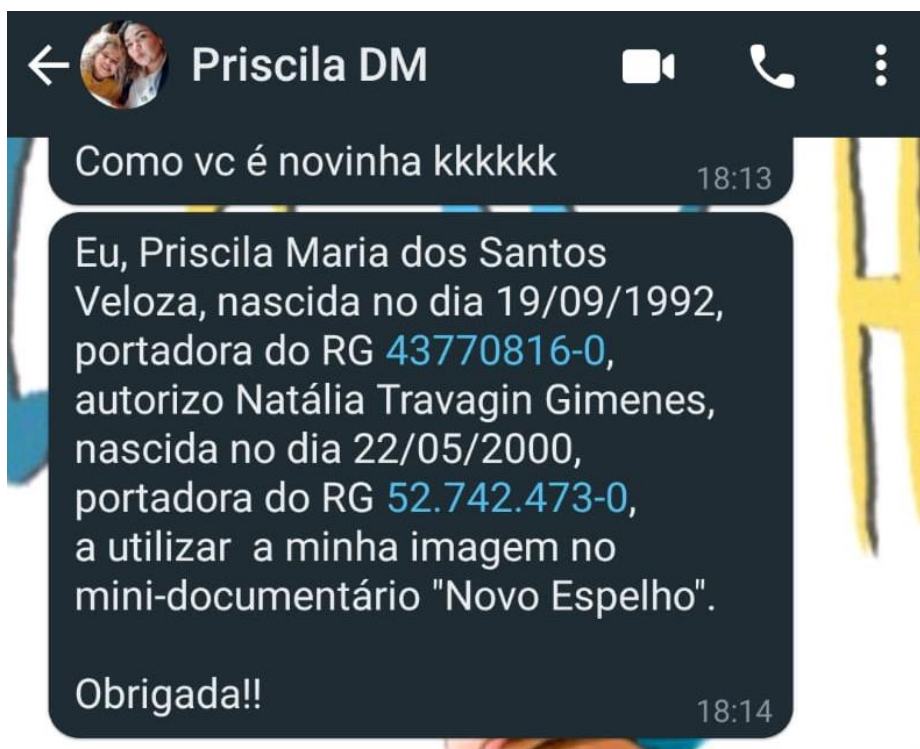
São José dos Campos, 21 de setembro / 2021.

Assinatura: Ticiane A.O. Fortunato

Nome: Ticiane Ariele de Oliveira Fortunato

End.: Rua: Sônia Aparecida C. da Silva, nº139

CPF: 445279298/79



---

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD (“compact disc”), CD-ROM (“compact disc” interativo), “home video”, D, DAT (“digital audio tape”), DVD (“digital video disc”), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 21 de Setembro 2021.

Assinatura: Sabrina M. Dias

Nome: Sabrina Melchíades Dias

End.: Rua Maurício Cardoso, 155, ap 92 A, Jardim St

CPF: 455.004.618-00

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD-ROM ("compact disc" interativo), "home video", D, DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 22 de setembro 2021.

Assinatura: Maria

Nome: Mariana Oliveira Andrade

End.: Rua Euclides Maragão, 565 - Centro

CPF: 360.539.528-77



### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD-ROM ("compact disc" interativo), "home video", D, DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 23 de setembro 2021.

Assinatura: \_\_\_\_\_

Nome: Leticia Neuberger

End.: Rua Horto Florestal, Boa Vista - Joinville/SC

CPF: 051.412.239-06

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD-ROM ("compact disc" interativo), "home video", D, DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 21 de Setembro 2021.

Assinatura: Laura Gariani

Nome: Laura Gariani

End.: av. Jorge Zarur, 471

CPF: 480.145.318-09

---

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD (“compact disc”), CD-ROM (“compact disc” interativo), “home video”, D, DAT (“digital audio tape”), DVD (“digital video disc”), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 22 de setembro 2021.

Assinatura: 

Nome: Isabela Costa Araujo

End.: R. Vinte e Um de Abril, 777 - Monte Castelo, Sjc

CPF: 457.072.588-09

---

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD (“compact disc”), CD-ROM (“compact disc” interativo), “home video”, D, DAT (“digital audio tape”), DVD (“digital video disc”), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

Assinatura: 

Nome: Kaylane Alves vianna

End.: Rua Ferruccio biondi, jardim dorali

CPF: 594.755.038-54

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, o aluno (a) Natália Travagin Gimenes, portador (a) do RG 52.742.473-0 e CPF 466.805.578-60, a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciados pela FVE/UNIVAP, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela FVE/UNIVAP, da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD-ROM ("compact disc" interativo), "home video", D, DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, através de qualquer processo de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material criado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva da FVE/UNIVAP, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor da série audiovisual de que trata o presente, o aluno (a) e a FVE/UNIVAP poderá dispor livremente da mesma, para toda e qualquer modalidade de utilização, por si ou por terceiros por ela autorizados para tais fins. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, no Brasil e/ou no exterior, a título gratuito ou oneroso, seus direitos sobre a mesma, não cabendo a mim qualquer direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título.

Permito que esse aluno (a) utilize os conteúdos publicados sobre mim na internet, como imagens, textos e vídeos neste trabalho.

São José dos Campos, 04 de outubro 2023.

Assinatura: 

Nome: Bruna Mantovani Matos

End.: Alameda Harvey C. Weiss, 93 - Vista Verde - São José dos Campos/SP

CPF: 376.387.098-96