

Universidade do Vale do Paraíba
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas e Comunicação
Curso de Jornalismo

Ana Vitória Magalhães Caxias

**ANÁLISE DOS PADRÕES DE BELEZA IMPOSTOS PELAS MÍDIAS NOS
TELEJORNAIS**

São José dos Campos – SP
2022

Ana Vitória Magalhães Caxias

ANÁLISE DOS PADRÕES DE BELEZA IMPOSTOS PELAS MÍDIAS NOS TELEJORNAIS

Relatório apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas e Comunicação – FCSAC, da Universidade do Vale do Paraíba – Univap, como exigência da disciplina de Trabalho de Graduação em Jornalismo, do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo.

Orientação: Prof. Bárbara Vianna Rodrigues.
Coorientador: Gabriel Graciano

*“Não importa se são negros, brancos,
gordos ou magros o que importa é o que se
está oferecendo de informação. Precisamos
deixar de cobrar tanto um padrão.”
POPPOVIC, Silvia. 2022*

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, queria agradecer a Deus que iluminou meu caminho, me ajudando a ter paz e paciência nos processos e colocando pessoas certas em meu percurso para o desenvolvimento desta pesquisa.

Aos meus pais pelo apoio e pelo suporte sempre em minha vida. A minha família, por me dar suporte educacional e apoio financeiro que me garantiram tranquilidade e estrutura para concluir a minha graduação.

A minha orientadora Bárbara Vianna e ao Coorientador Gabriel Graciano que estiveram do meu lado no desenvolvimento deste trabalho, auxiliando na pesquisa e dando apoio em tudo que eu precisava.

Aos professores e colegas de profissão que tanto me ensinaram e proporcionaram grandes momentos de convivência e que levarei para a vida.

Ana Vitória Magalhães Caxias

RESUMO

Esta pesquisa acadêmica tem a proposta de abordar os padrões de corpos femininos exibidos nas mídias televisivas e entender, através de uma pesquisa bibliográfica, questionários e entrevistas, os prejuízos que essa padronização gera nos telespectadores e nos profissionais jornalistas. A pesquisa bibliográfica é importante para entender o modelo de beleza imposto no mercado jornalístico e televisivo. O questionário tem objetivo de revelar a percepção que os telespectadores e profissionais têm sobre o padrão de imagem exigido. E as entrevistas semiestruturadas podem mostrar a compreensão dos malefícios dessas imposições. Além de pesquisadores e autores que são referência na área acadêmica, a pesquisa também traz relatos de especialistas e profissionais que atuam no mercado de trabalho para revelar o contexto atual e o futuro da problemática no espaço jornalístico televisivo brasileiro para as mulheres.

Palavras-Chaves: Corpo; mídia; beleza; padrão; televisão.

ABSTRACT

This academic research has the proposal to approach the patterns of female bodies shown in the television media and to understand through a bibliographical research, questionnaires and interviews the damages that this standardization generates in the viewers and in the professional journalists. Bibliographic research is important to understand the model of beauty imposed in the journalistic and television market. Questionnaires are able to reveal the perception that viewers and professionals have of the pressure of the image standard. And semi-structured interviews can show an understanding of the harm of these impositions. In addition to researchers and authors who are reference in the academic area, specialists and professionals who work in the labor market will also be sought to reveal the current context and the future of the problem in the Brazilian television journalistic space for women.

Keywords: Body; media; beauty; standards; television.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Isis e Rainha Nefertari.....	24
Figura 2 - Afrodite Capitolina.....	25
Figura 3 - O Nascimento de Vênus de Sandro Bottocelli	27
Figura 4 - Modelo britânica Lesley Lawson, conhecida como Twiggy.....	30
Figura 5 - Foto de corpo de Gisele Bündchen.....	32

LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1- Gênero das pessoas que responderam à pesquisa **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 2- Idade das pessoas que responderam á pesquisa **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 3 - Respostas dos padrões de beleza vistos pelas pessoas que assistem de casa..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 4 - Qual a média de altura de estar em frente às câmeras nos telejornais? **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 5 - Qual a cor típica de cabelo de quem está nos telejornais em frente às câmeras?..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 6 -Qual a textura dos cabelos de quem está nos telejornais em frente às câmeras?..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 7 - Qual a cor de pele de quem está nos telejornais em frente às câmeras? **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 8 -Quais outras características os jornalistas do canal que você assiste possuem?..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 9 - Como se sente quem está em o padrão igual da pessoa que apresenta um telejornal..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 10 - Qual a opinião de quem assiste um telejornal de quem tem o padrão de beleza ideal para a sociedade?..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 11 -Ver a imagem de uma mulher bonita apresentando um jornal influencia na sua aparência..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 12 - A TV e os telejornais têm influenciado na mudança do corpo das pessoas **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 13 - Quem trabalha diretamente com Tv sente que existe um padrão de beleza imposto..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gráfico 14 - Quem trabalha na tv com as câmeras, como se sente com esse padrão exigido..... **Error! Bookmark not defined.**

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 METODOLOGIA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Pesquisa	Error! Bookmark not defined.
2.2 Questionário e resultados	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Qual o seu Gênero?	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Sua Idade está entre	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Selecione as opções que assemelham se ao padrão de beleza das jornalistas que você acompanha na TV	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Altura	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Cabelos(cores)	Error! Bookmark not defined.
2.2.6 Cabelos (texturas)	Error! Bookmark not defined.
2.2.7 Etnia	Error! Bookmark not defined.
2.2.8 Outras características	Error! Bookmark not defined.
2.2.9 Você se sente fora dos padrões de beleza mostrados nos telejornais?	Error! Bookmark not defined.
2.2.10 Como você se considera assistindo um telejornal onde estão presentes mulheres com o padrão de corpo ideal (pela visão socialmente aceita)?	Error! Bookmark not defined.
2.2.11 A TV tem influência na aparência do seu corpo?	Error! Bookmark not defined.
2.2.12 Se a pergunta acima foi "sim". você já fez alguma mudança por influência do que foi visto nos telejornais?	Error! Bookmark not defined.
2.2.13 Há um padrão de beleza imposto para estar no jornalismo televisivo?	Error! Bookmark not defined.
2.2.14 Se a resposta anterior foi "sim", este padrão de beleza te incomoda?	Error! Bookmark not defined.
3 REFERENCIAL TEÓRICO	21
3.1 O que é beleza?	21
3.2 A história da beleza	23
3.3 Mudanças do padrão de beleza na história	28
3.4 Realidade dos impactos do padrão de beleza feminino no jornalismo atual	33
3.5 A representatividade da mulher na sociedade e no jornalismo	34
3.6 Os princípios do jornalismo	36
3.7 Websérie	37
3.8 Youtube	39

4 APRESENTAÇÃO DA PEÇA JORNALÍSTICA (MEMORIAL).....	40
4.1 Concepção (pré-produção).....	40
4.2 Execução (Produção).....	41
Roteiro Episódios.....	42

4.3 Público-Alvo	57
4.4 Viabilidade	59
4.4.1 Orçamento	59
4.5 Finalização (Pós-Produção):	61
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS.....	63
APÊNDICE A – EPISÓDIOS WEBSÉRIE- O PESO DO PADRÃO	68
APÊNDICE B- TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE ENTREVISTA (IMAGEM E VOZ) SILVIA POPPOVIC E ROTEIRO DE PERGUNTAS	69
APÊNDICE C- TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE ENTREVISTA (IMAGEM E VOZ) AMANDA COSTA E ROTEIRO DE PERGUNTAS.....	71
APÊNDICE D- TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE ENTREVISTA (IMAGEM E VOZ) MICHELLE SAMPAIO E ROTEIRO DE PERGUNTAS	73
APÊNDICE E- TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE ENTREVISTA (IMAGEM E VOZ) SARA PEREIRA E ROTEIRO DE PERGUNTAS	76
APÊNDICE F- TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE ENTREVISTA (IMAGEM E VOZ) DENISE SOBRINHO E ROTEIRO DE PERGUNTAS.....	77
APÊNDICE G- TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE ENTREVISTA (IMAGEM E VOZ) VANESSA PRASS E ROTEIRO DE PERGUNTAS.....	78
ANEXO -FICHA DE ORIENTAÇÃO	80

1 INTRODUÇÃO

Hoje e nos últimos anos, o padrão de beleza do corpo físico das mulheres é algo que vem sendo muito exigido em algumas profissões, com por exemplo no jornalismo de Tv. Segundo Guimarães (2021), esse padrão é algo que está presente na sociedade ocidental desde o início da humanidade, é uma expressão usada para caracterizar um modelo de beleza que é considerado "ideal" e respeitado em uma comunidade.

O meio social vem moldando o corpo das mulheres e estabelece padrões rígidos, assim a mulher se torna refém de uma ditadura de beleza. Segundo Moreno (2008), “o corpo, mais do que antes, é minuciosamente examinado,” O mundo e as imagens, principalmente a TV, são a nossa janela para o conhecimento, nosso espaço para construção da nossa imagem corporal”.

A mídia e os meios de comunicação têm colocado cada vez mais esse padrão de beleza exposto, como diz Wolf (2021), “assim, a mídia vem interferindo nos conceitos sociais, reforçando e impondo uma cultura de corpos perfeitos, determinando padrões para todas as mulheres brasileiras e ocupando uma posição de suposto saber na construção de práticas e hábitos alimentares divulgados como saudáveis. Colocando as mulheres “presas em campos de concentração administrados por elas mesmas.”

A valorização do corpo perfeito tornou-se compulsão diante dos padrões estéticos colocados pela sociedade e reforçados pelos meios de comunicação. O desprazer com a imagem corporal aumenta quando a mídia expõe paradigmas estéticos, levando a uma preocupação com a aparência perfeita.

Com uma sociedade com altos níveis de exigência, o jornalismo não está imune dessa imposição. Esta pesquisa busca analisar os padrões de beleza exigidos das mulheres para estarem nos telejornais.

Segundo Barroso; Almeida; Kulnig (2012), no Brasil, a influência da mídia atinge um público com muita eficácia. Estudos publicados mostram que revistas, televisão, internet e jornais são fortes manipuladores na busca pelo “corpo perfeito”.

Moreno (2008) afirma que nas programações televisivas as mulheres que aparecem são jovens (sempre jovens), brancas (sempre brancas), magras (sempre magras) de pele lisa e contorno perfeito, de cabelos lisos ou apenas levemente

encaracolados e preferencialmente loiras.

Atualmente, é evidente a influência que as mídias têm sobre as pessoas em expor e colocar em tese um corpo perfeito, que muitas das interpretações devem ser seguidas conforme o estereótipo exigido, como ressalta Flor (2009), percebe-se os modelos de beleza que a sociedade têm atualmente são os estipulados pela mídia, que é um corpo magro e bem torneado, além dos seios e do bumbum volumosos para as mulheres.

A importância dessa pesquisa é abordar esse assunto e fazer uma reflexão sobre os padrões de beleza exigidos, mas não necessários, das mulheres que atuam no telejornalismo.

2 METODOLOGIA

Para que seja possível entender o conceito, importância, contextualização, perguntas e objetivos desta pesquisa, cujo tema é "Análise dos padrões de beleza impostos pela mídia jornalística"; serão discutidos temas como: o que é beleza; a história da beleza; as mudanças nos padrões de beleza; a beleza e o jornalismo; séries e webséries: a nova tendência do mundo digital; o processo metodológico desta pesquisa implicará em:

2.1 Pesquisa

Para este trabalho de graduação em Jornalismo são utilizadas as seguintes pesquisas: bibliográfica, documental e quantitativa.

A pesquisa bibliográfica foi realizada por meio de livros e artigos científicos que pudessem nortear o trabalho no que diz respeito às definições de conceitos sobre padrões de beleza das mulheres em telejornais. Para os autores Prodanov e Freitas (2013) a pesquisa é

[..]elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. Em relação aos dados coletados na internet, devemos atentar à confiabilidade e fidelidade das fontes consultadas eletronicamente. Na pesquisa bibliográfica, é importante que o pesquisador verifique a veracidade dos dados obtidos, observando as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar (PRODANOV; FREITAS, 2013. p. 54).

As pesquisas exploratórias e descritivas foram realizadas para observar, registrar, analisar e ordenar dados com o objetivo de descobrir a frequência com que um fato ocorre, sua natureza, suas características, causas, relações. Conforme citado por Prodanov e Freitas (2013)

[..] quando o pesquisador apenas registra e descreve os fatos observados sem interferir neles. Visa a descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de Levantamento (PRODANOV; FREITAS, 2013. p. 52).

Pesquisas quantitativas e qualitativas também foram realizadas com o público por meio de pesquisas on-line na plataforma Google Forms, por em que as pessoas puderam definir qual o padrão de beleza elas veem na tv.

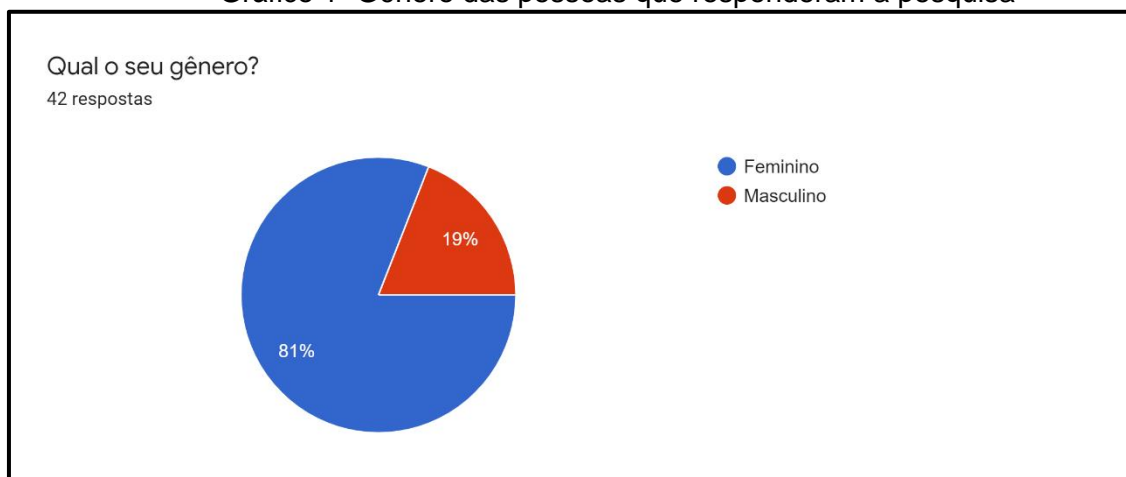
O questionário é uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante (respondente). O questionário, numa pesquisa, é um instrumento ou programa de coleta de dados. Se sua confecção for feita pelo pesquisador, seu preenchimento será realizado pelo informante ou respondente (PRODANOV; FREITAS, 2013. p.108).

2.2 Questionário e resultados

Para poder entender qual é a realidade de quem assiste á tv e vê padrões de beleza, foi desenvolvido um formulário google, com o intuito de ter dados reais de telespectadores e também entender o ponto de vista de quem está trabalhando na área. O questionário ficou aberto durante 30 dias entre 05/05 e 05/06, ao todo 42 pessoas responderam o formulário que foi dividido em duas etapas de respostas, a primeira etapa para todo o público e a segunda etapa para jornalistas e estudantes de jornalismo. As respostas tiveram o seguinte retorno:

2.2.1 Qual o seu Gênero?

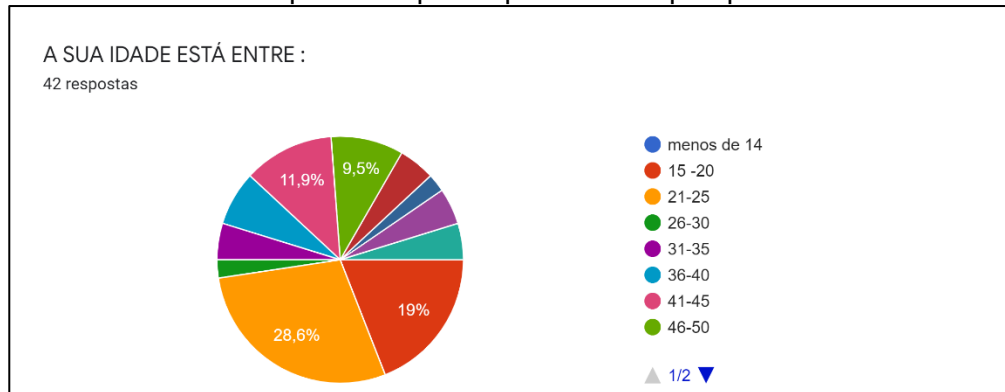
Gráfico 1- Gênero das pessoas que responderam a pesquisa



Fonte: Autor.

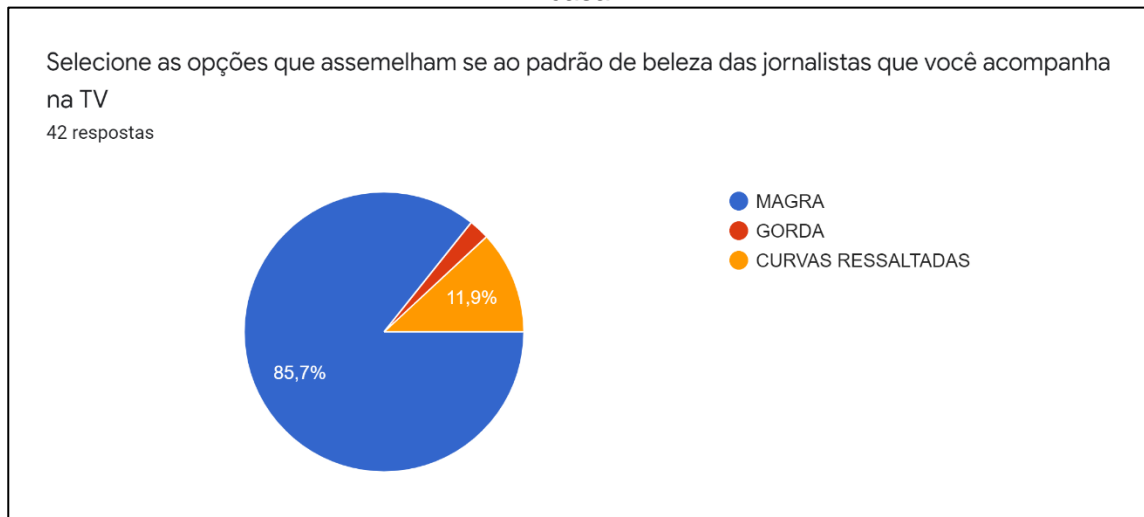
2.2.2 Sua Idade está entre

Gráfico 2- Idade das pessoas que responderam a pesquisa



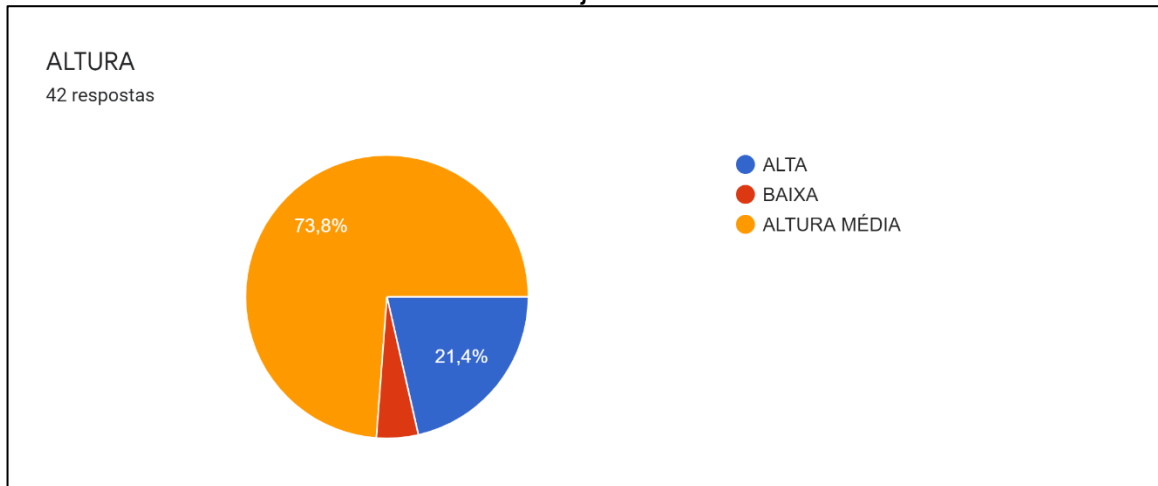
2.2.3 Selecione as opções que assemelham-se se ao padrão de beleza das jornalistas que você acompanha na TV

Gráfico 3 - Respostas dos padrões de beleza vistos pelas pessoas que assistem de casa



2.2.4 Altura

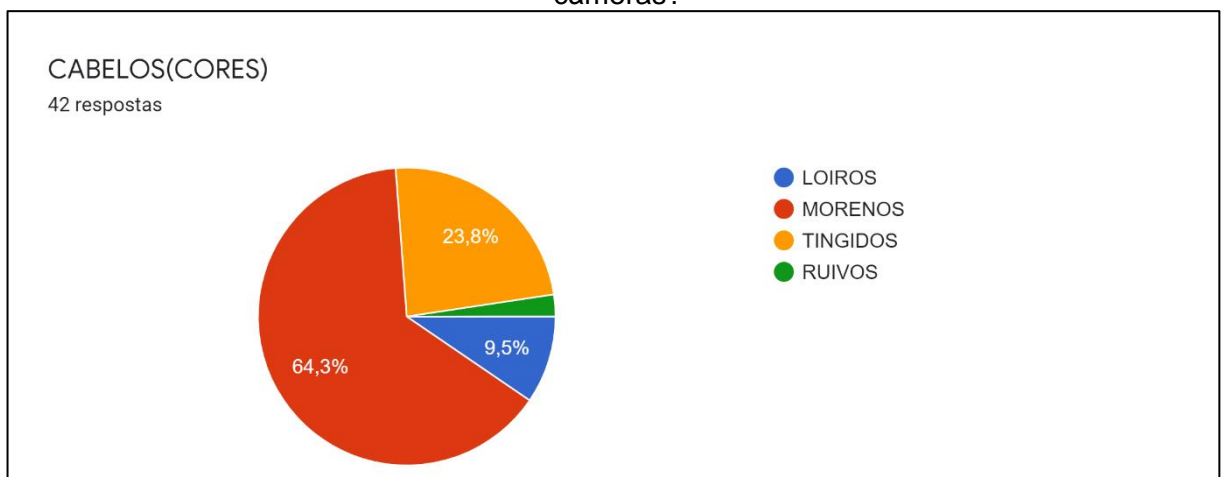
Gráfico 4 - Qual a média de altura de quem está em frente às câmeras nos telejornais?



Fonte: Autor

2.2.5 Cabelos(cores)

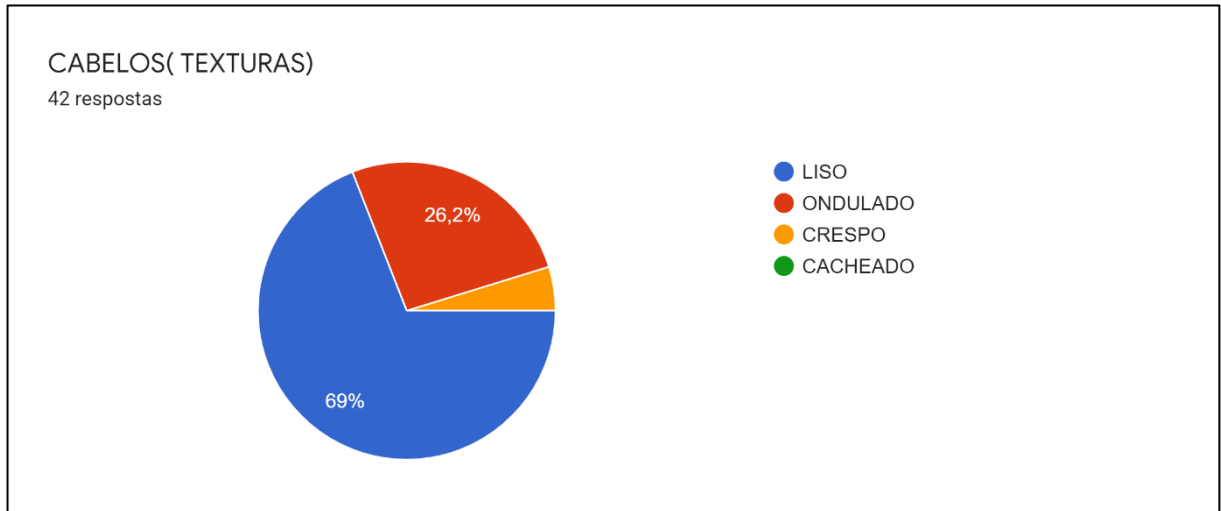
Gráfico 5 - Qual a cor típica de cabelo de quem está nos telejornais em frente às câmeras?



Fonte: Autor

2.2.6 Cabelos (texturas)

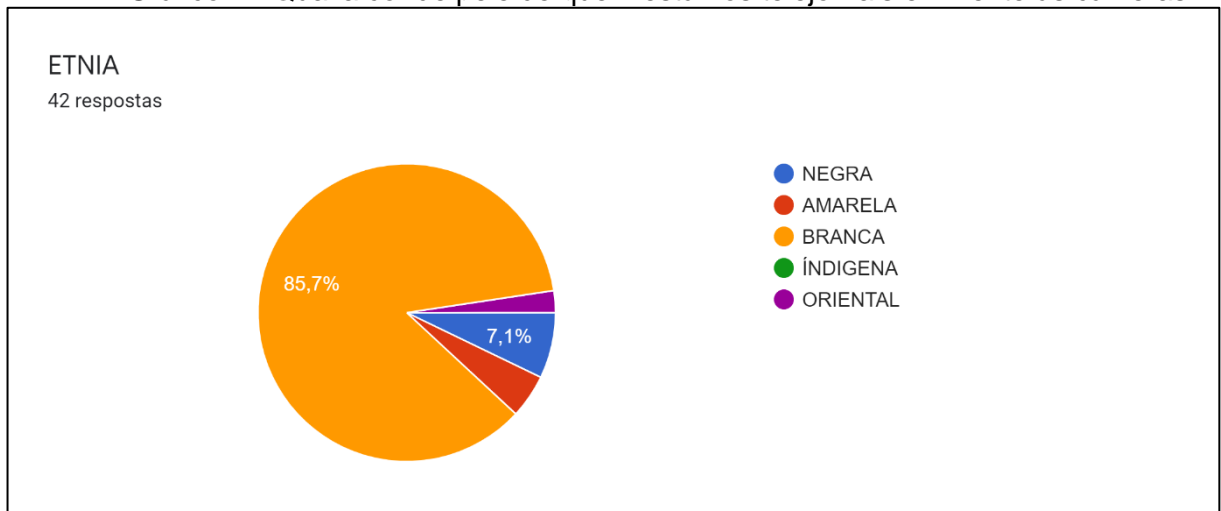
Gráfico 6 -Qual a textura dos cabelos de quem está nos telejornais em frente às câmeras?



Fonte: Autor.

2.2.7 Etnia

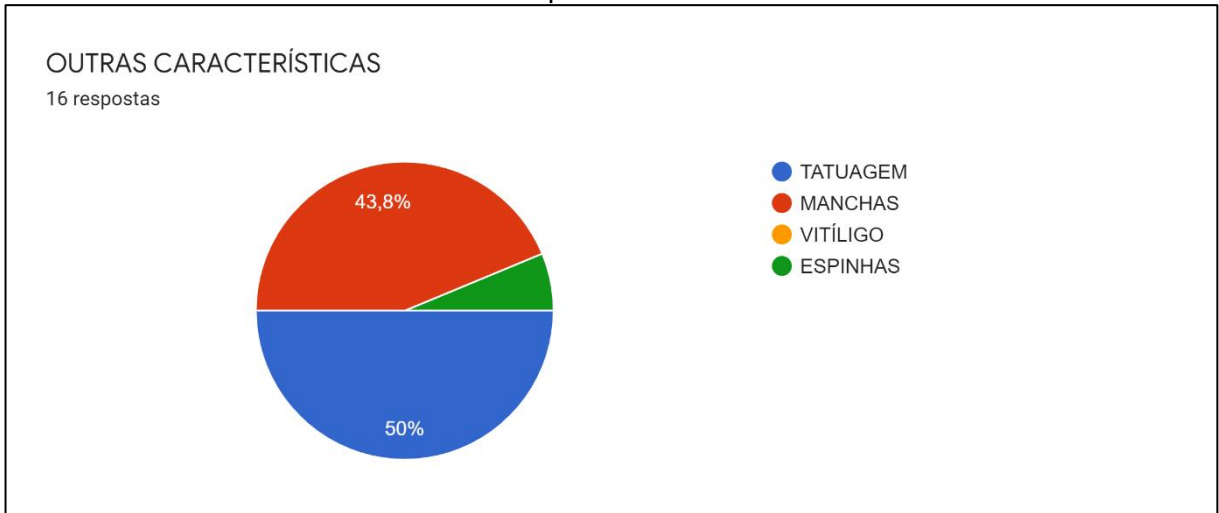
Gráfico 7 - Qual a cor de pele de quem está nos telejornais em frente às câmeras?



Fonte: Autor.

2.2.8 Outras características

Gráfico 8 -Quais outras características os jornalistas do canal que você assiste possuem?



Fonte: Autor.

2.2.9 Você se sente fora dos padrões de beleza mostrados nos telejornais?

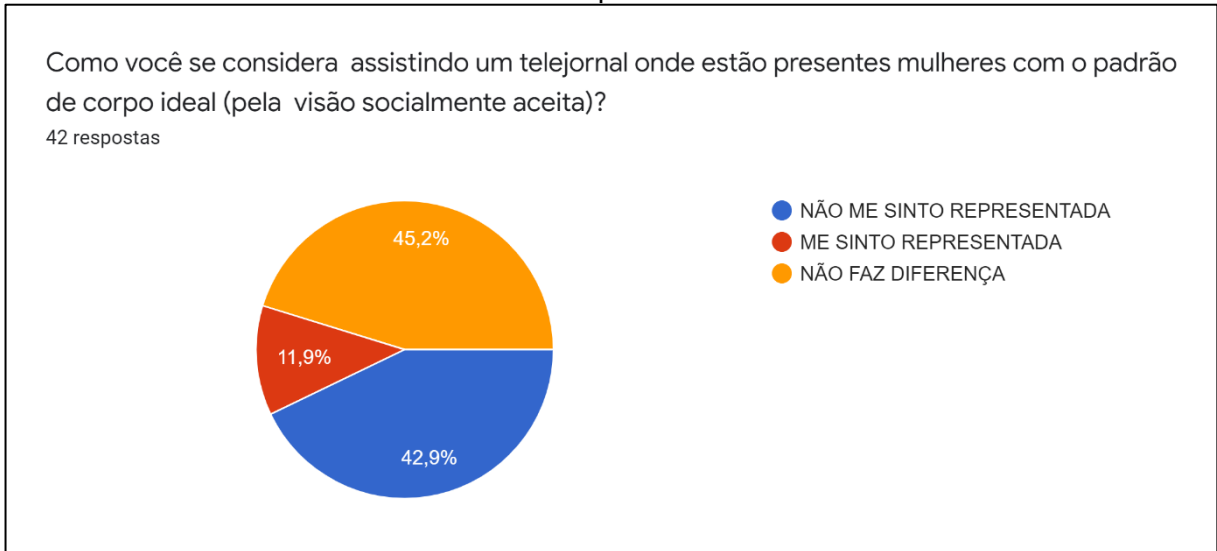
Gráfico 9 - Como se sente quem está em o padrão igual da pessoa que apresenta um telejornal



Fonte: Autor.

2.2.10 Como você se sente assistindo a um telejornal onde estão presentes mulheres com o padrão de corpo ideal (pela visão socialmente aceita)?

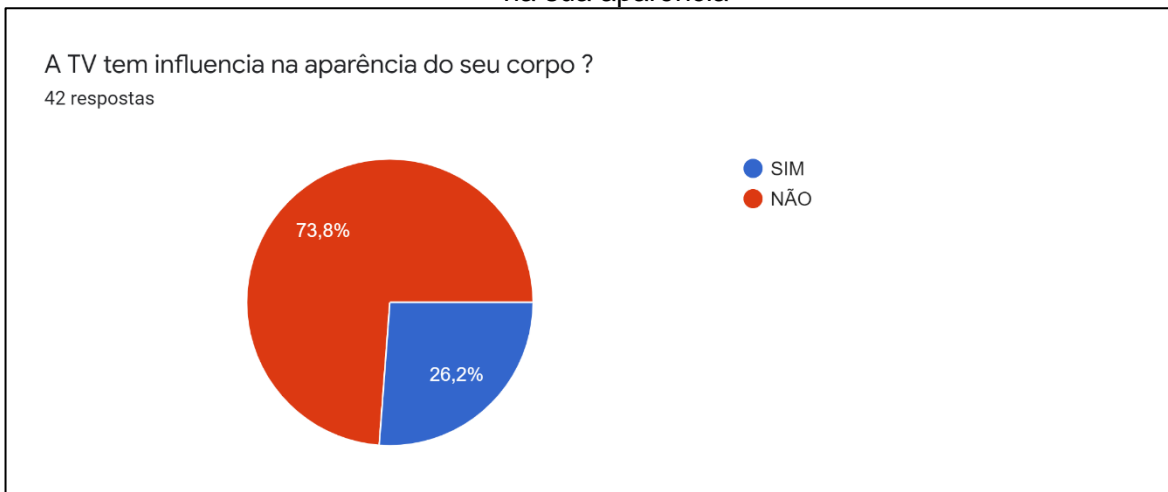
Gráfico 10 - Qual a opinião de quem assiste a um telejornal de quem tem o padrão de beleza ideal para a sociedade?



Fonte: Autor.

2.2.11 A TV tem influência na aparência do seu corpo?

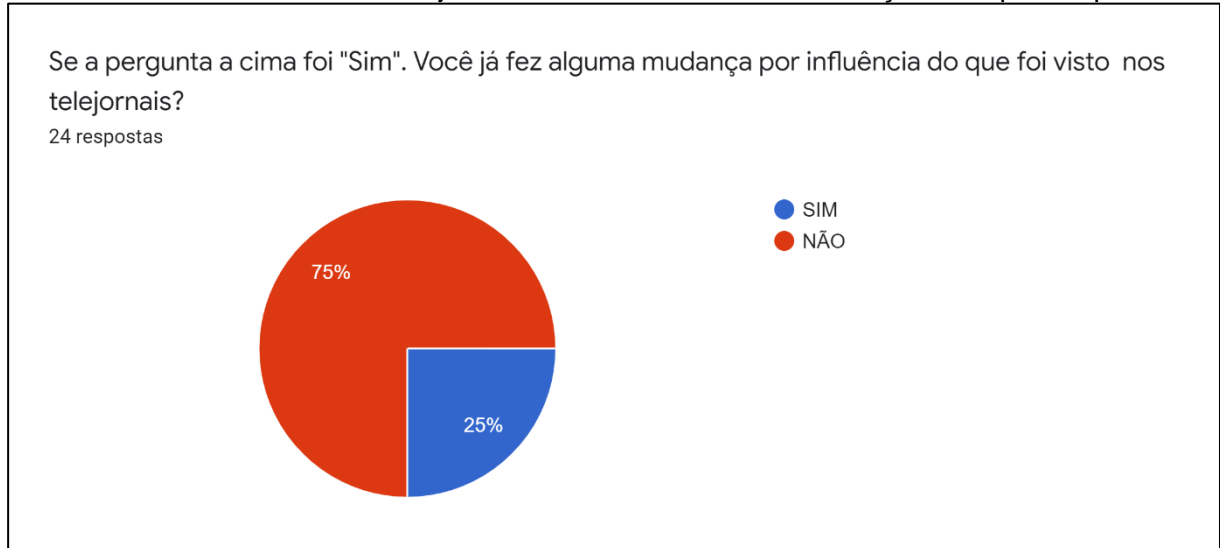
Gráfico 11 - Ver a imagem de uma mulher bonita apresentando um jornal influencia na sua aparência



Fonte: Autor.

2.2.12 Se a pergunta acima foi "sim", você já fez alguma mudança por influência do que foi visto nos telejornais?

Gráfico 12 - A TV e os telejornais têm influenciado na mudança do corpo das pessoas

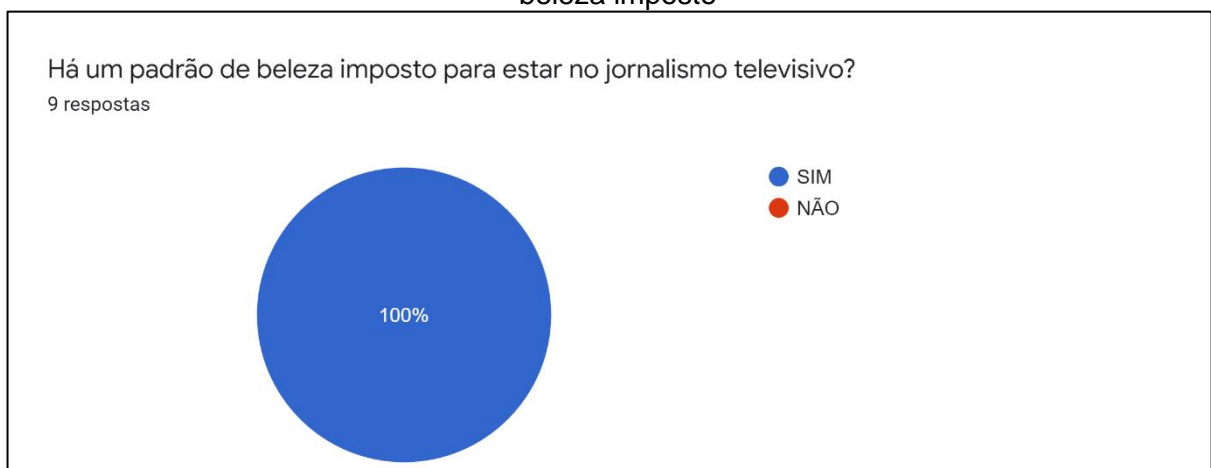


Fonte: Autor

PARA JORNALISTAS E ESTUDANTES DE JORNALISMO

2.2.13 Há um padrão de beleza imposto para estar no jornalismo televisivo?

Gráfico 13 - Quem trabalha diretamente com Tv sente que existe um padrão de beleza imposto



Fonte: Autor.

2.2.14 Se a resposta anterior foi "sim", este padrão de beleza te incomoda?

Gráfico 14 - Quem trabalha na tv com as câmeras, como se sente com esse padrão exigido



Fonte:Autor

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 O que é beleza?

Para entender o que é a beleza na posição humana, faz-se necessário buscar o significado da palavra. Para o dicionário Michaelis, a beleza tem muitos significados, não só os visuais, e percorre também outros sentidos, como a audição e o tato. E causa também sensações como tranquilidade e admiração.

1 Que tem formas ou proporções harmoniosas, segundo um padrão ideal (pessoal ou cultural) de beleza; que tem beleza; formoso, lindo: *“Ela olhava – ele nunca fora tão belo. Com voz simpática e simples ele disse soprando de leve no seu rosto: – Eu te amo, menina”* (CL).

2 Que provoca sensações agradáveis (à audição, à visão, ao tato etc.); que traz deleite e causa admiração.

3 Que causa sensações amenas, serenas, aprazíveis: *“A noite chegou muito bonita, com um belo luar de lua cheia, que começou ainda com o crepúsculo [...]”* (AA1). (BELO, 2022, online).

Para Umberto Eco (2004), a beleza não é algo absoluto e imutável. Ela está relacionada com a cultura e com nossos valores temporais, de seres humanos. O belo pode coexistir em uma mesma época e outros modelos podem se remeter mutuamente através de épocas distintas.

Aquilo que é belo é igual àquilo que é bom e, de fato, em diversas épocas históricas criou-se um laço estreito entre o Belo e o Bom. Se, no entanto, julgamos com base em nossa experiência cotidiana, tendemos a definir como bom aquilo que não somente nos agrada, mas também aquilo que gostaríamos de ter (ECO, 2004, p. 8).

O conceito de beleza também está presente na psicanálise. Para Kant (1995), o belo tem ligação com o gosto. Para ele, o gosto tem relação com uma sensação gerada ao ver o objeto. Quando uma pessoa olha, sente alguma coisa e se essa sensação for de prazer, ao gosto dela, aquilo é belo.

O juízo de gosto não é, pois, nenhum juízo de conhecimento, por conseguinte não é lógico e sim estético, pelo qual se entende aquilo cujo fundamento de determinação *não* pode ser *senão* subjetivo. Toda referência das representações, mesmo a das sensações, pode, porém, ser objetiva (e ela significa então o real de uma representação empírica); somente não pode sê-lo a referência ao sentimento de prazer e desprazer, pelo qual não é designado absolutamente nada no objeto, mas no qual o sujeito sente-se a si próprio do modo como ele é afetado pela sensação (KANT, 1995, p. 48).

O autor (KANT, 1995) dá atenção à palavra complacência. Ele conta que ela é independente do interesse, movida e guiada pelo seu prazer e desprazer que estão ligados a sentimentos da vida. Seu estado de ânimo define a sensação que vai responder se aquilo é do seu gosto ou não. Esse gosto é sempre estético.

Apreender pela sua faculdade de conhecimento (quer em um modo de representação claro ou confuso) um edifício regular e conforme a fins é algo totalmente diverso do que ser consciente desta representação com a sensação de complacência. Aqui, a representação é referida inteiramente ao sujeito e na verdade ao seu sentimento de vida, sob o nome de sentimentos de prazer ou desprazer, o qual funda uma faculdade de distinção e ajuizamento inteiramente peculiar, que em nada contribui para o conhecimento, mas somente mantém a representação dada no sujeito em relação com a inteira faculdade de representações, da qual os ânimos (KANT, 1995, p. 48).

Segundo Kant (1995) a percepção do belo pode sofrer alterações porque nós somos seres sociais, pertencemos a uma humanidade que pode transformar nossas opiniões, conseqüentemente nossos gostos, em facultativos. Eles podem ser modificados ou, como diz o autor, sofrer inclinação que ele considera natural.

Empiricamente o belo interessa somente em *sociedade*; e se se admite o impulso à sociedade como natural ao homem, *mas* a aptidão e a propensão a ela, isto é, a *sociabilidade*, como requisito do homem enquanto criatura destinada à sociedade, portanto como propriedade pertencente à *humanidade*, então não se pode também deixar de considerar o gosto como uma faculdade de ajuizamento de tudo aquilo pelo qual se pode comunicar mesmo o seu *sentimento* a qualquer outro, por conseguinte como meio de promoção daquilo que a inclinação natural de cada um reivindica (KANT, 1995, p. 143).

Para KANT (1995), a beleza está presente na nossa condição de sociedade e é facultativa dependendo do ajuizamento, como também afirmou Eco (2004), que diz que a beleza está relacionada à nossa cultura.

A autora Pollachi (2012) relata que a definição de belo é uma busca histórica com referências culturais que pertence a nós desde as primeiras civilizações.

A busca da definição do que é belo é um tema recorrente em todas as civilizações. As primeiras referências da cultura ocidental remetem à Grécia Antiga. De maneira geral, os gregos relacionavam a beleza com o bem, com uma sensação que levasse o indivíduo que está diante de tal experiência a uma reflexão profunda (POLLACHI, 2012, p. 14).

Para entendermos melhor a beleza na história, faz-se necessário trabalhar um capítulo específico.

3.2 A história da beleza

Segundo Almeida (2012), a beleza na história tem sua origem ligada à religiosidade. Do culto nascem personificações, ou representações em formas de elementos artísticos. Para a autora (2012), existem exemplos conhecidos como divindades egípcias, gregas e de outras civilizações. E que nelas há a percepção da beleza da época.

As sociedades primitivas cultuavam a natureza (o sol, a lua, os pássaros). Desses cultos iniciais, surgiram as personificações das divindades que representavam esses elementos. Os exemplos mais conhecidos e estudados são as divindades egípcias, orientais e as gregas. Nelas, o elemento da beleza se encontra presente (ALMEIDA,2012, p. 1).

Povos antigos, segundo Vicentino e Vicentino (2018), já habitavam a região do Egito há 4000 mil anos antes de Cristo. O povo egípcio, que viveu há cerca de 4800 anos, criou seu povoado na região do vale do Rio Nilo, localizado no continente africano. Segundo os autores (2018), o clima era favorável, a vegetação daquela região era de área verde onde eles cultivavam grãos e criavam animais.

A agricultura (cultivo de trigo, cevada, algodão, papiro e linho) era a atividade mais importante do Egito antigo. Os egípcios dedicavam-se também à criação de animais (cabras, carneiros e gansos) e à pesca (VICENTINO; VICENTINO, 2018, p. 67).

Para Hrnčirová (2015), a estética e a saúde estavam unidas. Os egípcios cuidavam da beleza do corpo, a qual consideravam um reflexo da alma. Essa relação para a autora está diretamente ligada à preservação de enfermidades que eram combatidas com a higiene pessoal da época.

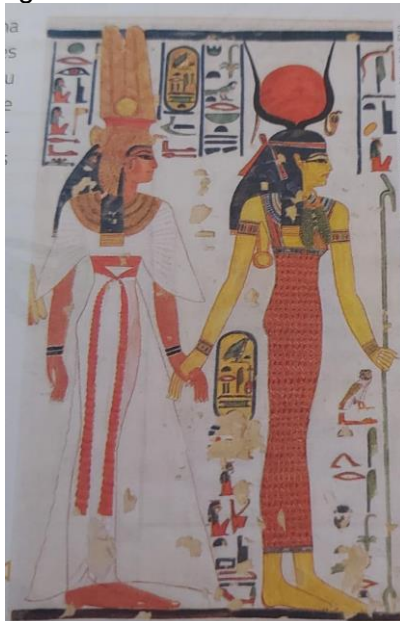
Na vida da sociedade egípcia, a preocupação com a limpeza do corpo e a aparência física era um fator primordial. A esse respeito, não nos chegaram tantos documentos e dados como no caso da medicina egípcia, mas todas as referências disponíveis coincidem ao sinalizar que se atribuía extrema importância à higiene pessoal, ao cuidado da beleza física e à prevenção de enfermidades (HRNČIROVÁ, 2015, online).

Conforme Almeida (2012) disse, a relação humana com a beleza para povos antigos está ligada à religiosidade. No caso do Egito, não é diferente. O autor Sales (2007) conta que algumas características de beleza para a cultura egípcia estão presentes em entidades. Figuras importantes como Deuses, Faraós, Rainhas apresentam sempre a juventude, os homens são sempre vigorosos e as mulheres

possuem corpos magros, são esbeltas, com a beleza perfeita aos olhos daquele povo.

As figuras mais importantes (deuses e deusas, faraós e rainhas, proprietários de túmulos etc.) apresentam sempre formas idealizadas, no auge da sua maturidade juvenil, com uma beleza física invejável, quase inultrapassável (figura 1). Os homens são sempre jovens e vigorosos. As mulheres, além de jovens, são sempre magras, esbeltas, perfeitas (SALES, 2007, p. 184).

Figura 1- Isis e Rainha Nefertari.



Fonte: Vicentino e Vicentino (2018, p. 73).

Por volta do século IX e VI a.C., viveu o povo grego. A Grécia era localizada em sua maior parte ao sudeste da Europa. Segundo os autores (2018), o território grego era montanhoso, pedregoso e pouco fértil, o que favoreceu o isolamento e a formação de cidades internas. O benefício dessa área para os gregos, é que eles tinham um vasto litoral, que era facilmente navegável e era adequado para o comércio marítimo.

O território da Grécia é montanhoso, pedregoso e pouco fértil; já seu litoral é bastante recortado, possuindo um grande número de baías. {...}O relevo montanhoso da Grécia favoreceu o isolamento interno e a formação de cidades independentes umas das outras. Seu vasto litoral, por sua vez, facilmente navegável e com bons portos naturais, estimulou a navegação e o comércio marítimo (BOULOS, 2018, p. 130).

Segundo Vicentino e Vicentino (2018), o modelo de beleza grego buscava a representação das formas e dos movimentos humanos. O que era beleza para os gregos era o indivíduo em perfeição e equilíbrio. Para eles, a beleza também era incluída na perfeição da arte e das esculturas. Segundo Pollachi (2012), os povos

gregos estavam buscando a compreensão da realidade, atribuindo características de simetria á harmonia para a excelência do corpo ideal. Nesse caso o valor da reflexão sobre a beleza era algo de grande relevância.

A imensa importância dada pelos gregos à beleza se mostra ainda na impecabilidade de suas esculturas. Nelas o antropomorfismo foi insuperável. As medidas proporcionais eram seu ideal de perfeição e muito esforço se fazia por um corpo belo (POLLACHI, 2012, p. 14).

As esculturas gregas, segundo De Medeiros (2011), eram algo de contemplação e admiração por uma sociedade que viveu plenamente a estética. A autora (2011) diz que o ideal grego de beleza observava uma grande busca pela perfeição, em que predominavam o ritmo, o equilíbrio e a harmonia ideal, e possuía características específicas para a criação do homem que, para eles, era a síntese da medida de todas as coisas.

Para completar tal pensamento e ideal, o artista grego, - em sua constante busca da perfeição -, cria uma arte de elaboração intelectual em que predominam o ritmo, o equilíbrio e a harmonia ideal (figura 2). Eles tinham como características: o racionalismo; amor pela beleza e o interesse pelo homem, essa pequena criatura que é a medida de todas as coisas (DE MEDEIROS, 2011, p. 3).

Figura 2 - Afrodite Capitolina



Fonte: Eco (2004, p. 46).

De acordo com Eco (2004), a beleza também está presente no campo da filosofia. Filósofos como Platão e Sócrates abordaram o assunto em suas obras.

Sócrates relata, através de textos publicados, que a beleza na época possuía vários conceitos. O pensamento de Platão que, para o autor (2004), influenciou gerações seguintes, já trazia relações com proporção e harmonia e a associação com vislumbre. Para Sócrates, a beleza legitimava conceitos como o da natureza, o espiritual e a funcionalidade.

O tema da Beleza é elaborado ulteriormente por Sócrates e Platão. O primeiro, segundo o testemunho dos Memorabilia de Xenofonte (cuja autenticidade suscita hoje algumas dúvidas, dado o facciosismo do autor), parece querer legitimar a práxis artística no plano conceitual, distinguindo pelo menos três diversas categorias estéticas: a Beleza ideal, que representa a natureza através de uma montagem das artes; a Beleza espiritual, que exprime a alma através do olhar (como acontece nas esculturas de Praxíteles, cujos olhos o escultor pintava para torná-los mais verdadeiros); e a Beleza útil ou funcional. Mais complexa e a posição de Platão, da qual nascerão as duas concepções mais importantes da Beleza que foram elaboradas no decorrer dos séculos: a Beleza como harmonia e proporção das partes (derivada de Pitágoras) e a Beleza como esplendor, exposta no Fedro, que influenciará o pensamento neoplatônico (ECO, 2004, p. 48).

Para Eco (2004), sendo assim, a Beleza grega se exprime através dos sentidos que permitem manter a distância entre o objeto e o observador: visão e ouvido, mais que tato, gosto ou olfato.

{..}som e visão, as duas formas perceptivas privilegiadas pela concepção grega (provavelmente porque, ao contrário do cheiro e do sabor, são reconduzíveis a medidas e ordens numéricas): embora se reconheça à música o privilégio de exprimir a alma, é somente às formas visíveis que se aplica a definição de belo (Kalón) como “aquilo que agrada e atrai” (ECO, 2004, p. 56).

Em outros períodos, a beleza também era evidenciada. A Idade Média, que segundo Vicentino e Vicentino (2018), iniciou no século V, tinha seu território localizado na Europa Ocidental, onde viviam de caça e pesca.

A beleza medieval para Semis (2014) acabava recebendo influência das religiões judaica e cristã, onde o nu e a devoção ao corpo perdem espaço para o pudor. Segundo a autora (2014), o corpo feminino em particular era considerado atraente, e o conceito de belo estava relacionado às virtudes divinas, espirituais e morais. As esculturas, para Semis (2014), sem roupa, que eram o padrão de beleza grega, foram substituídas por artes sacras em que a mulher sempre estava associada à mãe de Jesus Cristo, que era síntese do pudor, já que na história, ela não perdeu a virgindade na gravidez do filho.

Para a autora (2014), os defeitos físicos do corpo daquela época eram relacionados com os defeitos da alma (o resultado do pecado). Para serem consideradas belas, as mulheres medievais tinham de seguir a imagem da Virgem

Maria.

Especialmente o corpo feminino era considerado como tentador e o conceito de belo estava conectado ao divino, ao plano espiritual, às virtudes morais. Por questões morais, as vestimentas deveriam ser longas e esconder o corpo atrás dos trajes volumosos. Imperfeições físicas do corpo eram consideradas ligadas às da alma (resultadas de pecado). Para serem consideradas belas, as mulheres medievais deveriam seguir a figura da Virgem Maria (SEMIS, 2014, online).

Para Semis (2014), a beleza medieval valorizava a mulher com corpo e curvas mais ressaltadas, mais “cheinhas”, com quadril mais largo, seios generosos e roupas com mais volume, com permissão de decote.

o modelo de beleza do Renascimento supunha mulheres mais cheinhas, de ancas largas e seios generosos. {...} Apesar dos vestidos volumosos, a cintura deveria ser marcada pelo uso do espartilho e era permitido que o decote mostrasse um pouco dos ombros (SEMIS, 2014, online).

Segundo Theóphilo; Fávares; Prado (2021), na era do renascimento, que acontece no final da era medieval, a deusa Vênus era usada como referência ao ideal de beleza, garotas já passavam por transformações com receitas e produtos típicos daquele período, que iriam lhes trazer a beleza ideal daquele tempo.

O ideal é que fosse loira, como a deusa Vênus do quadro de Botticelli (figura 3). Por isso, as garotas renascentistas clareavam seus cabelos e sobrancelhas ao sol, tomavam poções de noz, suco de maçã azedo ou usavam um produto chamado alume (THEÓPHILO; FÁVARO; PRADO, 2021, p. 11).

Figura 3 - O Nascimento de Vênus de Sandro Botticelli



Fonte: Boulos (2018, p. 73).

Neste capítulo, vimos a história da beleza durante os períodos históricos da Grécia até a era do renascimento, como o entendimento do que era beleza foi

evoluindo e ganhando formas e ideias diferentes conforme as épocas. Para De Medeiros (2011), o ideal de beleza sempre foi exigido para as mulheres e ,em certos períodos, podemos perceber a ascensão do homem. Para compreendermos ainda mais a mudança dos padrões de beleza feminino na história, é necessário trabalhar um capítulo específico para esse assunto.

3.3 Mudanças do padrão de beleza na história

Conforme Vigarello (2006), a partir do século XV a beleza passa a ter relevos, formas, cores, espessura e contornos arredondados. A mulher é retratada em quadros valorizando o seu rosto, seu olhar e o colo.

Para Da Fonseca (2013), nos séculos XV a XVI, a forma do corpo feminino passou a ter mais espaço para ser mostrado e começou a dominar traços mais homogêneos, mas tendo que suceder algumas condições como tendência na aparência física entre os biótipos de corpo para a beleza daquela época

Contudo, passam a predominar nos séculos XV ao XVI as formas do corpo feminino que ganham contorno mais consistentes, porém existe a exigência de equilíbrio entre a magreza e a gordura, sendo considerada como bela a mulher em grande ponto (este termo era usado para estabelecer um padrão de beleza na época) (DA FONSECA, 2013, p. 59).

Para Vigarello (2006), esta forma modifica a estrutura corporal da mulher do século XIII, pois na época, ela deveria ter a “magreza do ventre”, rosto simétrico e branco, seios bem à mostra e corpos apertados.

Naquele período, as adoções de padrões de beleza não eram fixas. Segundo Rocha (2011), esses padrões se transformaram reconstruindo novas formas e versões do que era considerado belo ao longo dos anos e as mudanças de padrões sofridas pelas mulheres eram ligadas a critérios pessoais da época.

[...] entre o fim do século XII e começo do século XIII propiciou aos estudos sobre corpo, beleza e estética [...]. A adoção de padrões para definir uma estruturação de beleza, no entanto, não é algo fixo. Ao longo dos anos, os conceitos do que é belo e do papel da valorização do corpo vão adquirindo novas nuances. Não existe uma única definição para determinar o que é belo ou não, uma vez que esse conceito é completamente pessoal (ROCHA, 2011, p. 17).

Para Moreno (2008), a partir do século XVIII, houve uma evolução. O indivíduo e a identidade começam a ter maior visibilidade, considerando características específicas da beleza corporal individual, ressaltando pontos oportunos e de maior evidência. Partes do corpo como o quadril e a cintura ficaram mais volumosos e ressaltados nas roupas.

Mais recentemente, a aparência do conjunto passa a ser valorizada: a verticalidade, o porte do busto, o alinhamento das costas (e conseqüentemente, a exigência do afinamento dos quadris e do alongamento das pernas) (MORENO, 2008, p. 16).

De acordo com Wolf (2021), a maioria das hipóteses sobre a forma pela qual as mulheres sempre pensam na "beleza" baseada em conceitos masculinos, já que elas eram distanciadas e afastadas do convívio. Mulheres não podiam circular livremente, nem conversar entre si. Viviam dentro de suas casas cercadas de afazeres domésticos.

Como as mulheres de classe média foram isoladas do mundo, separadas umas das outras, tendo sua tradição submersa a cada geração, elas dependem mais do que os homens dos modelos culturais à disposição e tendem mais a serem influenciadas por eles (WOLF, 2021, p.92).

O mito da beleza para mulheres não era muito discutido antigamente pois a imagem feminina era pouco vista fora da igreja. Para Wolf (2021), é um marco temporal para as mudanças na estética corporal feminina que acontecem nas primeiras décadas do século XIX, onde as novas tecnologias começaram a expor como era a mulher daquela época, como a fotografia da nudez.

Pela primeira vez, novas tecnologias tinham condição de reproduzir em figurinos, daguerreótipos, ferrótipos e rotogravuras — imagens de como deveria ser a aparência das mulheres. Na década de 1840, foram tiradas as primeiras fotografias de prostitutas nuas. Anúncios com imagens de 'belas' mulheres apareceram pela primeira vez em meados do século. Reproduções de obras de arte clássicas, cartões-postais com beldades de sociedade e amantes dos reis, gravuras de Currier e Ives e bibelôs de porcelana invadiram a esfera isolada à qual estavam confinadas as mulheres da classe média (WOLF, 2021, p. 32).

Naquele tempo, as revistas femininas foram responsáveis pela democratização da beleza, especialmente quando começaram a publicar anúncios na virada do século XIX para o século XX. Para Wolf (2021), por mais de 100 anos, as publicações se apoiaram para promover a alteração do papel da mulher nas sociedades em que estão inseridas, servindo aos interesses do sistema econômico, dos anunciantes e do governo, esferas predominantemente masculinas.

De acordo com Theóphilo, Fávoro e Prado (2021), especificamente nos anos 1940 e 1950, grandes destaques de Hollywood eram principais elementos para parâmetro de padrão de beleza, em que era ressaltado a sensualidade, quadris mais largos e seios avantajados com ajuda de preenchimento interno de sutiã.

Especificamente nos anos 1940 e 1950, os astros de Hollywood — como Marilyn Monroe — foram uma das principais referências para instituir padrões de beleza e chamavam atenção pela sua sensualidade, com quadris largos e seios fartos, acentuados pelos sutiãs com enchimento (THEÓPHILO; FÁVARO; PRADO, 2021, p. 11).

Para Vaz (2020), a mudança do corpo mais arredondado para o mais magro, aconteceu porque mulheres daquela época queriam ter aparência juvenil. Segundo Rocha (2011), o ideal era manter a aparência jovem, magérrima, com rosto de menina, cílios bem definidos e cabelos curtos e lisos.

Segundo Howard (2020), nas décadas de 1960 e 70, a mudança histórica de um corpo arredondado para uma preferência pela magreza levou a aparição da modelo britânica Lesley Lawson, conhecida como Twiggy (figura 4). Ela trazia um marco para os anos anteriores. As mulheres não estão mais se enchendo de espartilhos, as mensagens da mídia e a pressão social para manter uma forma de corpo "ideal" continuam. Esse "ideal" é um tipo de corpo muito jovem e magro

A guinada histórica de um corpo arredondado para uma preferência por um mais magro levou ao surgimento da modelo britânica Lesley Lawson, conhecida como Twiggy, e de outros modelos esbeltos. Eles pareciam simbolizar um afastamento dos espartilhos e das pinups dos anos anteriores. {...} Embora as mulheres não estivessem mais se espremendo em espartilhos, as mensagens da mídia e a pressão social para aderir a um corpo "ideal" ainda continuavam. Esse "ideal" era um tipo de corpo muito jovem e magro (HOWARD, 2020, online).

Figura 4 - Modelo britânica Lesley Lawson, conhecida como Twiggy



Fonte: Baker, 2018.

Segundo Araújo e Menezes (2009), com a modernização e mudança de

costumes, as mulheres em meados do século XX passaram a se interessar mais em cuidar de seus corpos. Afinal, elas se afastaram da tradição em favor de roupas extras e espartilhos, e começaram a ousar para deixar seus corpos mais visíveis, com decotes e roupas curtas. Essa maior exposição corporal também chamou a atenção para os cuidados com o corpo, associando a beleza ao formato do corpo.

Para Theóphilo, Fávaro e Prado (2021), o século XX foi uma grande transformação de pensamento para a humanidade, já que ele tinha passado por duas guerras mundiais e o movimento feminista surgiu. Para os autores (2021), os padrões de beleza dessa época em diante passaram a se modificar a cada tempo.

E os padrões de beleza, que antes levavam séculos para mudar, passaram a se transformar a cada década, depois a cada ano e hoje se transforma praticamente a cada estação. (THEÓPHILO; FÁVARO; PRADO, 2021, p. 11).

Para os autores (2021), a década de 2000, apesar das revistas continuarem reforçando o biótipo branco, alto e magro, sofreu alteração com programas de TV que ditaram uma nova estética: o corpo sarado de academia, com grandes seios, grandes glúteos, grandes coxas.

Para Siqueira e Faria (2007), a beleza da década de 2000 se mesclava com os anos 1980, que traz um corpo bem trabalhado nos músculos definidos e bastante aparentes, com a preocupação na saúde mental e bem-estar físico

[...] Parece que, ao lado do exercício intenso antes exigido do corpo, agora também é preciso adotar a preocupação com seu bem-estar físico e mental, ou seja, uma passagem discursiva do fitness, preocupação dos anos 1980, para o wellness – bem-estar físico e mental –, preocupação dos anos 2000 {...}Nos anos 2000, chega-se a uma categoria que mescla a dos anos 1980, “maromba”, com a preocupação com o bem-estar, “o wellness” (SIQUEIRA; FÁRIA, 2007, p. 10- 11).

Segundo Howard (2020), desde o início do século 21 tem existido uma mudança no sentido de celebrar a diversidade de tipos de corpos na mídia e na moda. Essa tendência se correlaciona com o uso das redes sociais, em que a diversidade é representada por usuários comuns on-line.

Para Theóphilo, Fávaro e Prado (2021) na década de 2010, quadris largos viraram tendência, junto com a pele bronzeada, barriga definida, lábios grossos, maçãs do rosto salientes e cílios grossos. Para Vaz (2020), a beleza do Século XXI é a mulher de corpo magro, mas saudável, seios e bumbum grandes, mas barriga chapada.

Para Semis (2014), atualmente o padrão das supermodelos se intensificou ainda mais e ultrapassou o limite do saudável ao levar para a passarela modelos exageradamente magras. Para Moreno (2008), mulheres como Gisele Bündchen são referência para a sociedade, e esses padrões são colocados desde a infância com influência da mídia, sobretudo pela TV.

É inegável a influência da mídia hoje, particularmente da TV, na formação da subjetividade da população. Os modelos de valor, beleza, felicidade - são introjetados desde a mais tenra infância e passam a ser modelos aspiracionais. É com a Barbie ou a Gisele Bündchen (figura 6) que as meninas e mulheres querem se parecer hoje. Afinal, ambas são referência de como a sociedade nos vê, nos quer e nos valoriza (MORENO, 2008, p. 30).

Figura 5 - Foto de corpo de Gisele Bündchen



Fonte: Blog Angélica, 2010.

Segundo Flor (2009), os meios de comunicação de massa exercem influência na construção dos padrões de beleza. As redes sociais, através de anúncios e discursos publicitários, passam uma imagem para o público de que o corpo perfeito é um corpo magro.

Vimos até aqui diversos autores falando das mudanças da beleza sobre o prisma histórico de um padrão volátil e como as mídias exercem influência na construção deles. O autor Aureliano e Silva (2015) diz que no telejornalismo também existem padrões de beleza exigidos para os profissionais. Para assimilarmos melhor essa realidade no jornalismo, é necessário desenvolver um capítulo específico sobre este tema.

3.4 Realidade dos impactos do padrão de beleza feminino no jornalismo atual

A realidade do jornalismo começou a ser alterada e a modificar o padrão de beleza tradicional que vimos nos últimos anos, segundo a jornalista Silvia Poppovic (2022), que trabalhou na televisão da década de 1970 até 2020 em diversos tipos de mídia, especialmente nas redes de televisão aberta como: Globo, Record, Band, SBT, Cultura e Gazeta.

Segundo a jornalista, ela sempre viu um padrão de beleza sendo imposto para profissionais mulheres. Loiras, magras e de olhos claros eram preferencialmente contratadas, por isso ela precisou se destacar para conseguir acesso a uma carreira duradoura.

Quando eu comecei a fazer televisão, as mulheres não eram buscadas, não eram usadas nos telejornais. A mulher era usada apenas para falar da previsão do tempo e tinha que ser loira, magra, de olho azul de preferência. Você tinha que ter um padrão estético para aparecer na televisão. Eu era fora dos padrões, eu era gordinha. Eu me destaquei por ser espontânea, pelo meu jeito de ser, de ter o jeito simples e fácil de falar, por trazer temas que não eram abordados naquela época e isso foi o meu diferencial (POPPOVIC, 2022, online).

Para entender se outros jornalistas também sentem na pele a realidade da busca por um padrão de beleza, foi realizada uma pesquisa via “formulário google” entre os dias 05 de maio e 05 de junho de 2022. Sete jornalistas responderam as questões direcionadas a trabalhadores da área.

O que aparece hoje em dia nos jornais são pessoas com pele branca; cabelo liso; sem traços de expressão marcantes ou espinhas; magros e altos na maioria; sorriso perfeito. (...)Em uma sociedade atrasada. O profissional deveria ser avaliado por sua capacidade técnica e não visual (...) (QUESTIONÁRIO, 2022).

Quem respondeu a pesquisa afirmou que esse padrão não deveria existir para profissionais que trabalham em frente às câmeras, que cada pessoa tem seu padrão e isso deveria ser aceito.

Não deve existir um padrão de beleza para estar em frente às câmeras. Cada um tem o seu biotipo e deve ser aceito como é, seja ele magro, gordo, alto, baixo, tatuado ou não, enfim, o que importa não é o padrão de beleza mas sim a qualidade da informação que está sendo passada. A pessoa que está falando tem propriedade no assunto, é confiável, são esses aspectos que devem ser levados em conta, e não o padrão imposto pela televisão e sociedade (QUESTIONÁRIO, 2022).

Jornalistas destacam também que sentem pressão em ter o corpo ideal para

trabalhar em frente às câmeras e veem essa situação como um empecilho, já que muitas vezes se sentem indiretamente orientadas a realizar intervenções para deixar aparência próxima aos padrões exigidos pelo mercado.

Difícil dizer, porque não é uma coisa que dê para escapar. Se você quiser estar na TV, vai ter que ter as características padrão. Hoje isso não me afeta muito porque não é meu foco estar na frente das câmeras. {...} me sinto mal, porque nunca vai ser o seu potencial que estará em jogo, mas sim o seu corpo, o que é totalmente desconfortável. Temos que mudar isso daí! {...} (QUESTIONÁRIO, 2022).

Para Cury (2005), os padrões de beleza incompreensíveis divulgados na TV, revistas, filmes, desfiles, comerciais, entram no inconsciente das pessoas. O autor diz que a impressão que se passa é de que jovens modelos, apesar de superestimados, odeiam seus corpos, pensam em desistir, e não querem ir a lugares públicos porque sua estrutura corporal faz com que se sintam excluídos.

O padrão inatingível de beleza amplamente difundido na tv, nas revistas, no cinema, nos desfiles, nos comerciais penetrou no inconsciente coletivo das pessoas e as aprisionou no único lugar em que não é admissível ser prisioneiro: dentro de si mesmas. Tenho bem nítida na mente a imagem de jovens modelos que, apesar de supervalorizadas, odiavam seu corpo e pensavam em desistir da vida. Recordo-me de pessoas brilhantes e de grande qualidade humana que não queriam frequentar lugares públicos, pois se sentiam excluídas e rejeitadas por causa da anatomia do seu corpo (CURY, 2005, p. 6).

Para Andrade (2015), os alvos e métodos da radiodifusão, emissão e transmissão de notícias mostram que a programação deve privilegiar os valores democráticos, promovendo acesso à arte, cultura, ciência e igualdade independente da condição física que não é mencionada. Princípios importantes para fomentar a valorização da cidadania em ampla diversidade.

Os princípios e objetivos da radiodifusão pública brasileira indicam uma programação que possa privilegiar os valores democráticos com a promoção de debates, diversidade, igualdade, promoção das culturas nacionais e regionais voltadas para a educação, arte, ciência, cultura e informação. Estes aspectos, somados a valores éticos, sociais e políticos, apontam para a importância de uma programação que aponte para a valorização da cidadania (ANDRADE, 2015, p. 1).

3.5 A representatividade da mulher na sociedade e no jornalismo

Por muito tempo, o mercado de trabalho jornalístico era um lugar apenas para homens. Segundo a descrição de José Hamilton Ribeiro no Brasil em meados da década de 1930.

As empresas jornalísticas eram pensadas e construídas como ambiente de sauna brega: só para homem. Nem havia banheiro feminino. No Estadão, à

noite, quando fervia o trabalho jornalístico, as mulheres não eram aceitas nem na mesa telefônica. Havia mulheres como telefonistas, mas só durante o dia. À noite, um homem é que operava. Mulher podia ser telefonista, faxineira ou servir para fazer o café: circulava na área de serviço (RIBEIRO, 1998, p. 31).

Segundo Rocha (2004), a situação mudou lentamente. Em 1986, as mulheres representavam 36% da força de trabalho profissional do país, e uma década depois, eram pouco mais de 40%.

Segundo Madsan (2020), dados da Rais (Relação Anual de Informações Sociais) de 2014, o jornalismo permanece um campo bastante masculino e predominantemente branco, ainda que com forte presença de mulheres.

De acordo com Couri (2021), em 2021, existiam mais de 15 mil mulheres na imprensa brasileira, mas não chegam nem à metade do mercado, embora as mulheres formem a maioria na nossa sociedade. São quase 27 mil os jornalistas de sexo masculino.

Na mídia televisiva, o time feminino consegue preencher mais da metade dos postos de trabalho. Segundo Couri (2021), nessa área existem cerca de 4040 mulheres contra 4007 homens, ao contrário das rádios em que o que cabe às mulheres é 20% do mercado.

As empresas de comunicação, na maioria, ainda pertencem aos homens. Para Couri (2021), cerca de 65% dos cargos de poder ainda são ocupados por homens, e as mulheres recebem salários vergonhosamente baixos, retirando ainda a desvalorização e o desfrute pela estrutura física

E os órgãos de comunicação na maioria ainda pertencem aos homens. Cerca de 65% dos cargos de poder ainda estão nas mãos masculinas e os salários são vergonhosamente mais baixos. A discriminação existe e a desvalorização é reforçada por meios menos sutis como a ridicularização das formas do corpo feminino ou, pelo contrário, da cantada às vezes de mau gosto que coloca a profissional no lugar do objeto da sedução (COURI, 2021, online).

Para Cury (2005), os homens controlam as mulheres em quase todas as ações na sociedade, promovendo uma sociedade de consumo impiedosa que utiliza o corpo da mulher com um produto de serviço e não sua inteligência, deixando um mercado erotizado em relação a aparência das mulheres

Os homens controlaram e feriram as mulheres em quase todas as sociedades. Considerados o sexo forte, são na verdade seres frágeis, pois só os frágeis controlam e agredem os outros. Agora, eles produziram uma sociedade de consumo inumana, que usa o corpo da mulher, e não sua inteligência, para divulgar seus produtos e serviços, gerando um consumismo erótico (CURY, 2005, p. 6-7).

Para Zoonen (1994), o processo de observação e crítica da representação feminina não contempla somente a luta por igualdade, mas também a tentativa de desvinculação de definições e estereótipos relacionados ao que é considerado feminino.

Segundo Lopes (2017), a transmissão da imagem das pessoas na mídia exhibe ideias, conduz e cria modelos que influenciam a sociedade e a imprensa na parte feminina.

Ao transmitir imagens dos indivíduos, os meios de comunicação difundem ideias, indicam condutas, moldam comportamentos e legitimam modelos pré-estabelecidos na sociedade, influência que também é exercida no âmbito da imprensa feminina (LOPES, 2007, p. 25).

3.6 Os princípios do jornalismo

Parte do trabalho jornalístico é seguir as diretrizes que regem a boa prática da função social que a profissão. A conduta jornalística guiada pelo Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007), pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), esclarece fundamentos para valorização dos profissionais, bem como manutenção da qualidade do produto jornalístico oferecido à sociedade. Com base no Código de Ética, entende-se que toda pessoa possui o direito de informar-se, bem como o jornalista tem a responsabilidade de informar sem ter seu trabalho alterado e é responsável por ele.

O compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão” em sua atuação, visto que o artigo 8º destaca que “jornalista é responsável por toda a informação que divulga, desde que seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros, caso em que a responsabilidade pela alteração será de seu autor (FEDERAÇÃO..., 2007).

Segundo o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FEDERAÇÃO..., 2007), em relação à conduta da profissão apresentada no Capítulo II do documento, está entre os deveres do profissional: que ele combata o autoritarismo e defenda minorias e setores da sociedade contra afazeres da opressão, além de especialmente zelar pelos direitos do cidadão e de mulheres, crianças, idosos, adolescentes e setores minoritários da sociedade para evitar perseguição de pessoas e suas características.

Art. 6º - I - opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos; XI - defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, dos adolescentes, das mulheres, dos idosos, dos negros e das minorias; XIV - combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais,

econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza (FEDERAÇÃO..., 2007).

É preciso combater o padrão de beleza feminino porque ele é um pilar de um problema social. Para a jornalista Silvia Poppovic (2022), as mulheres foram ganhando espaço na tv e deixando de ser apenas uma modelo expositiva que não podia falar sobre assuntos sérios e para falar só sobre previsão do tempo

Mulheres não eram usadas nos telejornais para qualquer assunto sério, mulher não fala de política, não fala de economia, mulher era usada apenas para falar da previsão do tempo e tinha que ser loira, magra de olho azul de preferência. Você tinha que ter um padrão estético para aparecer na televisão quando se você fosse um vaso de flores para enfeitar a banca. Mas conforme o tempo foram ganhando espaço, como eu que tinha um programa que chamava mulheres, na parte da tarde, e você podia ver que desde o começo eu já comecei a trabalhar como interlocutora das mulheres (POPPOVIC, 2022, online).

Para Poppovic (2022), atualmente, para promover a inclusão á TV tem colocado todos os tipos de corpo, um requisito social e um meio do público se identificar, e considera que a influência pela pressão de beleza vem passando por uma adequação do pessoal para o profissional:

O formato de corpo hoje, especialmente na televisão, tem sido até ponto de politicamente correto, para passar a mão na audiência, eles pegam gente gorda, pegam gente negra, pegam gente oriental para mostrar que a há diversidade. É uma exigência do público e uma maneira do público se identificar. Eu sinto que a pressão por beleza que existe e por uma adequação daquilo que você é para aquilo que você vai fazer (POPPOVIC, 2022, online).

3.7 Websérie

Websérie pode ser definida como uma narrativa midiática, principalmente em linguagem audiovisual, de forma seriada, cujos episódios estão disponíveis para visualização de diferentes áreas do mundo online, especialmente portais armazenamento de vídeo.

A websérie é uma narrativa midiática produzida, prioritariamente, em linguagem audiovisual, de maneira serializada, cujos episódios ficam disponíveis para acesso nos espaços on-line passíveis de circulação {...} (HERGESEL, 2016, p. 1)

Para o autor (2016), o destaque do formato websérie está no streaming, pois a utilização tem aumentado notoriamente e a possibilidade da escolha da qualidade de resolução do vídeo em diversas plataformas (YouTube, Vimeo, Dailymotion e afins), sem que seja necessário que o usuário faça downloads em sua máquina.

Para Schneider (2009), a websérie é uma forma de explorar o audiovisual via

streaming. A autora descreve que o formato conta com episódios curtos e não dependem de horário fixo nem de patrocinadores bem definidos – um ponto-chave que difere a websérie da televisão.

Para Souza e Cajazeira (2015), os novos produtos audiovisuais estão em uma nova fase estabelecida pela convergência das mídias digitais.

Os novos produtos audiovisuais se encontram numa nova fase para os meios de comunicação, que vem sendo estabelecida pela Convergência Digital das mídias. Uma vez que as fronteiras constituídas por cada um dos meios de fundem e se unificam no campo digital, elas originam novos produtos que necessitam de uma classificação como é o caso das webséries documentais. Apropriados pelo campo jornalístico, as webséries documentais são oriundas dos webdocumentários, que por sua vez são provenientes dos documentários produzidos para a TV e para o cinema (SOUZA; CAJAZEIRA, 2015, p. 2).

Para os autores (2015), a websérie surge neste cenário de desenvolvimento das tecnologias, da busca por novos mercados, da convergência digital, da mudança de hábito dos espectadores/ consumidores da televisão para a Web (ao menos uma parte deles), e do desenvolvimento de conteúdos híbridos (originados do cinema e da TV) e marcados pelo diálogo das mídias.

As webséries provêm de uma cultura norte-americana, onde as séries televisivas fazem muito sucesso, e sendo assim, por que não estender essa audiência para a Internet. Para Aeraphe (2013), “Em seu período inicial de maturidade, as webséries eram criadas como complementos a séries de televisão, apresentando histórias paralelas ou complementares da história principal”.

Para Souza e Cajazeira (2015), há observação sobre algumas características próprias da internet para as webséries, em relação a tempo e o meio de divulgação

{..}, mas já podemos observar que algumas características são próprias e inerentes do meio como, por exemplo, o tempo de duração de cada episódio, a disponibilidade do produto na rede e canal em que é disponibilizado, que na maioria desses se encontram disponibilizados no canal do YouTube (SOUZA; CAJAZEIRA, 2015, p. 6).

Para Barcellos (2017), a duração ideal de uma websérie depende da atenção do espectador ao vídeo, geralmente varia de 3 a 10 minutos. Já em questão de visualização engajamento também pode ser alcançado através da aprovação do conteúdo pelo espectador.

[..] uma websérie possui uma duração ideal estabelecida pela atenção do espectador aos vídeos, geralmente em torno de 3 a 10 minutos, da qual se consegue também um envolvimento maior através da identificação do espectador ao conteúdo (BARCELLOS, 2017, p. 21).

3.8 Youtube

Uma das maiores plataformas digitais da atualidade, Youtube foi criado por três ex-funcionários do PayPal, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, em fevereiro de 2005. O site surgiu para facilitar o compartilhamento de arquivos de vídeo, já que estes eram muito grandes, o que dificultava seu envio por e-mail. Segundo Kleina (2017), no seu primeiro ano de criação, o Youtube já possuía 2 milhões de visualizações por dia em toda a plataforma e 200 mil usuários registrados.

O Google comprou o site em novembro de 2006 por US\$ 1,65 bilhão. Segundo Kleina (2017), desde então o YouTube funciona como uma das subsidiárias da Google. Atualmente é considerado o segundo maior site buscado da internet.

Segundo uma pesquisa realizada pelo site Resultados Digitais, em agosto de 2021, é possível ver que o YouTube é a principal rede social de vídeos online da contemporaneidade, com mais de 2,3 bilhões de usuários, sendo 127 milhões de brasileiros ativos e mais de 1 bilhão de horas de vídeos visualizados diariamente.

4 APRESENTAÇÃO DA PEÇA JORNALÍSTICA (MEMORIAL)

4.1 Concepção (pré-produção)

A peça a ser desenvolvida para este trabalho de conclusão de curso é uma websérie para a plataforma Youtube. Serão quatro episódios com cerca de cinco a sete minutos, em que retratamos a história de três mulheres (Sílvia Poppovic, Amanda Costa e Michele Sampaio) que passaram por dificuldades na carreira jornalística, uma vez que não possuíam o biotipo exigido por emissoras de televisão.

O primeiro episódio do conjunto de vídeos traz um pouco de contexto de onde vem a exigência do corpo perfeito, mais os relatos de Michelle Sampaio com a sua demissão por estar fora do padrão. Nesse episódio também há trechos de relatos de pressão que passaram pela carreira da jornalista Amanda Costa e da Silvia Poppovic. O episódio leva o nome de “Modelo não, Jornalista!”. No segundo episódio, vamos retratar, jornalistas sofrendo problemas no trabalho por estarem fora do padrão e Michelle Sampaio contando em detalhes sobre sua demissão e o apoio que teve na internet de amigos e fãs. O episódio também traz uma pessoa que fez parte da chefia de jornalismo de uma das maiores emissoras do Brasil. O vídeo tem o nome de “Competência não se pesa”. O terceiro vídeo, “As peças não se encaixam”, registra o relato de uma ex-diretora da Globo contando sobre com tinha que exigir os padrões para as jornalistas e também uma psicóloga falando dos prejuízos mentais que essa cobrança pelo corpo perfeito traz. O episódio reúne depoimentos das jornalistas dizendo como elas veem as mudanças hoje em dia. O quarto e último episódio da websérie traz as mudanças que os telejornais estão tendo a partir da visão de quem já sofreu com a exigência de padrões e dicas para quem está entrando no jornalismo, com medo de não conseguir ir para o vídeo nunca. O vídeo tem o nome de “A mudança”.

Esta produção foi pensada desde o início visando o baixo orçamento, não somente pelo custo alto de equipamentos profissionais, mas também para poder atingir mais o público. As entrevistas serão gravadas via internet por conta da distância com as entrevistadas e também porque o projeto foi gravado ainda em meio às orientações de distanciamento por causa da pandemia de Covid-19. As personagens principais desta tese seriam Michele Sampaio e Marcela Mesquita, que não pode participar do projeto por conta de processos judiciais. Ambas foram demitidas da

afiliada da Globo em São José dos Campos, por estarem fora do biótipo exigido pela emissora.

4.2 Execução (Produção)

No início do quarto ano de jornalismo, foi iniciada a elaboração do produto deste projeto, um pré roteiro foi elaborado para orientar como seriam as gravações dos episódios com as personagens e especialistas. A primeira gravação foi feita em 23 de março de 2022 com a jornalista Silvia Poppovic via aplicativo de reuniões ZOOM.

Esse tipo de filmagem foi escolhido por dois pontos. O primeiro é que estávamos no meio de um pico da pandemia de coronavírus, em que muitas pessoas estavam sendo infectadas. Para segurança das entrevistas e por escolha de alguma delas, como Silvia Poppovic que está com o esposo em tratamento de uma leucemia grave e imunidade baixa, escolhemos a gravação via internet para não trazer riscos a ninguém. O segundo ponto foi visando trazer mais jovialidade e mostrar os novos modelos de gravação que são possíveis.

As perguntas elaboradas para cada participante desse projeto (em anexo), foram elaboradas com o orientador e coorientador desse trabalho. A elaboração do roteiro foi feita tentando trazer um formato mais jovem para internet, já que os episódios devem ficar disponíveis no Youtube. Para ter uma quebra entre as entrevistas, foi gravada uma passagem com a aluna em um estúdio de TV para trazer um pouco do que se passa por trás de um telejornal. As gravações foram feitas com tablet e um microfone lapela para captação do áudio.

Pensando em cada detalhe e fazendo com que haja uma referência, em tudo mesmo que discretamente, a identidade visual foi iniciada com a escolha da paleta de cores que é composta por tons de laranja, rosa e preto. Os episódios tiveram um desenvolvimento de uma identidade visual particular, com uma paleta de cores que respeitou a psicologia das cores - emoções e sensações que cada cor passa. Para a vinheta, foram utilizadas as cores rosa, preto e um alaranjado. A cor rosa foi utilizada para trazer feminilidade, sensibilidade e juventude. Já a cor laranja foi usada para trazer encorajamento, otimismo e autoconfiança. O preto foi escolhido para trazer sofisticação e elegância. Para o fundo dos vídeos, foi escolhido novamente o laranja visando trazer modernidade e otimismo.

Roteiro Episódios

EPISÓDIO 1- MODELO NÃO, JORNALISTA

VÍDEO	ÁUDIO
<p>FRAMES DAS NOTÍCIAS PIPOCANDO NA TELA)</p> <p>Trilha ambiente/continuidade</p> <p>Sonora Zoom</p> <p>frames de comentários que ela recebeu</p> <p>Ana no camarim olhando para câmera e depois para o espelho</p> <p>Ana com o camarim ao lado e no fundo branco</p> <p>Ana com o camarim ao lado e no fundo branco</p> <p>CORTE CÂMERA</p>	<p>Trilha impactante</p> <p>OFF1:</p> <p>A JORNALISTA QUE VIROU NOTÍCIA EM TODO O BRASIL.//</p> <p>SOBE SOM - DE TRILHA IMPACTANTE</p> <p>SONORA MICHELE - (AS PESSOAS COMEÇARAM A MANDAR MENSAGEM - LOGO APÓS SER MANDADA EMBORA)</p> <p>TRANSIÇÃO Ana passagem 1</p> <p>VOCÊ ESTÁ FELIZ COM SEU CORPO? / E QUANDO VOCÊ OLHA NO ESPELHO, ESTÁ FELIZ COM A SUA IMAGEM?</p> <p>//</p> <p>ROLAR O FEED E DAR DE CARA COM CORPOS ESBELTOS, CINTURAS FINAS, ABDOMENS TRINCADOS ...</p> <p>//</p> <p>MAS VOCÊ JÁ SE PERGUNTOU SE ESSA É A REALIDADE QUE VOCÊ COSTUMA VER NO SEU DIA A DIA?</p> <p>Passagem 2</p> <p>ATÉ ALGUM TEMPO ATRÁS, ERAM AS CAPAS DE REVISTAS QUE DITAVAM OS</p>

<p>Ana no switcher de um Tv</p>	<p>PADRÕES DE BELEZA. SEMPRE COM MULHERES MAGRAS, EM REFLEXO AO QUE SEMPRE SE VIU NAS PASSARELAS DE MODA. //</p>
<p>CORTE CÂMERA</p>	<p>Passagem 3</p> <p>HOJE, SÃO AS REDES SOCIAIS QUE EXERCEM O PAPEL DE INFLUÊNCIA DIRETA NA VIDA DAS PESSOAS.</p>
<p>Ana no estúdio de TV</p>	<p>ASSIM COMO NA INTERNET, ESSAS REFERÊNCIAS DE BELEZA SE ESTENDEM PARA OS PROGRAMAS DE TELEVISÃO/ NA FICÇÃO, AS PROTAGONISTAS DAS NOVELAS, COSTUMAM SER MULHERES MAGRAS DENTRO DESSE TAL PADRÃO DE BELEZA. / MAS QUANDO O ASSUNTO É INFORMAÇÃO, PARECE QUE O TAL PADRÃO SE REPETE. / A GENTE NEM PRECISA SE ESFORÇAR MUITO PRA FAZER ESSA ANÁLISE, QUER VER SÓ?</p>
<p>(TRECHO DE OFF COBERTO COM FOTOS)</p>	<p>OFF 2</p> <p>PATRÍCIA POETA, MONALISA PERRONE, RENATA VASCONCELOS, MARIANA GODOY, FÁTIMA BERNARDES, AMANDA KLEIN, CAROLINA FERRAZ, POLIANA ABRITA, RENATA FAN</p>
<p>Ana no estúdio de TV</p>	<p>PASSAGEM 4</p> <p>NESSA LISTA TEM GLOBO, RECORD, BAND, REDETV, CNN BRASIL... EXEMPLOS DE PROFISSIONAIS DE SUCESSO DO JORNALISMO. / EM COMUM, TODAS ELAS ESTÃO NO QUE CHAMA DE “PADRÃO DE BELEZA” DA TV BRASILEIRA. / E EU PERGUNTO: VOCÊ SE SENTE REPRESENTADA POR ESSE “PADRÃO”? //</p>
<p>CORTE CÂMERA</p>	<p>Passagem 5</p>

<p>Ana em frente ao computador fazendo pesquisas e falando o texto</p> <p>GC -ANA VITÓRIA CAXIAS</p> <p>ESTUDANTE DE JORNALISMO</p> <p>VINHETA!</p> <p>SONORA ZOOM- GC: MICHELLE SAMPAIO- JORNALISTA</p> <p>Sonora Zoom</p> <p>Ana em frente do computador chamando a sonora</p>	<p>EU DECIDI LEVANTAR ESSA DISCUSSÃO E FUI EM BUSCA DA OPINIÃO DE ESPECIALISTAS NO ASSUNTO E DE PROFISSIONAIS DO JORNALISMO. / AFINAL, POR QUE EXIGIR QUE JORNALISTAS TENHAM UM PADRÃO DE BELEZA NO ESTILO DAS MODELOS?</p> <p>QUERO TE CONVIDAR PARA EMBARCAR COMIGO NESSA WEBSÉRIE DIVIDIDA EM 4 EPISÓDIOS SOBRE “O PESO DO PADRÃO” //</p> <p>VINHETA!</p> <p>OFF 3 ELA ESTAVA NO MOMENTO DE MAIOR REALIZAÇÃO PROFISSIONAL E PESSOAL. TINHA VOLTADO DA LICENÇA MATERNIDADE, QUANDO FOI COLOCADA CONTRA A PAREDE. //</p> <p>SONORA MICHELE - TRECHO QUE FALA QUE APRESENTOU SEXTA E SÁBADO E NA SEGUNDA FOI CHAMADA PARA DIZER QUE ELA TERIA QUE EMAGRECER PARA PODER VOLTAR AO VÍDEO</p> <p>OFF 4 MICHELE SAMPAIO ERA APRESENTADORA DO HORÁRIO NOBRE DE UMA AFILIADA DA TV GLOBO QUE COBRE A REGIÃO DO VALE DO PARAÍBA, INTERIOR DE SÃO PAULO. / NAQUELE ANO, COMPLETARIA 16 ANOS DE CASA. //</p> <p>SONORA MICHELE SAMPAIO</p> <p>PASSAGEM 6 QUE BOM SERIA SE FOSSE UM CASO ISOLADO. / MAS A MICHELE NÃO ESTÁ SOZINHA NESSA. / EU CONVERSEI COM UMA AMIGA DELA, QUE TAMBÉM FOI</p>
--	--

<p>SONORA ZOOM- GC AMANDA COSTA- JORNALISTA</p>	<p>APRESENTADORA NA MESMA EMISSORA, MAS CONTA QUE NÃO CHEGOU A PASSAR POR ESSE TIPO DE SITUAÇÃO RELACIONADA AO PESO NESSA EMPRESA, MAS ELA PASSOU POR COISAS PARECIDAS. TEVE OUTRAS SITUAÇÕES SEMELHANTES QUE PASSOU EM OUTRAS EMISSORAS. //</p>
<p>Ana no zoom chamando a entrevista da Silvia</p>	<p>SONORA AMANDA (PRIMEIRA SITUAÇÃO COM O PESO)</p>
<p>SONORA ZOOM- GC SILVIA POPPOVIC- JORNALISTA</p>	<p>PASSAGEM ZOOM</p> <p>TODOS NÓS CONHECEMOS GRANDES NOMES DO JORNALISMO FEMINIO, MAS HOJE EU VOU DESTACAR UMA DELAS, DA SILVIA POPPOVIC.ELA FOI UMA APRESENTADORA DE GRANDE SUCESSO NA TV BRASILEIRA, SENDO ASSUMIDAMENTE GORDA. EU BATI UM PAPO COM ELA, SILVIA POPPOVIC. //</p>
<p>clipe de imagens</p>	<p>SONORA SILVIA POPPOVIC (TRECHO DE 12:57 A 13:14)</p>
	<p>TRANSIÇÃO</p> <p>OFF JÁJÁ E NO PRÓXIMO EPISÓDIO VOCÊ VAI VER: 1) SILVIA POPPOVIC CONTA COMO ENFRENTOU LEÕES NOS BASTIDORES 2) E O QUE ESPECIALISTAS EM SAÚDE MENTAL ACHAM DISSO - TRECHO SOBE SOM CURTO 3) E A HASHTAG QUE A AMANDA COSTA CRIOU PARA O CASO DA MICHELE SAMPAIO: TRECHO CURTO SOBE SOM SONORA AMANDA TRECHO DE 18:20 A 18:27</p> <p>FINALIZA COM VINHETA</p>

EPISÓDIO 2- COMPETÊNCIA NÃO SE PESA

VÍDEO	ÁUDIO
<p>OFF coberto com sonoras sem áudio só o vídeo</p> <p>VINHETA!</p> <p>SONORA ZOOM- GC- SILVIA POPPOVIC -JORNALISTA</p> <p>ANA EM FUNDO BRANCO E DEPOIS NO ESPELHO FAZENDO UM QUESTIONAMENTO</p>	<p>no episódio anterior.... JORNALISTA QUE VIROU NOTÍCIA EM TODO O BRASIL POR ESTAR ACIMA DO PESO, AMANDA COSTA RELATA O CORTE DE CABELO QUE TEVE QUE FAZER PARA SER REPÓRTER E SILVIA POPPOVIC QUEBRANDO PARADIGMAS E DESAFIANDO TODOS OS PADRÕES. (GRAVADO POR GABRIEL GRACIANO)</p> <p>VINHETA!</p> <p>OFF1</p> <p>SILVIA POPPOVIC COMEÇOU A CARREIRA NA TV TUPI, PASSOU PELA GLOBO E FICOU CONHECIDA NACIONALMENTE NO SBT. NO VÍDEO ERA ACLAMADA POR SUA COMPETÊNCIA E DESENVOLTURA, NO BASTIDOR, ENFRENTAVA LEÕES.</p> <p>SONORA SILVIA POPPOVIC</p> <p>PASSAGEM 1</p> <p>**COMEÇA FUNDO BRANCO ***HOJE EM DIA TEMOS MUITA A EXIGÊNCIA DO CORPO PERFEITO, ** TERMINA OLHANDO PRO ESPELHO*** MAS QUE MALEFÍCIOS ISSO PODE TRAZER?"</p> <p>OFF 2: MICHELLE E AMANDA RECONHECEM QUE VIVERAM UM DRAMA NA VIDA PROFISSIONAL: O PESO! SENTIRAM NA BALANÇA A PRESSÃO DA IMPOSIÇÃO POR UMA APARÊNCIA MAGRA EM MUITAS FASES DA CARREIRA. /</p>

<p>SONORA ZOOM- GC MICHELLE SAMPAIO-JORNALISTA</p> <p>SONORA ZOOM- GC- AMANDA COSTA- JORNALISTA</p> <p>ANA DENTRO DO ESTÚDIO ANDANDO EM FRENTE ÀS CÂMERAS</p> <p>SONORA ZOOM-</p> <p>VÍDEO POST INSTAGRAM MICHELLE SAMPAIO</p>	<p>SONORA MICHELE (PRIMEIRA SITUAÇÃO COM O PESO) TRECHO 10-43 Á 11:29</p> <p>SONORA AMANDA (PRIMEIRA SITUAÇÃO COM O PESO / FALANDO QUE COLOCAVAM MANEQUIM MENOR PRA ELA) TRECHOS DE 06:40 A 06:55 - TRECHO DE 09:04 Á 09:55</p> <p>PASSAGEM 2 AS MULHERES GERALMENTE PRECISAVAM SE ENCAIXAR NO PERFIL: MULHER MAGRA, BRANCA, COM CABELOS LISOS. E NÃO ERA SÓ ISSO, O CONTEÚDO TAMBÉM ERA DIFERENTE. AS MULHERES NÃO PODIAM FALAR DE CERTOS ASSUNTOS NA TV</p> <p>SONORA SILVIA POPPOVIC</p> <p>OFF 3 A CULTURA QUE NORMALIZOU A COBRANÇA POR UM CORPO MAGRO NA TV, FEZ COM QUE PADRÕES DE BELEZA FOSSEM EXIGIDOS E ATÉ MESMO DEMISSÕES FOSSEM REALIZADAS.</p> <p>OFF: <i>“Foram 16 anos de trabalho na TV, mas hoje encerro esse ciclo. Foram 14 anos priorizando o trabalho, mas desde a chegada da minha filhinha, ela virou minha prioridade número um de vida, de tempo e de dedicação.</i></p>
--	---

<p>SONORA ZOOM</p>	<p><i>Nesses últimos dois anos, por estar acima do peso, fiquei um bom tempo trabalhando nos bastidores, cheguei a emagrecer um pouco, voltar pra reportagem e apresentação do jornal, mas saí do “vídeo” novamente pq nunca de fato voltei ao peso antes da gravidez, que foi o pedido da emissora.”</i></p> <p>SONORA DA MICHELE FALANDO DA POSTAGEM</p> <p>OFF4:</p> <p>QUEM VIVEU A REALIDADE SABE O QUANTO DÓI. ESSE SENTIMENTO MOBILIZOU COLEGAS DE TRABALHO E ADMIRADORES. O QUE ERA PARA SER UM DESABAFO, SE TRANSFORMOU EM UM MOVIMENTO. A HASHTAG #COMPETENCIANÃOSEPESA</p> <p>SONORA AMANDA COSTA FALANDO DO COMENTÁRIO DO POST</p>
<p>SONORA ZOOM</p> <p>PASSAGEM ANAV NO ZOOM</p>	<p>PASSAGEM ZOOM</p> <p>A EXIGÊNCIA SEMPRE VINHA DE QUEM FAZIA PARTE DA DIREÇÃO DAS EMISSORAS, UMA COBRANÇA POR DIMINUIR UM POUCO O MANEQUIM, EMAGRECER UM POUCO E ATÉ MESMO CORTAR O CABELO MAIS CURTO. MAS COMO SERÁ QUE ESSAS COBRANÇAS ERAM FEITAS. EU CONVERSEI COM DENISE SOBRINHO, QUE FEZ PARTE DA CHEFIA DE JORNALISMO DE UMA DAS MAIORES EMISSORAS DE TELEVISÃO</p>
<p>SONORA ZOOM- GC DENISE SOBRINHO- JORNALISTA/EDITORIA CHEFE DA REDAÇÃO</p>	<p>SONORA DENISE SOBRINHO</p>

<p>clipe de imagens</p>	<p>TRANSIÇÃO</p> <p>OFF: JÁJÁ E NO PRÓXIMO EPISÓDIO VOCÊ VAI VER: 1) DENISE SOBRINHO CONTA SEUS MAIORES DESAFIOS COMO CHEFE DE REDAÇÃO 2) E O QUE ESPECIALISTAS DIZEM SOBRE ESSA COBRANÇA EXCESSIVA PELO CORPO PERFEITO 3) E A INCLUSÃO DA TV QUE ANTES NÃO HAVIA TRECHO CURTO SOBE SOM SILVIA FALANDO QUE AGORA A TV INCLUI TODO MUNDO TRECHO 16:04 Á 16:25</p> <p>FINALIZA COM VINHETA</p>
-------------------------	---

EPISÓDIO 3- AS PEÇAS SE ENCAIXAM

ÁUDIO	VÍDEO
<p>OFF coberto com sonoras sem áudio só o vídeo</p> <p>VINHETA!</p> <p>ANA NO ESTÚDIO DE TV COM A CAMÊRA NA LATERAL</p>	<p>no episódio anterior..... MICHELE SAMPAIO RELATA O DRAMA QUE PASSOU COM A SUA DEMISSÃO POR CONTA DO PESO E O APOIO QUE TEVE DE SEUS FÃS E AMIGOS, AMANDA COSTA VAI A REDE SOCIAL PARA AJUDAR A AMIGA E DENISE SOBRINHO CONTA COMO FUNCIONAVA AS COBRANÇAS QUANDO ELA ERA DA CHEFIA. (GRAVADO POR GABRIEL GRACIANO)</p> <p>VINHETA!</p> <p>PASSAGEM</p> <p>CADA VEZ MAIS MULHERES AVANÇAM EM ESPAÇOS PROFISSIONAIS QUE, ANTES, ERAM PRINCIPALMENTE MASCULINOS. HOJE, TEMOS GRANDES JORNALISTAS ESPECIALISTAS EM POLÍTICA, ECONOMIA E GRANDES CHEFIAS FEMININAS</p>

<p>SONORA ZOOM- GC DENISE SOBRINHO- JORNALISTA/EDITORIA CHEFE DA REDAÇÃO</p> <p>CLÍPE DE IMAGENS DE DIVERSOS REPÓRTERES ENTRANDO AO VIVO</p> <p>sonora zoom</p> <p>UM POUCO DE IMAGEM DE DENISE TRABALHANDO E DEPOIS JÁ APARECE ELA FALANDO NO ZOOM OU IMAGENS DE APOIO</p>	<p>OFF1: DENISE SOBRINHO É JORNALISTA E NASCEU NO RIO DE JANEIRO. INGRESSOU NA GLOBO NO INÍCIO DA DÉCADA DE 1980. FOI EDITORA DE TELEJORNALIS, DO GLOBO REPÓRTER E CHEFE DE REDAÇÃO EM SÃO PAULO. SUA CARREIRA É VASTA DENTRO DA PROFISSÃO, PORÉM TAMBÉM SOFREU COBRANÇAS QUANDO COMEÇOU</p> <p>SONORA DENISE FALANDO DO SEU COMEÇO E DAS COBRANÇAS QUE TEVE NO INÍCIO (TRECHO DE 0:11 Á 1:40)</p> <p>OFF2:</p> <p>EM UMA ENTRADA AO VIVO, A INFORMAÇÃO SEMPRE É O IMPORTANTE, POR ISSO CHEFIAS RESSALTAM ISSO SEMPRE, DE QUE O JORNALISTA NÃO PODE CHAMAR A ATENÇÃO</p> <p>SONORA DENISE FALANDO SOBRE ELA OUVIR FALAR NA GLOBO QUE REPÓRTER TINHA QUE TER CABELO CURTO, E USAR CORES NEUTRAS (trecho de 02:25 a 03:04 + 03:30 á 03:34)</p> <p>OFF3 DENISE ACREDITA, QUE COM O PASSAR DOS ANOS, PADRÕES DIFERENTES ENTRARAM NA MÍDIA. A DIVERSIDADE DE RAÇA, DE GÊNERO, DE CORPO E DE VOZES FOI INCLUÍDA, PORÉM, MUITAS ACEITAÇÕES AINDA DEVEM ACONTECER</p> <p>SONORA DENISE (trecho de 22:05 á 33:38 + 24:21 +25:08)</p>
---	--

<p>sonora zoom</p> <p>ANA PELO ZOOM FAZENDO O TEXTO</p> <p>SONORA ZOOM- GC- SARA VIEIRA -PSICÓLOGA</p> <p>SUGESTÃO DE IMAGEM: CLIPE DE IMAGENS COM MULHERES FORA DOS PADRÕES NA APRESENTAÇÃO</p> <p>SONORA ZOOM- GC- AMANDA COSTA- JORNALISTA SONORA ZOOM</p>	<p>PASSAGEM ZOOM</p> <p>UMA COBRANÇA MUITO CONSTANTE DE UM PADRÃO QUE NÃO CONSEGUE SER ATINGIDO PODE TRAZER ALGUNS DANOS PARA A SAÚDE MENTAL, EU CONVERSEI COM A PSICÓLOGA SOBRE ESSE ASSUNTO PARA ENTENDER QUAIS OS DANOS DESSA COBRANÇA</p> <p>SONORA SARA FALANDO SOBRE OS PREJUÍZOS MENTAIS DESSA COBRANÇA (TRECHO DE 05:30 Á 06:33)</p> <p>OFF4:</p> <p>COM PASSOS LARGOS E COM O MUNDO COM IDEIAS MAIS ABERTAS, A INCLUSÃO É ENCAIXADA NA NOSSA TELINHA E NOS CANAIS DE TV</p> <p>SONORA AMANDA COSTA FALANDO SOBRE A INCLUSÃO E O TOKENISMO (TRECHO DE 11:32 Á 13:05)</p> <p>OFF5</p> <p>A COMPARAÇÃO E A PADRONIZAÇÃO DE BELEZA ENTRE PESSOAS E MULHERES EXISTE, E A MÍDIA NOS PROPORCIONA ISSO.COM OS MOVIMENTOS E A PASSAGEM DE UM CICLO, A MÍDIA VÊM NOS AJUDANDO TAMBÉM A QUEBRAR ESSA PADRONIZAÇÃO</p> <p>ENTRA SONORA SARA FALANDO SOBRE A MÍDIA AJUDANDO A QUEBRAR PADRÕES E EVOLUÇÃO DO SER HUMANO (TRECHO DE 02:26 Á 03:04)</p>
---	---

<p style="text-align: center;">SONORA ZOOM- GC- SILVIA POPPOVIC- JORNALISTA</p> <p style="text-align: center;">sugestão de Imagem: cobrir com imagens do zoom mesmo mostrando a Denise falando sem áudio SONORA ZOOM</p>	<p>OFF6: SILVIA POPPOVIC EXPLICA QUE AS PESSOAS TAMBÉM NÃO DEVERIAM SER CONTRATADAS SÓ PARA OCUPAR UMA META DE INCLUSÃO.PARA ELA,A MENTALIDADE DOS GESTORES E DO MERCADO É QUE TEM QUE MUDAR. A POSIÇÃO DE UM PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO DEVE ACONTECER PELO QUE A PESSOA TEM A OFERECER NO TRABALHO. //</p> <p>SONORA SILVIA POPPOVIC FALANDO QUE AGORA A TV TEM DE TUDO (TRECHO DE 16:05 Á 16:44)</p> <p>OFF7: DENISE SOBRINHO CONSIDERA QUE O RECONHECIMENTO PROFISSIONAL DE UM JORNALISTA DEVE ACONTECER PELO QUE ELE FAZ DE MELHOR NÃO PELO SEU ESTEREÓTIPO</p> <p>SONORA DENISE FALANDO SOBRE A VALORIZAÇÃO DO JORNALISTA, DE JORNALISTA SABER FAZER DE TUDO (TRECHO 2- 01:20 Á 02:17 + 02:50 Á 03:10)</p> <p>OFF8</p> <p>CONSCIÊNCIA E ENTENDIMENTO DE QUE VOCÊ NÃO PRECISA TER O CORPO PERFEITO TAMBÉM É ALGO QUE PRECISA ESTAR CLARO PARA OS TELESPECTADORES. A ESPECIALISTA VANESSA PRASS NOS COLOCA A ENTENDER QUE QUANTO MAIS PESSOAS DIFERENTES, VEMOS MAIS NOS COLOCAMOS PERTO DA REALIDADE</p>
--	---

<p>SONORA ZOOM GC- VANESSA PRASS- Biomédica pós-graduada em Neurociências e comportamento</p> <p>sugestão de imagem: cobrir com imagens do zoom mesmo mostrando a Sara falando sem áudio</p>	<p>SONORA VANESSA PRASS FALANDO SOBRE AS PESSOAS SEREM DIFERENTES (TRECHO 09:29 À 09:49+10:24 À 10:31)</p> <p>OFF9: A PSICÓLOGA SARA VIEIRA DESTACA QUE AUTOCONHECIMENTO PESSOAL VAI NOS AJUDAR A NÃO SE ABALAR SOBRE O QUE AS PESSOAS DIZEM SOBRE NÓS. E QUE SEMPRE DEVEMOS FAZER NOSSA AUTO COMPARAÇÃO</p>
<p>SONORA ZOOM</p> <p>sugestão de imagem: cobrir com imagens de repórteres e apresentadores com perfis “diferentes”</p>	<p>SONORA SARA FALANDO SOBRE AUTOCONHECIMENTO E SABER SE AUTO COMPARAR E SE ACEITAR (TRECHO DE 10:55 À 11:45 + 12:10 À 12:16)</p> <p>OFF10 DENISE SOBRINHO ACREDITA QUE A TV É UM LUGAR DE INCLUSÃO, QUE O PÚBLICO HOJE EM DIA QUER CONHECER MAIS DE QUEM PASSA A INFORMAÇÃO E QUE A REALIDADE DE HOJE EM DIA PEDE PESSOAS DIFERENTES NAS TELAS PARA PODER CONQUISTAR AS NOVAS GERAÇÕES</p>
<p>SONORA ZOOM</p> <p>sugestão de imagem: cobrir com imagens do zoom mesmo mostrando a Vanessa falando sem áudio</p>	<p>DENISE FALANDO DA TV E CONQUISTAR NOVAS GERAÇÕES (TRECHO DE 09:29 À 10:55 + 11:38 À 11:53)</p> <p>OFF11 A MUDANÇA SEMPRE ACONTECE E PASSA A TER SEU PADRÃO TROCADO DE ANO EM ANO E ASSIM AS PESSOAS VÃO SE ADEQUANDO A NOVOS PADRÕES</p>
<p>SONORA ZOOM</p>	<p>SONORA VANESSA SOBRE AS PESSOAS SE ADEQUANDO AOS NOVOS PADRÕES (TRECHO DE 1:44 À 02:20)</p> <p>TRANSIÇÃO</p> <p>OFFJÁJÁ</p>

clipe de imagens	<p>NO PRÓXIMO EPISÓDIO VOCÊ VAI VER.....</p> <p>1 DENISE SOBRINHO COLOCA QUE GERAÇÕES QUEREM NOVOS PADRÕES</p> <p>2 SILVIA POPPOVIC ENFATIZA SOBRE DIVERSIDADE NO JORNALISMO</p> <p>3 E AMANDA COSTA E MICHELE SAMPAIO DÃO DICAS PARA QUEM ESTÁ ENTRANDO NA ÁREA TRECHO CURTO SOBE SOM MICHELE SAMPAIO FALANDO “FAÇA O QUE VOCÊ TEM VONTADE DE FAZER”</p> <p>trecho patr. 2 da conversa de 23:01 à 23:07)</p> <p>ENCERRA COM A VINHETA</p>
------------------	--

EPISÓDIO 4- A mudança

ÁUDIO	VÍDEO
<p>OFF coberto com sonoras sem áudio só o vídeo</p> <p>VINHETA</p>	<p>no episódio anterior.... DENISE SOBRINHO RESSALTA A VALORIZAÇÃO DO JORNALISTA; VANESSA PRASS FALANDO SOBRE AS PESSOAS SEREM DIFERENTES E SILVIA POPPOVIC COLOCANDO QUE A TV AGORA ESTÁ MAIS INCLUSIVA (GRAVADO POR GABRIEL GRACIANO)</p> <p>VINHETA</p> <p>PASSAGEM</p> <p>DESDE OS PRIMÓRDIOS, MULHERES TÊM QUE SE ADEQUAR A UM PADRÃO PARA ESTAR NO TELEJORNALISMO.HÁ TODO</p>

<p>Ana no estúdio de Tv</p> <p>sugestão de imagens: cobrir com ela falando no zoom só quem sem áudio</p> <p>SONORA ZOOM- GC- SILVIA POPPOVIC - JORNALISTA</p> <p>passagem em movimento Ana caminhando no estúdio de Tv</p> <p>SONORA ZOOM- GC-AMANDA COSTA -JORNALISTA</p>	<p>MOMENTO SOMOS DIRECIONADAS A SEGUIR UM MODELO DE PADRÃO. HOJE EM DIA ISSO VEM SE MOLDANDO E NOVOS PADRÕES VEM SENDO ACEITOS NA TELEVISÃO BRASILEIRA</p> <p>OFF</p> <p>SILVIA POPPOVIC RESSALTA QUE A PRESSÃO POR BELEZA AINDA EXISTE, PORÉM, A DIVERSIDADE SE TORNOU EXIGÊNCIA DO PÚBLICO E UMA FORMA DE QUEM ASSISTE TV SE IDENTIFICAR.</p> <p>SONORA SILVIA FALANDO SOBRE O JOVEM BUSCAR O QUE TEM DE TALENTO (TRECHO 16:20 ÀS 17:19)</p> <p>PASSAGEM</p> <p>NOS ÚLTIMOS ANOS, A SOCIEDADE TEM ACOMPANHADO A MUDANÇA DENTRO DOS TELEJORNAIS, O DISCURSO POR DIVERSIDADE ESTÁ CADA VEZ MAIS PRESENTE NO NOSSO COTIDIANO</p> <p>OFF</p> <p>AMANDA COSTA ACREDITA QUE AS CONVERSAS SOBRE NOVOS PADRÕES ESTÃO EM PAUTA NA SOCIEDADE, E O REFORÇO QUE MAIS IMPORTANTE QUE A NOSSA APARÊNCIA É NOSSO CONHECIMENTO E PROFISSIONALISMO,</p> <p>AMANDA COSTA FALANDO SOBRE A CONTRIBUIÇÃO DO JORNALISTA PARA A SOCIEDADE +DICAS QUE ELA DÁ PARA QUEM ESTÁ ENTRANDO NA PROFISSÃO (TRECHO DE 18:31 Á 19:02 +25:52 Á 26:01 +26:19+26:50)</p> <p>OFF: JÁ DENISE SOBRINHO ACREDITA QUE A TV É UM LUGAR DE INCLUSÃO, QUE O</p>
--	--

<p>SONORA ZOOM- GC DENISE SOBRINHO- JORNALISTA/EDITORIA CHEFE DA REDAÇÃO</p>	<p>PÚBLICO HOJE EM DIA QUER CONHECER MAIS DE QUEM PASSA A INFORMAÇÃO E QUE A REALIDADE DE HOJE EM DIA PEDE PESSOAS DIFERENTES NAS TELAS PARA PODER CONQUISTAR AS NOVAS GERAÇÕES</p> <p>DENISE FALANDO DA TV E DOS STREAMINGS E CONQUISTANDO AS NOVAS GERAÇÕES DE QUERER NOVOS PADRÕES DENTRO DA TV (TRECHO DE 25:32 Á 26:20)</p>
<p>SONORA ZOOM- GC MICHELLE SAMPAIO- JORNALISTA</p>	<p>OFF</p> <p>O AVANÇO DA INTERNET, POSSIBILITOU MUITA COISA. A CONECTIVIDADE FAZ PARTE DA VIDA DAS PESSOAS, MICHELLE SAMPAIO COLOCA QUE ESSE PROGRESSO TROUXE NOVOS ESPAÇOS, ONDE AS OPORTUNIDADES SÃO MUITO MAIORES, ONDE MESMO ESTANDO FORA DOS PADRÕES QUE UMA TV EXIGE, VOCÊ TEM A OPORTUNIDADE DE SE APRESENTAR NO VÍDEO SEM MEDO.</p>
<p>SONORA ZOOM</p>	<p>SONORA MICHELE SOBRE A INTERNET INCLUIR TODOS (TRECHO DE 23:34 Á 24:06)</p> <p>OFF</p> <p>O NÍVEL DO DESAFIO SÓ VAI AUMENTAR! A GRANDE DICA É PERSISTA EM SEUS OBJETIVOS MESMO NÃO ESTANDO DENTRO DOS PADRÕES DESEJÁVEIS.</p>
<p>PARA A FRASE SUGESTÃO- CONFORME A LEITURA O TEXTO APARECE NA TELA</p>	<p>SONORA MICHELE DICAS PARA QUEM ESTÁ ENTRANDO AGORA NA ÁREA E TERMINA COM A MICHELE FINALIZANDO DIZENDO “MESMO NÃO ESTANDO DENTRO DO PADRÃO DA TV, FAÇA O QUE VOCÊ TEM VONTADE DE FAZER” TRECHO 23:02 Á 23:16+25:17 Á 25:17 Á 25:38 +27:17 Á 27:43) (FINALIZAÇÃO TRECHO DE 23:03 Á :23:07)</p>

<p>UM VIDEOZINHO DE NO MÁXIMO 30 SEGUNDOS COM UM COMPILADO DE IMAGENS DE TODOS OS EPISÓDIOS</p> <p>NESSE TRECHO PODE COLOCAR TRILHA SE PUDER</p> <p>TRILHA DE FINAL</p>	<p>“A verdadeira beleza das pessoas não está em seus números de maquiagem, peso ou maquiagem, está em sua essência, no olhar, no sorriso, nas curvas generosas de seu corpo, no conjunto-da-obra, em sentir-se bem consigo própria, com os outros e o mundo, simples assim.” FRASE DE <u>ROBERTO JOSÉ FARIA DE GUSMÃO</u>.</p> <p>A SÉRIE DE EPISÓDIOS SOBRE O PESO DO PADRÃO TERMINA AQUI. SE ESSE É SEU PRIMEIRO EPISÓDIO TE ACONSELHO A ASSISTIR OS OUTROS TRÊS NA ORDEM. ESSA PRODUÇÃO É RESULTADO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA, EU SOU ANA VITÓRIA CAXIAS PRODUTORA E IDEALIZADORA DESSA WEBSÉRIE E SÓ CONSEGUI SER A PONTE DESSAS HISTÓRIAS PELA CONFIANÇA DE TODOS E PELA ORIENTAÇÃO DE BÁRBARA VIANNA E GABRIEL GRACIANO.</p> <p>MUITO OBRIGADA POR ME ASSISTIR E ATÉ MAIS</p> <p>TRILHA DE FINAL https://www.youtube.com/watch?v=TboWOSW7qCl DE 1:23 Á 1:40</p>
---	--

4.3 Público-Alvo

O desfecho desta pesquisa será uma websérie na plataforma Youtube, com mulheres do ramo jornalístico. Segundo dados da estratégia de marketing do Google de março de 2017, onde o público-alvo que inclui mulheres de faixa etária de 18 a 34 anos, são as mulheres que mais consomem conteúdo de moda & beleza na plataforma

O que as mulheres assistem no YouTube vai muito além dos universos de beleza e maternidade: empreendedorismo, educação e empoderamento são assuntos que, cada vez mais, despertam seu interesse e prendem sua atenção. {...} Pesquisas realizadas nos EUA mostram que as mulheres entre 18 e 34 anos estão duas vezes mais inclinadas a formar uma imagem positiva de uma marca com discurso de empoderamento e 80% mais inclinadas a se

engajar com o conteúdo e se cadastrar nos canais com esse tipo de mensagem{..} (Estratégia de Marketing Google.2017)

Uma pesquisa divulgada em 2014 pela Casa do Adolescente,¹ da Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo, mostrou que 85% afirmaram acreditar que existe um padrão de beleza socialmente imposto, 46% disseram que mulheres magras são mais felizes e 55% gostariam que fosse possível acordar magras.

Um estudo realizado pela Dove em 2016, "Há uma Beleza nada Convencional",² trouxe dados de como as mulheres se relacionam com sua própria imagem. A pesquisa entrevistou 4 mil mulheres com idades entre 18 e 64 anos e 2.800 meninas de 10 a 17 anos (INFOGRAM, 2016). A exploração mostrou que:

- 82% das brasileiras gostariam que a mídia retratasse mulheres de diferentes tipos físicos, além de idade e raça.
- 63% das mulheres e 57% das garotas brasileiras acreditam que, para serem bem-sucedidas na vida, elas precisam estar enquadradas em determinado tipo de aparência.
- 71% das mulheres se sentem pressionadas para serem perfeitas e boas em tudo que fazem”, também levantados pela pesquisa da Dove

Machado (2018), citando Flávia Magalhães Novais, pesquisadora e integrante do Núcleo de Pesquisa em Sexualidade e Relações de Gênero (NUPSEX/UFRGS), aponta pontos importantes sobre a pressão estética que as mulheres passam:

nós, como mulheres, passamos a vida inteira ouvindo ‘cuidado que tu vais ficar gorda’ – ficar *gorda* é a pior punição que pode acontecer na vida de uma pessoa. E quando tu és uma pessoa gorda, tu és uma pessoa gorda e ponto. Tu és reduzida a isso (MACHADO, 2018, online).

A pressão estética é tão infame que pune quem foge. De acordo com Machado (2018), até mesmo o tom de pele

¹ Pesquisa Casa do Adolescente da Secretaria de Estado de Saúde de São Paulo. 2014. Distúrbio alimentar ameaça 77% das jovens. <https://sindhosp.org.br/disturbio-alimentar-ameaca-77-das-jovens-de-sp/>

² Estudo realizado pela Dove em 2016. <https://infogram.com/estudo-ha-uma-beleza-nada-convencional-1hxr4zgpndo2yo>. Acesso em: 9/05/2022

pele branco – em um país composto por mais de 50% de uma população não-branca (de acordo com o censo de 2014 feito pelo IBGE), o ideal de beleza é justamente aquele que é contradiz a grande maioria: pele branca, cabelo loiro e olhos claros (MACHADO, 2018, online).

Para Machado (2018), refletir sobre o impacto da pressão estética é o primeiro passo para desconstruir padrões alimentados há anos pela mídia e pela indústria da moda.

Para Ciriaco (2017), em um relatório no YouTube Insights³, analisando as categorias Games, Gastronomia, Música e Moda & Beleza, o estudo leva em conta a modalidade Futebol e contou com pesquisa inédita realizada com 5.450 pessoas das classes A, B e C dos principais centros do país. Para a pesquisa do Youtube do ano de 2017, ao todo, 76% dos brasileiros conectados consomem moda, beleza e estilo de vida na plataforma da Google, com 69% desse público composto por jovens entre 18 e 34 anos. 85% dos consumidores que acompanham Moda & Beleza no YouTube acreditam que a beleza vem de dentro. Em 2016, esse número era de 79%.

4.4 Viabilidade

4.4.1 Orçamento

Para que este projeto seja construído com embasamento, foi necessário um investimento de tempo e dinheiro, começando pelos livros de estudo que, ao todo, custaram cerca de R\$:136,00 reais em seis unidades. Para execução da gravação do produto da websérie foi gasto cerca de R\$:4.000, já para finalização com edição dos episódios, foi gasto R\$:800,00.

Quadro 1 – Orçamento

(Continuação...)

O que gastou?	Quantidade	Qual Valor	Como foi pago

³ Publicação que reúne dados de algumas das principais categorias do site a fim de oferecer matéria-prima para o planejamento de agências e marcas

Livro- A ditadura da beleza e a revolução das mulheres - Augusto Cury	1	R\$20,90	Cartão de Débito
Livro- A Beleza Impossível - Rachel Moreno	1	R\$19.90	Cartão de Crédito
Livro-O mito da beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres-Naomi Wolf	1	R\$34,80	Cartão de Crédito
Livro-Sejamos todos feministas- Chimamanda Ngozi Adichie	1	R\$21,80	Cartão de débito
Livro-A Imagem da Mulher na Mídia. Controle Social Comparado -Rachel Moreno	1	R\$28,40	Cartão de Crédito
Microfone lapela Lavalier MicroPhone	1	R\$:10,00	Cartão de Débito
Ipad air 2-versão 2014	1	R\$:2.249,10	Cartão de Crédito
Galaxy A71	1	R\$:1.799.99	Cartão de Crédito

Quadro 1 -Orçamento

(conclusão...)

Editor de vídeo (para 4 episódios)	1	R\$:800.00	Á vista via Pix
TOTAL:	R\$:	R\$:4.995,09	Pix, cartão de débito e crédito

4.5 Finalização (Pós-Produção):

A edição dos vídeos foi feita com ajuda do editor de vídeo João Felipe Maranhão. Para trazer ritmo e modernidade, foi utilizada uma trilha que combinasse com os episódios que foi escolhida pela aluna. Para algumas sonoridades, foi utilizado alguns truques de transição, além de uma vinheta animada e com trilha para deixar o trecho de abertura e finalização mais impactantes, a vinheta foi usada no início e final de cada vídeo para mostrar que o assunto foi finalizado, porém viria um outro episódio em seguida com tema ligado ao anterior. Os episódios ficaram com cerca de 5 a 7 minutos conforme a autora Barcellos (2017, p. 21), “a duração ideal de uma websérie depende da atenção do espectador ao vídeo, geralmente varia de 3 a 10 minutos”. O título dos episódios foi escolhido trazendo relação com o que se passaria dentro do conteúdo, tentando deixar as pessoas mais familiarizadas e interessadas em assistir.

Todos os episódios foram concluídos 10 dias antes da entrega final deste trabalho, proporcionando espaço e tempo para a publicação e divulgação desta websérie. Os episódios serão exibidos sábado, domingo, segunda e terça às 18h, com o episódio final no dia 8 de novembro, data idealizada pela autora para publicar todos os episódios no Youtube e ter repercussão. No Instagram criado pela autora, @opeso_dopadrao, minutos antes da publicação dos episódios na plataforma Youtube, são publicados trechos da websérie para que as pessoas possam ficar interessadas em acessar o link para poder assistir ao episódio completo ou assistir a algum vídeo que tenha perdido.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho, desde o início, teve vários objetivos, sendo o principal deles de analisar por que jornalistas foram demitidas por estarem fora do padrão de beleza exigido pela TV. A partir do entendimento do comportamento da beleza e de seus padrões durante as épocas até os dias atuais, buscou-se escutar especialistas para entender se a exigência de um padrão de beleza para uma jornalista, estaria certo.

O problema identificado no início da pesquisa questionava a exigência de padrões de beleza para mulheres estarem em frente as câmeras no jornalismo. Para responder a pergunta-problema (porque exigir de uma jornalista um padrão de beleza de uma modelo?), a web série foi produzida por meio de relatos de jornalistas que já passaram por momentos de exigência de um corpo magro em fases da carreira. Conversando com especialistas no assunto e jornalistas a pergunta problema foi respondida mostrando que não se existe um padrão de beleza que todos devem seguir e que a competência não deve ser medida pelo tamanho do seu manequim.

As pesquisas bibliográfica e documental foram fundamentais para o entendimento do processo de evolução das mulheres e dos padrões de beleza porque, a partir dela é possível compreender de onde foi tirada a referência de uma mulher magra e cheia de curvas, que com o passar dos anos foi evoluindo e tendo novos padrões. A pesquisa quantitativa, muito além da acadêmica e do mercado, foi uma maneira de conhecer melhor e olhar de maneira distinta para quem assiste a Tv de casa e não entende dos bastidores, enxergando neles novos entendimentos.

À medida que as pesquisas e os produtos foram desenvolvidos, concluiu-se que todos os objetivos foram atingidos e eles foram responsáveis por direcionar pesquisas, referências, leituras e entrevistas. Desta forma, foi possível apresentar que competência e padrão de beleza não devem ser julgados à mesma altura, e que não importa se quem está passando a informação é gorda, magra, alta ou baixa, o que vale é a informação que está sendo passada.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Juliana Rodrigues. A Padronização da Beleza na Mídia: A experiência de mídia jovem da Associação Imagem Comunitária. *In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE*, 17, 2012. Ouro Preto. **Anais...**, Ouro Preto, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1824-1.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2022.
- ANDRADE, Bruna Santos de Almeida. A presença dos objetivos e princípios da radiodifusão pública no Jornalismo da TV Brasil, 2015. Disponível em: https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/136150/Poster_40893.pdf?sequence=2. Acesso em: 14 maio 2022.
- ARAÚJO, EMN; MENESES, J. R. Histórias e artifícios da beleza feminina: a “batalha” contra o tempo. *Anais do IV Colóquio Internacional Cidadania Cultural: diálogos de gerações*, setembro de, 2009. Disponível em: https://pos-graduacao.uepb.edu.br/ppgli/?wpfb_dl=146. Acesso em 15 de junho 2022
- AERAPHE, Guto. *Webséries: criação e desenvolvimento*. Belo Horizonte. 2013.
- AURELIANO, F.; SILVA, F. A padronização estética das apresentadoras dos principais telejornais brasileiros. *In: JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM COMUNICAÇÃO*, 10., 2015, Rio de Janeiro. **Anais...**, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1432-1.pdf>. Acesso em: 4 maio 2022.
- BAKER, Rob. A marvellous Collection of Photos of Dame Lesley Lawson aka Twiggy Twiggy. **Flash Back**, 2018. Disponível em: <https://flashbak.com/a-marvellous-collection-of-photos-of-dame-lesley-lawson-aka-twiggy-409538/>. Acesso em: 8 maio 2022.
- BARCELLOS, Nayara Cristinne Pinto. **Ester**: uma websérie experimental para o Instagram. 2017. 87f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em <https://bdm.unb.br/handle/10483/18083>. Acesso em: 30 ago. 2022.
- BARROSO, Desirée Rodrigues; ALMEIDA, Luciani Infantini da Rosa; KULNIG, Alice Medeiros. Mídia e construção da imagem corporal em adolescentes do gênero feminino. **Revista Brasileira de Reabilitação e Atividade Física**, v. 1, n. 1, p. 53-62, 2020. Disponível em: <https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/rbraf/article/view/839>. Acesso em: 4 maio 22.
- BELO. *In: Michaelis, Dicionário Online de Português*. 2022. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=belo>. Acesso em: 14 mar. 2022.

BOULOS, Alfredo. **História Sociedade & Cidadania**. São José dos Campos: Editora FTD educação, 2018.

CIRIACO, Douglas. YouTube é acessado por 95% população online brasileira, mostra relatório. **Tecmundo**, 2017. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/119776-youtube-insights-brasil.htm>. Acesso em: 09 maio 2022.

COURI, Norma. O jornalismo e as mulheres. **Observatório da imprensa**, 2021. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/genero-e-inclusao/o-jornalismo-e-as-mulheres/#:~:text=Hoje%2C%2055%20anos%20depois%2C%20existem,os%20jornalistas%20de%20sexo%20masculino>. Acesso em: 14 maio 2022.

CURY, Augusto. A ditadura da beleza. Guarulhos: Editora Arqueiro, 2005.

DA FONSECA, Marta Ribeiro. A História Da Beleza. **Marraio**, n. 26, p. 58-64, 2013. Disponível em: <https://1library.org/document/zwk6kn1z-a-historia-da-beleza.html>. Acesso em: 18 abr. 2022.

DE MEDEIROS, Adriana Clementino. O ideal de beleza na escultura grega: reflexões sobre as acepções formais construídas pela sociedade grega. **Principia**, n. 23, p. 1-11, 2011. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/principia/article/view/6283/4487>. Acesso em: 02 abr. 2022.

ECO, Umberto. **História da beleza**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

Estratégia de Marketing Google, 2017. QUER FALAR com mulheres? Olhe para os dados, não para os estereótipos. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/falar-com-mulheres-olhe-para-dados-nao-para-estereotipos/>. Acesso em: 10 maio 2022.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**, 2007. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 01 abr. 2022.

FLOR, Gisele. Artigo Corpo, Mídia e Status Social: reflexões sobre padrões de beleza. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 10, n. 23, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.7213/rec.v10i23.2231>. Acesso em 23 nov. 2021.

Foto Gisele Bündchen. Blog Angélica Torres. 2010 Disponível em: <http://angelicmoda.blogspot.com/2010/05/hope-lingerie-tem-nova-estrela-gisele.html> Acesso em 02/06/22

GUIMARÃES, Juliana. Padrão de Beleza. **Significados**, Fortaleza, 2021. Disponível em: <https://www.significados.com.br/padrao-de-beleza/>. Acesso em: 9 maio 2022.

HERGESEL, João Paulo . Artigo 15 Anos de Pesquisa sobre Websérie: Levantamento Bibliográfico. *In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE*, 21., 2016. **Anais...**, Salto: Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio, 2016.

HOWARD, Jacqueline. A história da mulher 'ideal' e onde isso nos coloca. **CNN**, 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/a-historia-da-mulher-ideal-e-onde-isso-nos-coloca/>. Acesso em: 05 maio 2022.

HRNCIROVÁ, Sabina. Saúde e beleza no Antigo Egito. **Nova Acrópole**, 2015. Disponível em: <https://nova-acropole.org.br/blog/saude-e-beleza-no-antigo-egito/>. Acesso em: 5 maio 2022.

INFOGRAM. **Estudo há uma beleza nada convencional**. 2016. Disponível em: <https://infogram.com/estudo-ha-uma-beleza-nada-convencional-1hxr4zgzpndo2yo>. Acesso em: 10 maio 2022

KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade do juízo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

LOPES, Amanda Rezende. **Representação da mulher na mídia: um estudo sobre poder e felicidade femininos**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/8198/1/ALopes.pdf>. Acesso em: 7 maio 2022.

MACHADO, Andressa. Padrões de beleza restritivos causam sofrimento a mulheres. **Humanista**. 2018. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/humanista/2018/05/24/padroes-de-beleza-restritivos-causam-sofrimento-a-mulheres/#:~:text=O%20corpo%20%C3%A9%20ressignificado%20ao,um%20dos%20sete%20pecados%20capitais>. Acesso em: 10 maio 2022.

MADSEN, Nina. Mulheres e Comunicação no Brasil: 1995 a 2015. 2020. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/10322/1/MulhereseComunicacaonoBrasil_1995a2015_Cap_10.pdf Acesso em 15 maio 2022

MORENO, Rachel. **A beleza impossível mulher, mídia e consumo**. São Paulo: Editora Ágora, 2008.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013. Disponível em: https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/291348/mod_resource/content/3/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf. Acesso em: 12 abr. 2022.

POLLACHI, Beatriz. **A Beleza em Consumo**. 2012. 43f. Monografia (especialização) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Beatriz%20Pollachi.pdf>. Acesso em 12 mar. 2022.

POPPOVIC, Silvia. **Padrão de Beleza na Tv**. 28 mar. 2022 [Zoom].

Rais (Relação Anual de Informações Sociais). 2014 Disponível em: https://www.ipea.gov.br/retrato/pdf/190215_tema_j_mulheres_e_comunicacao_no_brasil_1995_a_2015.pdf Acesso em 21 de setembro de 2022

RIBEIRO, José Hamilton. *Jornalistas: 1937 a 1997: história da imprensa de São Paulo vista pelos que batalham laudas (terminais), câmeras e microfones*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1998.

ROCHA, Marina Helena da Silva. **De 1960 a 2009: a evolução dos padrões corporais a partir das tendências da moda**. 2011. 148f. Monografia (graduação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2011. Disponível em https://bdm.unb.br/bitstream/10483/2521/1/2011_MarinaHelenadaSilvaRocha.pdf. Acesso em: 19 maio 2022.

ROCHA, Paula Melani. *As mulheres jornalistas no Estado de São Paulo: o processo de profissionalização e feminização da carreira*. 2004. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/1412/TesePMR.pdf>. Acesso em: 24 de junho 2022

SALES, José das Candeias. *A pintura egípcia: entre convenções de representação e princípios de expressão gráfica: uma arte intelectual. Arte Pré-Clássica*. In: COLOQUIO COMEMORATIVO DOS VINTE ANOS DO INSTITUTO ORIENTAL DA FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DE LISBOA, 2007. **Anais...**, Lisboa: Instituto Oriental da Universidade de Lisboa, 2007, p. 175-195. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/3399>. Acesso em: 22 mar. 2022.

SCHNEIDER, Léa. **Des series tele sur internet aux webséries: L'interaction TV / Internet a travers les series**. Dissertação (Mestrado em Informação, Comunicação e Sociedade) - Universidade Paul Verlaine, Metz (França), 2009. Disponível em: http://carpediem.site.free.fr/blog/ter_leaschneider_09.pdf Acesso em: 8 abr. 2022.

SEMIS, Lais. *Como o conceito de beleza se transformou ao longo dos séculos?* **Nova Escola**, 2014. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/3414/como-o-conceito-de-beleza-se-transformou-ao-longo-dos-seculos>. Acesso em: 01 abr. 2022.

SIQUEIRA, Denise; FARIA, Aline. *Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas*. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 3, n. 9, p. 171-188, 2007.

SOUZA, José Jullian Gomes; CAJAZEIRA, Paulo Eduardo. *Mas afinal, o que é uma websérie documental?*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015. **Anais...**, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1215-1.pdf>. Acesso em: 9 maio 2022.

THEOPHILO, Elisa; FÁVARO, Elisa; PRADO, Gabriela. **Os impactos do padrão de beleza no século XXI**. 2021 Disponível em : <https://www.saoluis.org/feira-do->

[conhecimento/wp-content/uploads/2021/11/44-TCC-OS-IMPACTOS-DO-PADR%C3%83O-DE-BELEZA-NO-S%C3%89C.-XXI.pdf](#). Acesso em: 02 abr. 2022.

VAZ, Melissa. Como a beleza feminina mudou ao longo da história. **Claúdia**, 2020. Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/beleza/video-como-o-padrao-feminino-de-beleza-mudou-ao-longo-da-historia/>. Acesso em: 25 maio 2022.

VICENTINO, Cláudio; VICENTINO José Bruno. **Teláris**: História 6ºAno-Ensino fundamental- anos finais. São Paulo: Editora Ática, 2018.

VIGARELLO, George. **História da beleza**: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje. Rio de Janeiro: Editora Ediouro, 2006.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 2021

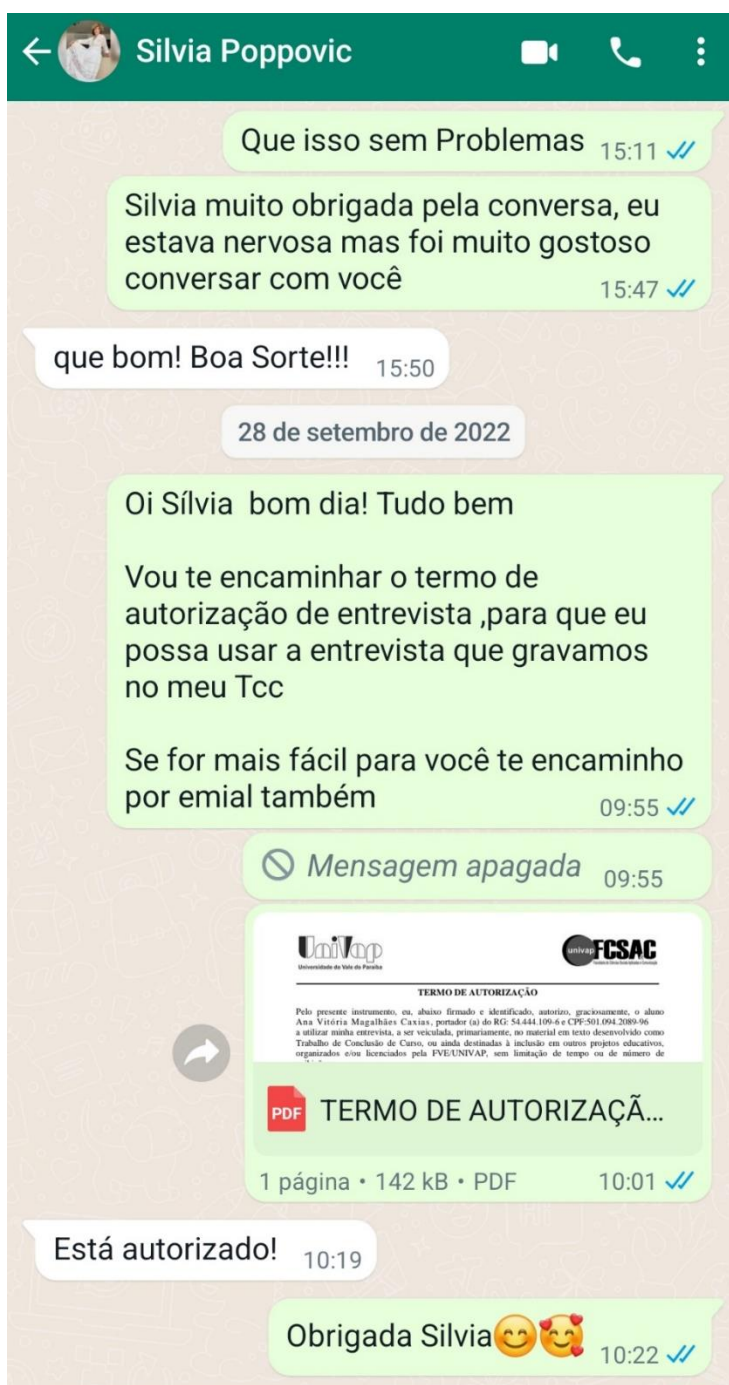
ZOONEN, Liesbet Van. **Feminist media studies**. London: Sage, 1994.

APÊNDICE A – EPISÓDIOS WEBSÉRIE- O PESO DO PADRÃO

Link de acesso para os episódios:

- 1- Modelo não, Jornalista- <https://youtu.be/JVQLW9p3PkE>
- 2- #CompetenciaNãoSePesa- <https://youtu.be/kgMLhfeTJqU>
- 3- As peças se encaixam- <https://youtu.be/ki5Z3oUAuFM>
- 4- A mudança- <https://youtu.be/n-YMUOMj5DQ>

APÊNDICE B- TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE ENTREVISTA (IMAGEM E VOZ) SILVIA POPPOVIC E ROTEIRO DE PERGUNTAS



Roteiro de Perguntas

1-Sua carreira é conhecida, muitos jornalistas lhe têm como uma grande influenciadora da televisão, um grande nome que ultrapassou até as barreiras do jornalismo e se transformou em uma figura da Televisão. Mas quem é a pessoa Silvia

Poppovic? O que você gosta de fazer como cidadã, como mãe e o que faz quando não tem ninguém assistindo?

2- Nós fizemos pesquisas e descobrimos que a senhora começou na TV Globo em 1975 como repórter no Jornal Hoje. Mas e antes? Onde estudou, como escolheu o jornalismo? Teve influência da família?

3-Ser mulher em 1975 era um impasse para ser jornalista?

4- Existem coberturas no jornalismo as quais pode destacar? Coisas que causam inveja em nós que estamos no começo da carreira?

5- Você foi pioneira na criação de programa de debates. Hoje pouca gente conhece. Esse programa de debates foi uma criação sua? Por que ele era tão moderno para a época? fazia um ano de democracia.

6-A pressão estética que existe hoje acontecia naquela época? Nós a vemos sempre como uma pessoa que se sobressaiu, que não foi abalada por isso. É uma verdade ou tem coisas que não sabemos?

7- Como você vê o Jornalismo Brasileiro hoje em dia?

8-O que você acha da pressão que as mulheres passam devido a esse padrão estético esperado?

9-Com toda a experiência que você carrega, há uma mudança? Você percebe isso?

10- O quanto essa pressão prejudicou o jornalismo? O que a mulher agrega no jornalismo brasileiro?

11-Como você vê o jornalismo no futuro? Acha que isso vai mudar?

3-Em que momento você percebeu que sua aparência física incomodava a emissora?

4-Quando você estava trabalhando no vídeo, quem eram as pessoas usadas na comparação? Em que momentos eram usadas de exemplo para exigir mudanças físicas no seu corpo?

5-Como você lidava com a cobrança? você achava que você estava errada, você tomou alguma atitude?

6-Como funcionavam essas cobranças? Era uma coisa direta ou era uma coisa velada?

7-A maneira de cobrar uma mudança sua, era igual para outras jornalistas? Ou mudava de pessoa para pessoa?

8-Quem fazia essas cobranças? Eram homens ou mulheres?

9-Você sofreu algum preconceito pelo tipo de corpo que você tinha?

10-Você acredita que ainda existe a pressão pelo padrão de beleza de quem está em frente às câmeras? Essa realidade mudou ou ainda persiste?

11-Você passou pela mesma situação que a Michelle Sampaio. Você acredita que pessoas que passam pelo mesmo que você, que a Michelle e a que a Marcela devem expor isso?

12-Nesse caso como o Seu, da Michele e da Marcela, você acredita que pessoas que passam pelo menos que vocês devem expor isso?

13-O quanto essa pressão prejudica no jornalismo? O que a mulher agrega no jornalismo brasileiro?

14-Como você encara esse novo momento do jornalismo, em que pessoas que não teriam espaço na televisão estão conseguindo driblar os preconceitos e ganhar visibilidade? Você acha que isso é momentâneo ou duradouro?

15-Que dicas você dá para jornalista, que como eu, sonha em trabalhar no vídeo e não tem o corpo dentro dos padrões?

Roteiro Perguntas

1-Como foi seu início de carreira? Fez faculdade onde? Sempre foi uma vontade trabalhar com o vídeo?

2-Você tem uma carreira vasta dentro do jornalismo, entre reportagens e apresentação de telejornais. O quanto disso contribuiu para a sua experiência como jornalista?

3-Quando você trabalhou no vídeo, qual era o padrão de corpo e beleza exigido?

4-Em que momento você percebeu que sua aparência física incomodava a emissora?

5-Durante seu período na tv, quem eram as pessoas que geravam comparação? Mulheres ou homens? Em que momentos eram usadas de exemplo para exigir mudanças físicas no seu corpo?

6-Você acredita que ainda existe a pressão pelo padrão de beleza de quem está em frente às câmeras? Essa realidade mudou ou ainda persiste?

7-Como você lidava com a cobrança? Você achava que você estava errada? Chegou a tomar alguma atitude?

8-Como funcionavam essas cobranças? Era uma coisa direta ou era uma coisa velada?

9-A maneira de cobrar era igual para outras jornalistas? Ou mudava de pessoa para pessoa?

10-Quem fazia essas cobranças? Eram homens ou mulheres?

11-Queria que você contasse como foi sua demissão da tv. Teve alguma conversa antes para você tentar se adequar aos padrões?

12-Qual é a sensação de quem é demitido por não pertencer a um padrão estético esperado? É uma sensação de injustiça?

13-Você se sentiu apoiada quando o seu caso foi exposto na mídia? Encontrou outras jornalistas passando pelo mesmo caso?

14-Como é a Michele depois de sair das telinhas? O que você faz hoje em dia?

15-Hoje em dia você tem preocupação com peso, padrão de beleza? Isso de alguma forma ficou em você?

16-As novas jornalistas vão sofrer essa pressão ou ela já está menor? O mercado está mais leve?

17-Que dicas você compartilha com jornalistas de televisão ou internet e que não são magras, ou dentro do "padrão"? Dá para manter o sonho da tv de pé?

2-O padrão de beleza sempre foi o mesmo?

3-O que mais chama a atenção quando vemos alguém?

4-Por que temos um padrão para avaliar a beleza das pessoas?

5-E por que as mulheres são as mais cobradas?

6-A imagem de alguém diz muito sobre ela?

7-Esses recados dados através da imagem têm relação com a qualidade profissional de alguém? Por exemplo, uma pessoa gorda é menos talentosa que uma magra?

8-Lutar para quebrar esses padrões pode ser benéfico para dar chance a outras camadas da sociedade?

9-A sociedade ainda muda o padrão de beleza diariamente. Você acha que essa sua atitude de promover a discussão do assunto está transformando a sociedade?

ANEXO -FICHA DE ORIENTAÇÃO
ANEXO A - Ficha de orientação do mês de fevereiro



FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL
FEVEREIRO

Data: 19/02/2022

Aluno(a) presente: Ana Vitória Magalhães Caxias

Temas discutidos:

- Início dos trabalhos, dicas gerais (cuidados com plágio e outras dúvidas)
- Organização e preparação
- Etapas

Desenvolver:

- Cronograma para organização uso do aluno
- Tabela com as etapas e meses, que vai entrar no relatório
- Pesquisar livros e artigos com as temáticas

Próxima reunião: 16/03/2022

Visto do aluno(a):

Visto do orientador: Bárbara Vianna Rodrigues

ANEXO B - Ficha de orientação do mês de março



FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL MARÇO

Data: 16/03/2022 e 24/03/2022

Aluno presente: Ana Vitória Magalhães Caxias

Temas discutidos:

- Importância da organização (dica de lista com os prazos para cada etapa do trabalho);
- Comportamento: dicas para driblar a ansiedade;
- Desenvolvimento da parte referencial teórica, com pedido para fazer fichamentos das leituras de 2 livros,

Desenvolver:

- Fichamento de 2 livros até o final do mês, fazer uma seleção de pelo menos 3 citações de cada livro, além de observações pessoais a respeito. Material que será útil na elaboração do referencial teórico.

Próxima reunião: 07/04/2022

Visto do aluno(a):

Visto do orientador: Bárbara Vianna Rodrigues

ANEXO C - Ficha de orientação do mês de Abril



FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

ABRIL 2022

Alunos presentes:
ANA VITÓRIA MAGALHÃES CAXIAS

Temas discutidos:
Estruturação da parte escrita;
Debate sobre a estrutura e planejamento;
Esclarecimentos de dúvidas;

Desenvolver:
- Ajustes de trechos citados em reunião;
- Continuidade da parte escrita do pré projeto;

Próxima reunião: 12/05/2022

Visto do grupo:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Ana V. Magalhães Caxias', written over a horizontal line.

Visto do orientador:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'B', written over a horizontal line.

ANEXO D - Ficha de orientação do mês de maio



FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

MAIO 2022

Alunos presentes:
ANA VITÓRIA MAGALHÃES CAXIAS

Temas discutidos:
Orientação geral;
Debate sobre a estrutura dos vídeos e planejamento;
Esclarecimentos de dúvidas;

Desenvolver:
- Ajustes de trechos citados em reunião;
- Continuidade da parte escrita e gravação dos vídeos;

Próxima reunião: 02/06/2022

Visto do grupo:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ana V. Caxias', written over a horizontal line.

Visto do orientador:

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized set of initials.

ANEXO E - Ficha de orientação do mês de junho



FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

JUNHO 2022

Alunos presentes:
ANA VITÓRIA MAGALHÃES CAXIAS

Temas discutidos:
Revisão e estruturação da parte escrita;
Esclarecimentos de dúvidas;

Desenvolver:
- Planejamento pós entrega do pré projeto;
- Continuidade da parte escrita e planejamento da gravação dos vídeos;

Próxima reunião: 07/07/2022

Visto do grupo:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Ana Vitória', is written over the 'Visto do grupo:' label.

Visto do orientador:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'R', is written over the 'Visto do orientador:' label.