

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

THAIANY OSÓRIO

“ALÉM DO G”: WEBSÉRIE DOCUMENTAL SOBRE GORDOFOBIA

CURITIBA

2018

THAIANY OSÓRIO

“ALÉM DO G”: WEBSÉRIE DOCUMENTAL SOBRE GORDOFOBIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social —
Jornalismo da Universidade Federal do
Paraná

Orientadora: Prof^a. Dra. Valquíria Michela
John

CURITIBA

2018

“The steps you make don’t need to be big, they just need to take you in the right direction.”

Jemma Simmons – Marvel’s Agents Of Shield, S05E14

RESUMO

Esta websérie documental se propõe a exemplificar, com base em testemunhos, momentos em que mulheres foram vítimas de gordofobia. Entre os atos cometidos por quem é gordofóbico estão a opressão, a inferiorização e a repulsa. Nesse cenário, as mulheres gordas, que já sofrem opressão de gênero, também estão sujeitas à discriminação relacionada aos seus corpos. A batalha interna em busca de um corpo feminino considerado ideal, que corresponda aos padrões irrealistas da sociedade, é cruel e atinge com mais força as mulheres gordas. Essa insatisfação com a imagem corporal reafirma a sensação de que só é possível ser feliz se você for magra. E, embora o sobrepeso não signifique doença, é o discurso gordofóbico mascarado de “saúde pública” que torna esse preconceito difícil de ser combatido. Assim, o objetivo da websérie é dar visibilidade às mulheres gordas, de modo que elas possam expor suas histórias em relação a ser mulher, gorda e indivíduo.

Palavras-chave: Corpo gordo. Gordofobia. Jornalismo. Mulher. Representatividade. Websérie documental.

AGRADECIMENTOS

A todos os meus professores, da educação infantil à graduação, e em especial à minha orientadora, **prof^a. Dra. Valquíria Michela John**, pela dedicação durante as orientações e pela convicção de que eu chegaria até o fim, mesmo que eu duvidasse vez ou outra.

Um agradecimento especial às primeiras pessoas que me ensinaram o que era amor. Aos meus pais, **Juliana e Eduardo Osório**, que sempre se dedicaram à minha criação, batalhando para que nunca me faltasse nada. À minha avó, **Lidia Catarina Valdemarca Osório**, por ser minha referencia de gentileza e carinho.

Para todas as amizades feitas na faculdade, em especial à **Maria Fernanda Mileski**, pelo apoio jornalístico e emocional durante toda a jornada do TCC. À **Maria Melora Moura**, por embarcar comigo na jornada de autoconhecimento, e por ser a melhor conselheira espiritual das madrugadas. À **Mariana Wiedmer Fachini**, por nunca medir esforços para me ajudar durante a produção do TCC. E à **Larissa Abrão**, pela compreensão que sempre demonstrou diante dos meus problemas e batalhas internas.

À **Fernanda Pasqualotto da Cruz**, pelos títulos das minhas obras, pelos 10 anos de amizade, companheirismo, paciência e lealdade. O que Madre Clélia juntou, força negativa alguma há de desatar.

À **Letícia Barbosa, Larissa Zancheta e Gabrielli Lammel Felix**, por serem as mulheres corajosas que fizeram desse trabalho uma realidade.

E ao **universo**, que me deu a força e a determinação necessária para me formar.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	4
1.1 OBJETIVOS.....	7
1.1.1 Objetivo geral.....	7
1.1.2 Objetivos específicos.....	7
1.2 JUSTIFICATIVA.....	8
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
2.1 A HISTÓRIA DO DOCUMENTÁRIO.....	10
2.1.1 Documentário VS Reportagem.....	12
2.1.2 Tipos de documentário.....	14
2.1.3 Websérie documental.....	16
2.1.4 YouTube.....	18
2.2 FOBIA.....	19
2.3 PADRÕES DE BELEZA.....	21
3 METODOLOGIA.....	30
3.1 PÚBLICO ALVO.....	30
3.2 INSPIRAÇÕES AUDIOVISUAIS.....	30
3.3 DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....	31
3.3.1 Organização da Websérie.....	32
3.3.2 Personagens.....	33
3.3.2.1 Técnicas de edição e montagem.....	34
4 CONCLUSÃO.....	37
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	39

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos 50 anos as mulheres conquistaram o direito ao controle da reprodução com o advento da pílula anticoncepcional, à educação superior, à inserção no mercado de trabalho, entre outras reivindicações que as tiraram de dentro dos lares e lhes garantiram maior liberdade e espaço social. No entanto, essa liberdade conquistada é questionada, principalmente quando colocada em comparação com os números crescentes de procedimentos estéticos e distúrbios relacionados à alimentação. Naomi Wolf, escritora feminista, vê as exigências opressivas da beleza como uma barreira à emancipação feminina. Como aponta a autora, a beleza é uma das últimas ideologias femininas que ainda detêm poder de controle sobre as mulheres:

[a ideologia da beleza] [...] se fortaleceu para assumir a função de coerção social que os mitos da maternidade, domesticidade, castidade e passividade não conseguem mais realizar. Ela procura neste instante destruir psicologicamente e às ocultas tudo de positivo que o feminismo proporcionou às mulheres material e publicamente. (WOLF, 1992, p. 13).

Nesse sentido, segundo Wolf (1992), existe um mito acerca da beleza que prega a necessidade de que a mulher siga – e se encaixe – no padrão de beleza vigente. Atualmente, esse padrão é o da mulher magra, alta e branca. Esse mito se mune de diversos mecanismos de controle, que ditam o comportamento feminino na esfera física (como seu corpo deve ser) e social (como ela deve se vestir, se portar, se comunicar). Para garantir a unanimidade desse padrão, o mercado oferece produtos, procedimentos e métodos para que as mulheres consigam modificar seus corpos, tais como dietas restritivas, cirurgias plásticas, cirurgias bariátricas, entre outros.

A obsessão em se alcançar um corpo magro, como se através dele fosse possível encontrar o equilíbrio, a felicidade, ou ao menos, externamente teríamos a imagem de uma pessoa feliz, traz à tona também a questão de uma imposição de um tipo ideal de corpo que, na maioria das vezes, é inatingível e que relega à periferia da sociedade as pessoas que não partem nesta busca e acabam sendo tidas como desviantes. (VASCONCELOS; SUDO; SUDO, 2004, p. 76).

Nessa busca pelo corpo ideal, as mulheres gordas são as mais prejudicadas. No ano de 2004, a Organização Mundial de Saúde (OMS) definiu a obesidade como a doença do milênio. Em 2017, foi lançada a Pesquisa de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel), realizada em todas as capitais brasileiras. Segundo o levantamento, a população obesa no país passou de 11,8%, em 2006, para 18,9% em 2016. O excesso de peso também cresceu 26,3% no mesmo período. Entretanto, apenas o sobrepeso, quando não aliado a outros problemas de saúde, não é sinônimo de doença, nem mesmo de comer demais. Outros fatores podem contribuir, como falta de sono, condições socioeconômicas, estresse, medicamentos, desequilíbrio hormonal, genética, entre outros. No entanto, o gordo segue sendo visto como doente na sociedade. Mais do que isso, a figura do gordo representa o ser humano fracassado.

A sociedade contemporânea, ao valorizar a magreza, transforma a gordura em um símbolo de falência moral, e o gordo, mais do que apresentar um peso socialmente inadequado, passa a carregar um caráter pejorativo, como salientaram os médicos Dr. Peter Brown e Dr.^a Vicki Bentley-Condit³: “Nossa cultura de valorização da magreza transformou a obesidade em um símbolo de falência moral. Denota descuido, preguiça, desleixo, falta de disciplina. Também denota pobreza (...)”. (VASCONCELOS; SUDO; SUDO, 2004. p. 68).

Isso explica porque os procedimentos cirúrgicos para perda de peso são tão altos no Brasil e no mundo. Em 27 de janeiro de 2017 o jornal Nexo¹ divulgou um levantamento feito pela OMS em 2013, que mostrava o Brasil em oitavo lugar no ranking de cirurgias bariátricas para cada 100 mil obesos. Já a Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica e Metabólica² levantou que, em 2016, foram realizadas cerca de 100 mil cirurgias bariátricas. Esse número representou um aumento de 7,5% em relação ao ano anterior.

Discutir padrões estéticos é observar os impactos psicológicos e as implicações estruturais que tais padrões causam na sociedade. Nesse cenário, as

¹ Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2017/01/27/A-cirurgia-bariátrica-no-Brasil-e-no-mundo>>

² Disponível em: <<https://www.scbm.org.br/numero-de-cirurgias-bariatricas-no-brasil-cresce-75-em-2016/>>

mulheres gordas são duplamente discriminadas: pelo seu gênero e pelos seus corpos. A discriminação específica contra mulheres gordas é chamada de gordofobia. Fobia, segundo o dicionário Michaelis On-line³, significa “falta de tolerância ou aversão a algo”. Já a palavra “gordo” é usada para definir pessoas que têm muita gordura. Gordofobia, por sua vez, é, assim como todos os outros preconceitos, um conjunto de pensamentos pré-concebidos, geralmente prejudiciais, direcionado a pessoas gordas.

Esse preconceito afeta o psicológico e a autoestima de milhares de garotas, desde a infância até a vida adulta. De acordo com a Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar de 2012, divulgada no ano seguinte pelo IBGE⁴, um terço das meninas que estão no 9º ano do Ensino Fundamental estava tentando emagrecer. Dificilmente uma criança gorda chegará até a adolescência sem ouvir que é preguiçosa, que come mais do que devia e que precisa “se cuidar”. Estruturalmente, o mundo não é feito para ela. As catracas de ônibus, as macas de hospital e as cadeiras de cinema também são um lembrete de que ela não se encaixa. Por isso a gordofobia é um problema estrutural, pois afeta diversas camadas da sociedade.

Minha história com a gordofobia começou quando eu ainda era pequena, bem antes de entrar em contato com o feminismo e suas causas. Minha primeira lembrança relacionada ao tema se refere à dificuldade de encontrar roupas para vestir. Quando encontrava, costumava comprar o mesmo modelo duas vezes, pois não havia garantia de que encontraria novamente. Também me recordo de experimentar diversas dietas e remédios “corta apetite” enquanto crescia. Nenhum surtiu efeito.

Aos 16 anos, coloquei o balão intragástrico, um dos procedimentos “não tão invasivos” disponíveis no mercado. Não fiz nenhum acompanhamento psicológico para o procedimento. Em um ano emagreci 20 quilos e ouvi o médico dizer que aquilo não era o suficiente. Dois anos depois eu voltei a pesar o que pesava antes do procedimento. Recentemente tive a experiência interessante de ir ao neurologista e ouvir a lista de possíveis efeitos colaterais de um medicamento para combater a enxaqueca. Embora perda de memória pudesse soar mais preocupante para mim, foi “aumento de peso” o efeito colateral que a médica mais ressaltou.

³ Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/fobia/>>

⁴ Disponível em: <ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/pense/2012/default.shtm>

Imagens têm poder e escolhi realizar o trabalho em forma de websérie documental justamente porque quero ser ativa na forma como esse poder será usado. Seja na publicidade, na mídia impressa ou nas manifestações audiovisuais, as imagens reforçam o padrão social imposto. Esse padrão, por sua vez, influencia o modo como as mulheres se enxergam e enxergam umas às outras. Segundo Wolf (1992), tanto a hostilidade quanto a inveja prejudicam todas as mulheres e perpetuam a ideia da existência de uma beleza universal. Enquanto essa beleza for reforçada pela imagem da mulher ideal, a luta contra os padrões de beleza continuará. Por isso, é preciso reinterpretar a beleza e refletir quanto à diversidade das imagens que são reproduzidas diariamente na mídia. Portanto, a intenção desta websérie é relatar, por meio de depoimentos, a sociedade gordofóbica e os impactos que os padrões de beleza causam nas mulheres.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Exibir sem pudores e preconceitos como a gordofobia afetou - e ainda afeta - a vida das mulheres gordas.

1.1.2 Objetivos específicos

- Diferenciar gordofobia de pressão estética;
- Contar histórias em que a gordofobia influenciou a vida das personagens;
- Compreender porque a gordofobia é um problema social e estrutural;
- Discutir os impactos da gordofobia na sociedade e na vida das personagens.

1.2 JUSTIFICATIVA

Ser gorda é uma luta diária de reafirmação da própria auto-estima. Em um cenário de pouca representatividade, é mais difícil ainda se assumir como alguém que ama seu corpo, principalmente quando as gordas são retratadas na mídia de forma estereotipada. Nas narrativas midiáticas, essas representações são muito frequentes, especialmente nos conteúdos ficcionais. Nestes, os estereótipos mais comuns são: a gorda infeliz, a gorda que está tentando emagrecer, ou a gorda engraçada que sempre representa um alívio cômico para a trama.

Em especial na televisão brasileira, um dos perfis gordos mais explorados é o cômico. É fácil reconhecer esses perfis lembrando alguns personagens icônicos, como a Dona Redonda, vivida por Vera Holtz em 2013 no remake da Rede Globo da telenovela Saramandaia, personagem que explode em praça pública por ser gorda demais. Ou mesmo Fabiana Karla, que apresentava um quadro no programa “Zorra Total”, em que interpretava uma nutricionista gordinha convenientemente chamada de Lorca que sempre estava comendo doces.

A falta de personagens fortes, com autoestima e amor próprio, torna difícil a identificação das mulheres gordas, visto que as pessoas que poderiam servir de inspiração estão sempre interpretando personagens tristes ou papéis humilhantes. Por isso, 2016 e 2017 foram anos surpreendentemente representativos para as mulheres gordas. Bee Reis se tornou garota propaganda da Avon e Ju Romano, uma das principais blogueiras de moda *plus size* do Brasil, estrelou uma peça publicitária para o energético TNT. No final de 2016, Ju também fotografou para a revista Playboy, além de estampar a capa da Elle.

Esse tipo de representatividade é importante pois mostra gordas felizes, donas de si e bem sucedidas em suas carreiras. Ju Romano foi a primeira garota gorda a estampar a capa de uma revista sexual, e a mensagem que isso passa é que é possível ser sensual sem precisar esconder os “defeitos”, como as dobras, estrias e a gordura em si.

No entanto, o discurso feito sobre essas figuras femininas empoderadas ainda é perturbador. Isso porque elas são colocadas como heroínas, estrelas, ídolas. Joseph Campbell, mitólogo norte-americano, escreveu na década de 40 uma teoria de que havia uma estrutura comum na grande maioria das simbologias das

mitologias antigas. Campbell chamou essa estrutura de Jornada do Herói, que nada mais é do que uma série de mecanismos narrativos que transformam a história de vida daquele personagem em um grande entretenimento, passível de redenção ou vitória no final da narrativa.

As histórias nos convidam a investir no Herói uma parte de nossa identidade pessoal, enquanto dura a experiência. Em certo sentido, durante algum tempo, nós nos transformamos no Herói. Projetamo-nos na psique do Herói, vemos o mundo com seus olhos. Os Heróis precisam ter algumas qualidades admiráveis, para que queiramos ser como eles. (VOGLER, 2006, p. 50).

Embora essa glamourização ceda o protagonismo aos gordos, a mensagem que passa é que suas aceitações pessoais são como uma superação humana, um ato heróico. A jornada do herói gordo, nesse sentido, vai além da superação da sua gordura e conseqüente amor próprio, pois se transforma em entretenimento. Ao exigir representatividade gorda, quer-se a normalização desses personagens, não exaltá-las de modo que a impressão passada é que é muito difícil (e só algumas conseguem essa proeza) se amar e ser gorda ao mesmo tempo. O fato é que, quando o objetivo é representar uma minoria, não se deve transformar sua personagem em exceção. É necessário que não só se exija a representatividade de mulheres de personalidade, mas também de biotipos e histórias reais.

Gordofobia não é crime, mas a pressão que a mulher gorda sofre para emagrecer é tão grande que facilmente ela desenvolverá transtornos alimentares ou problemas psicológicos causados pela autoestima severamente prejudicada. Ser uma mulher gorda é expor 24 horas, sete dias por semana, uma imperfeição pessoal. Também há poucos espaços onde mulheres possam falar abertamente sobre seus corpos e vivências pessoais, visto que a sexualidade feminina é historicamente reprimida e, a mulher gorda, subjugada como desleixada.

Por trás de cada comentário maldoso, cada gorda estereotipada na TV e cada gorda militante, existe uma mulher que passou a vida inteira travando batalhas, tanto internas como externas, para chegar até onde chegou. Portanto, a justificativa desta websérie documental é a possibilidade que ela permite de tirar o corpo gordo feminino da sua condição socialmente imposta de “falha moral” e transformá-lo em identidade. E, ao expor essa identidade, normalizá-la e dar-lhe um nome, de modo que a sua história tenha mais valor do que o seu peso.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para o desenvolvimento da websérie documental aqui proposta como Trabalho de Conclusão de Curso se faz necessário o desenvolvimento de alguns temas/conceitos que norteiam sua execução, tanto da temática abordada quanto do suporte escolhido. Esses temas estão discutidos nos tópicos a seguir.

2.1 A HISTÓRIA DO DOCUMENTÁRIO

Ricciotto Canudo foi um teórico e crítico de cinema, pertencente ao futurismo italiano. Foi ele que, em 1912, designou o termo “sétima arte” para o cinema. Entretanto, sua história começou de fato cerca de 20 anos antes, em dezembro de 1895, quando os Irmãos Lumière fizeram uma apresentação pública do primeiro filme da história da humanidade: A saída da fábrica. Segundo Lucena (2012), o evento, apresentado a pouco mais de trinta pessoas, causou comoção e a notícia se alastrou.

No entanto, nesses primeiros anos de cinema, as técnicas utilizadas não facilitavam a gravação: a câmera era pesada e não se movimentava, o que limitava a imaginação dos diretores; já as películas tinham baixa sensibilidade e era difícil captar o som. Por isso, no começo, o cinema registrava apenas cenas do cotidiano. Sete anos após da invenção dos irmãos Lumière, o cineasta francês Méliès criou o mundo imaginário e ficcional de “Viagem à Lua”. Segundo Lucena (2012, p.10), esse filme era diferente da “A saída da fábrica”, justamente por trazer atores, roteiro cinematográfico e entretenimento.

Foi somente na década de 20, com Robert Flaherty, que surgiu o documentário como se conhece hoje, com o filme “Nannook, o esquimó”. Flaherty contribuiu para um novo tipo de filme, diferente dos filmes de ficção e daqueles que contavam experiências de viagem. De acordo com Lucena (2012), Flaherty acompanhou a vida dos esquimós do norte do Canadá de 1912 a 1919 e foi capaz de gravar a vida em comunidade, sem a presença do explorador, com o narrador em off e com legendas. Como salienta Lucena (2012), essa nova linguagem

cinematográfica foi chamada de “documentário” por Grierson, um crítico do New York Times, e isso ajudou a diferenciar os filmes ficcionais e não ficcionais:

Os filmes de Flaherty redefiniram essa visão inicial acerca dos dois tipos de cinema: o documentário passa a ser considerado como a produção audiovisual que registra fatos, personagens, situações que tenham como suporte o mundo real (ou mundo histórico) e como protagonistas os próprios sujeitos da ação: o esquimó Nanook ou o pescador de Os pescadores de Aran (1934), por exemplo. O filme de ficção, por sua vez, tem sua construção condicionada a um roteiro predeterminado, cuja base é composta de personagens ficcionais ou reais, os quais são interpretados por atores. (LUCENA, 2012, p. 11).

Contudo, embora a presença de atores e roteiro caracterizassem o cinema ficcional, aos poucos os documentários também passaram a usar o recurso de roteirizar as cenas antes da gravação. Ainda de acordo com Lucena (2012), com o encarecimento dos filmes, os produtores viram a necessidade de produzir roteiros para facilitar a análise e a aprovação dos filmes. Na obra “Introdução ao documentário”, Bill Nichols, crítico de cinema e autoridade reconhecida no campo de documentário, também chama a atenção para o fato de que as diferenças entre ficção e documentário se misturam, principalmente porque as ideias sobre o que é e o que não é adequado ao documentário mudam com o tempo:

Alguns documentários utilizam muitas práticas ou convenções que frequentemente associamos à ficção, como, por exemplo, roteirização, encenação, reconstituição, ensaio e interpretação. Alguns filmes de ficção utilizam muitas práticas ou convenções que frequentemente associamos à não ficção ou ao documentário, como, por exemplo, filmagens externas, não atores, câmeras portáteis, improvisação e imagens de arquivo (imagens filmadas por outra pessoa). (NICHOLS, 2004, p. 17).

Definida a história do documentário e suas principais diferenças com o cinema ficcional é preciso finalmente determinar o que é o documentário. Muitos autores e críticos chegam a diversas conclusões acerca do seu significado. Fernão Ramos, professor no departamento de cinema da UNICAMP e autor do livro “Mas, afinal... o que é mesmo documentário?”, afirma objetivamente que documentário é uma narrativa composta por imagens-câmera, por vezes acompanhadas de

animação, ruídos, música e fala, na medida em que haja um espectador que receba essa narrativa como asserção sobre o mundo (RAMOS, 2008, p. 22).

Já Nichols (2004) argumenta que definir documentário não é tão fácil quanto definir amor ou cultura, pois sua definição é sempre relativa ou comparativa. “Os documentários não adotam um conjunto fixo de técnicas, não tratam apenas de um conjunto de questões, não apresentam apenas um conjunto de formas ou estilos.” (NICHOLS, 2005, p. 47-48). Segundo ele, nem todos os documentários exibem um conjunto único de características comuns porque a própria prática do documentário é mutável.

2.1.1 Documentário VS Reportagem

Como visto no tópico anterior, historicamente o documentário surgiu paralelo às narrativas ficcionais. No entanto, Ramos (2008, p.55) também chama a atenção para o fato de que por vezes ele é confundido com o gênero jornalístico, em especial com grandes reportagens televisivas. Isso se deve, dentre muitos fatores, ao uso de entrevistas, ao compromisso com a objetividade e com as temáticas sociais exploradas pelos cineastas. Para compreender melhor essa ligação, é preciso voltar no tempo e entender o papel dos “cinejornais” no Brasil. Criados no início do século passado e utilizados até 1980, os “cinejornais” (ou “atualidades”), eram programas noticiosos exibidos antes dos filmes. Ainda segundo Ramos (2008), durante todo o século 20, uma grande parcela da produção dos filmes ficcionais foi sustentada por essas atualidades.

De fato, as atualidades ajudaram a estreitar a ligação entre documentário e reportagem, tal qual a relevância social que ambos possuem. Nichols (2005) argumenta que, graças à seleção do cineasta, é possível tornar a realidade visível e audível, representando de forma tangível os aspectos do mundo. Ramos (2008) também relembra que reportagens mais amplas e que se distanciam do *hard news*, costumam apresentar características semelhantes à forma enunciativa da tradição documentária. É o caso de programas como “Globo Repórter”, onde uma narrativa documentária está inserida em um programa televisivo de reportagens.

Entretanto, muitos autores defendem que as suas diferenças são superiores às suas semelhanças. Fernão Ramos, por exemplo, salienta essa divergência explicando que a narrativa documentária se assemelha à narrativa dos filmes, pois ambos (documentário e filmes ficcionais) possuem duração variável e pretensões parecidas quanto à veiculação das suas asserções. Já a reportagem “é uma forma narrativa que nada tem em comum com o filme, mas se articula predominantemente dentro de outro formato enunciativo que vamos chamar de programa” (RAMOS, 2008, p.58).

Já Nichols rememora que, justamente pelo fato das reportagens estarem dentro de um programa televisivo com caráter jornalístico, seus objetivos para com o público são diferentes dos objetivos das narrativas documentais. Além disso, a estabilidade do telejornal sustenta a ideia de que, independente do caos no mundo, as reportagens televisivas são uma constante pela qual esperar.

Nos noticiários televisivos, a prova emocional funciona de maneira contrária à usual: o programa trabalha para acalmar a emoção, não para provocá-la. O que aconteceu no mundo não precisa nos perturbar, mesmo que realmente nos interesse. Não precisamos tomar nenhuma atitude específica, apenas assistir ao noticiário. [...] As coisas acontecem, pessoas morrem, mudam-se líderes, caem nações, mas o noticiário oferece um ponto de referência constante. Podemos crer nele para nos proporcionar uma janela para o mundo indefinidamente. (NICHOLS, 2005, p.84).

Nichols (2005) também sublinha o papel importante da figura dos âncoras e dos repórteres nas reportagens jornalísticas. Se por um lado o âncora dá o tom de imparcialidade, por outro o repórter é o cara que está sempre na cena. Isso gera a sensação de que o que é exibido na tela é a verdade e que as reportagens jornalísticas estão inseridas em um programa televisivo sério. Embora Ramos (2008) também afirme que documentários podem ser manipulados, é a simbologia da conversa entre âncora e repórter, e o fato do repórter estar transmitindo a informação dentro da cena em que ela se passa, que torna as reportagens televisivas tão fáceis de serem acreditadas.

2.1.2 Tipos de documentário

Neste trabalho de conclusão de curso, a divisão e análise dos subgêneros do cinema documentário será fundamentada com base na leitura do autor Bill Nichols. Para ele o estudo dos gêneros leva em consideração os traços característicos de vários grupos de cineastas e filmes (2005). Assim, quanto aos modos de representação, o autor identifica seis tipos principais de documentários: expositivo, poético, participativo, observativo, reflexivo e performático.

No entanto, Nichols (2005, p.136) também reforça a interseção dos subgêneros: “Um documentário reflexivo pode conter porções bem grandes de tomadas observativas ou participativas; um documentário expositivo pode incluir segmentos poéticos ou performáticos”. Para o autor, o desejo de propor maneiras diferentes de representar o mundo ajudou na formação de cada um desses modos. “Até certo ponto, cada modo de representação documental surge, em parte, da crescente insatisfação dos cineastas com um modo prévio” (NICHOLS, 2005, p.136).

O documentário expositivo, por exemplo, remete à década de 1920. Nele, há maior preocupação com a defesa de argumentos do que com a estética e subjetividade. Segundo Nichols, “Os documentários expositivos dependem muito de uma lógica informativa transmitida verbalmente” (2005 p. 143). É caracterizado com voz de Deus (voz over) e as imagens adquirem papel secundário, apenas servindo para ilustrar ou contrapor o que é dito. Em suma, os documentários desse tipo são mais argumentativos, objetivos e informativos.

Já no modo poético há uma valorização da emoção, do estado de ânimo, do tom e do afeto, em comparação com a razão. Como salienta Nichols (2005), tanto o modo poético como o expositivo sacrificam o ato específico de filmar as pessoas, a fim de construir padrões formais ou argumentos persuasivos. Os documentários produzidos nessa vertente costumam ser abstratos e representam a realidade de maneira mais subjetiva. Os documentários poéticos retiram do mundo histórico sua matéria-prima e, assim, a reinterpretação dos cineastas acaba por fim a contribuir na criação de obras sensoriais e de estética única.

Diferente do que foi visto até então, no modo participativo ocorre a intervenção do cineasta em cena, evidenciando a interferência da câmera na realidade dos fatos. Para Nichols, é justamente essa sensação da presença em

carne e osso que coloca o cineasta “na cena” e aproxima a relação entre ele e as fontes. “A presença do cineasta assume importância acentuada, desde o ato físico de “captar a imagem” [...], até o ato político de unir forças com aqueles que representam seus temas” (2005, p. 155). O autor também enfatiza a valorização da entrevista, aproximando o cineasta do perfil de jornalista investigativo.

Já no modo observativo, o oposto acontece: o diretor apenas observa seus personagens em suas atividades cotidianas. Para Nichols, “os filmes observativos mostram uma força especial ao dar uma ideia da duração real dos acontecimentos[...]” (2005, p. 149). Isso resulta em filmes onde não há narradores nem entrevistas, músicas ou efeitos sonoros, nem reconstituições históricas. A pretensão aqui é prezar pela neutralidade e naturalidade, transmitindo da melhor forma a realidade como ela é, sempre observando à distância. Dessa forma, a influência da câmera – e do diretor - é mínima.

No modo reflexivo, é questionado o próprio modo como o documentário atua e intervém na realidade. Para Nichols “é o modo de representação mais consciente de si mesmo e aquele que mais se questiona” (2005, p. 166). Nesse subgênero, é comum o uso de atores e atrizes profissionais no lugar de atores sociais. O objetivo é fazer o espectador passar a olhar para os documentários de maneira mais desconfiada e atenta. Assim, o foco está nos processos de negociação entre cineasta e o espectador.

Por fim, o modo performático combina acontecimentos reais e imaginários: Nichols salienta que “O documentário performático sublinha a complexidade de nosso conhecimento do mundo ao enfatizar suas dimensões subjetivas e afetivas.” (2005, p.169). Ou seja, o modo performático suscita questões sobre o que é o conhecimento e, por isso, faz muito uso de licença poética e narrativas alternativas com o objetivo de estimular a sensibilidade do espectador.

Para a realização da websérie documental, resultado deste trabalho de conclusão de curso, busco aplicar uma linguagem mais poética e observativa. Não faço uso de narração, nem apareço em cena durante os episódios, pois acredito que minha interferência poderia guiar negativamente as fontes a me dizerem o que eu quero ouvir. Portanto, é de extrema importância que elas se sintam livres para agirem de forma natural em frente às câmeras.

Também tenho a intenção de causar emoção nos meus telespectadores. Não quero apresentar uma produção audiovisual mastigada. Preciso que as pessoas

reflitam sobre as narrativas das personagens. As histórias relatadas pelas fontes estão entrelaçadas com diversos temas, como gordofobia, racismo, bodypositive, aceitação e bullying. Trabalhar as narrativas de uma maneira despretensiosa, em que o grande objetivo é captar essas histórias de forma pura e simbolicamente intimista, ajuda a afastar a websérie de uma grande reportagem televisiva além de, é claro, facilitar para que não se torne enfadonha para quem a assiste.

2.1.3 Websérie documental

A internet surgiu em 1969, nos Estados Unidos, com a função de interligar laboratórios de pesquisa. Por quase vinte anos, somente o meio acadêmico e científico tinha acesso a essa rede, e apenas em 1987 que seu uso foi liberado comercialmente, nos Estados Unidos. Poucos anos depois começam a surgir empresas provedoras de acesso à internet em outros países, como no Brasil, que liberou sua exploração comercial em 1995. No começo dos anos 2000, a internet tinha mais de 250 milhões de usuários em todo o mundo. Em 2018, de acordo com o último relatório *Digital in 2018*⁵, divulgado pelos serviços online *Hootsuite* e *We Are Social*, são quatro bilhões de pessoas conectadas à rede, representando mais da metade da população da terra.

Sobre o ponto de vista da comunicação, como classifica Castells no seu livro “A galáxia da Internet”, “a internet é o tecido de nossas vidas” (2003, p. 7). Ele a define como o primeiro meio de comunicação capaz de comunicar, em escala global, de muitos para muitos. “Nem utopia nem distopia, a Internet é a expressão de nós mesmos através de um código de comunicação específico que devemos compreender se quisermos mudar nossa realidade” (CASTELLS, 2003, p. 11).

A elasticidade das redes permite, inclusive, intensificar os temas presentes no nosso cotidiano. É esse caráter democrático da internet que Martino (2014) elucida no seu livro “Teoria das mídias digitais – linguagens, ambientes, redes”, ao considerar a internet um lugar privilegiado para a discussão de temas de relevância social. “[A internet] se destaca pelas possibilidades de interação entre públicos diferentes, de discutir assuntos de interesse geral e de participação política nos

⁵ Disponível em: <<https://hootsuite.com/pt/pages/digital-in-2018#>>

vários sentidos desta expressão” (MARTINO, 2014, p.90). Inseridos na Web, os produtos audiovisuais encontram uma nova fase dos meios de comunicação, devido principalmente à Cultura de Convergência, termo desenvolvido por Henry Jenkins.

A ideia dos meios de comunicação na cultura de convergência é bastante abrangente, e se refere desde às mídias de massa, como o cinema e a televisão, até as mídias digitais e as interações do ciberespaço. A convergência não significa que um meio novo destrua ou invalide um meio antigo, mas entende que ambos se modificam mutuamente em uma intersecção da qual emergem novos significados. (MARTINO, 2014, p. 36)

A cultura de convergência, por sua vez, também representa uma alteração da maneira como o indivíduo é visto no processo de comunicação, e isso independe da lógica empresarial por trás da industrial cultural. Ainda segundo Martino (2014), quando inserido na web e na cultura de convergência, o receptor se torna alguém produtivo, argumentativo, que não somente reinterpreta as mensagens da mídia segundo seus próprios códigos culturais, como também reconstrói mensagens e as lança novamente no espaço público, via meios digitais.

Essa mudança de perfil do telespectador – mais exigente e participativo – obrigou as produções audiovisuais a inovarem, tanto no meio, como na forma. Nesse cenário, vale lembrar que o webjornalismo já vinha sofrendo mudanças constantes desde o seu surgimento. As dificuldades residiam, principalmente, na criação de conteúdo específico para as mídias digitais, que pudessem se adequar a elas. Segundo Victor Lemos (2009), a forma de produzir para a web deve ser distinta. É preciso que esse conteúdo audiovisual se enquadre, não somente no meio digital, mas também na vida dos internautas.

Para Lemos, a web, enquanto rede, é composta por vários computadores ligados entre si, repletos de hiperligações que permitem ao usuário navegar de página em página e de conteúdo em conteúdo. É essa particularidade que permite novas possibilidades de ilustrar as narrativas, visto que “permite que a narrativa se espalhe por outros meios, sem necessidade de uma linearidade rígida” (LEMOS, 2009, p. 36).

Neste cenário, influenciados pelas séries de ficção e pelas novelas, surgiram as “webséries”. Para Eutália Ramos e Dorneles Neves, elas significam uma “união da narrativa seriada televisiva com a plataforma digital como segmento de veiculação e transmissão do conteúdo audiovisual.” (NEVES, RAMOS, 2015, p. 88).

Segundo Neves e Ramos, a duração ideal da websérie varia de três a 10 minutos, tempo ideal para que o espectador não se distraia assistindo o vídeo, e se identifique com a produção apresentada.

No que se refere à prática jornalística, a apropriação das webséries pelo jornalismo diz respeito ao desenvolvimento de conteúdos específicos para as redes. Nesse contexto de inovações tecnológicas no jornalismo, surgem as webséries documentais. Para entender seu surgimento, Neves e Ramos (2015) explicam que a demanda desses conteúdos na web parte do interesse do público, que quer consumir audiovisual através da internet, espaço em que tem liberdade para buscar conteúdos e realizar variadas tarefas. Portanto, as webséries se apresentam como uma forma de tornar os documentários mais interativos, aumentando as possibilidades de difusão de conhecimento.

A websérie documental relaciona-se melhor com o novo público, que por sua vez é mais participativo e busca essa proximidade e interatividade. Segundo José Jullian Gomes de Souza e Paulo Eduardo Cajazeira, as webséries mantêm algumas características próprias, como a narrativa, o formato, a duração dos episódios e o ambiente de circulação. Nesse aspecto, segundo os autores, as webséries provocam uma reflexão sobre o futuro que o audiovisual percorrerá nos próximos anos, principalmente no campo das ciências da comunicação e em sua abertura para os novos formatos jornalísticos.

O ciberjornalismo ou webjornalismo, entre outras denominações, tem buscado propiciar essa maior participação do público, que buscava desde a televisão, estar ativamente participando do processo criativo e construtivo do conteúdo. (CAJAZEIRA, SOUZA, 2015, p. 9)

2.1.4 YouTube

O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos criada em 2005 por Chad Hurley, Jawed Karim e Steve Chen, com sede em San Bruno, na Califórnia. Em 2006 a Google comprou o site por US \$ 1,65 bilhão, e hoje o YouTube funciona como uma das suas subsidiárias.⁶ Já o conteúdo do site varia

⁶ Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm>>

entre vídeos caseiros e profissionais e, como elucida Neves e Ramos (2015), o YouTube apresentou aos usuários a liberdade de escolha entre diversas opções, conseguindo dessa forma unir todo tipo de conteúdo - rádio, cinema e televisão -, em um só lugar.

Por possibilitar a distribuição digital de produtos audiovisuais gratuitamente para os espectadores, e por ser possível tocar as pessoas de uma maneira bem mais acessível e mundial, escolhi essa plataforma para lançar a Websérie. De fato, em pouco mais de uma década de história, o YouTube se tornou o principal site para compartilhar vídeos online, destacando-se dos demais sites que oferecem o mesmo serviço. Segundo relatório YouTube Insights⁷, publicação que reúne dados de algumas das principais categorias do site a fim de oferecer matéria prima para o planejamento de agências e marcas, em 2017, 95% da população online brasileira acessou o canal do Google ao menos uma vez por mês. “[O YouTube] tem vindo a afirmar a sua hegemonia, enquanto plataforma de vídeo online mais visitada, de entre todas as outras, que têm surgido” (LEMOS, 2009, p.40).

2.2 FOBIA

Como dito anteriormente, segundo o dicionário Michaelis On-line, fobia significa “falta de tolerância ou aversão a algo”. Contudo, é a explicação para a psicologia que merece maior destaque. Para Ivan Ward (2005), autor do livro “Conceitos da Psicanálise – Fobia” há duas hipóteses não-psicanalíticas comuns de fobia: a primeira delas diz respeito à teoria de que elas são resquícios do passado evolucionário e remontam a perigos reais já enfrentados por nossos antepassados. A repugnância por cobras, por exemplo, se aplica a essa teoria. Já a segunda hipótese explora a ligação das fobias com os traumas infantis. O medo de cachorros é assim explicado por uma mordida que, quando criança, a pessoa recebeu. No entanto, Ward (2005) reforça a dificuldade de entender por que, em determinada situação, surge uma fobia e não uma inibição. E, quando ela surge, os sentimentos que ela evoca:

⁷ Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/youtubeinsights/2017/introducao/>>

A fobia realmente evoca essas situações – nascimento, desamparo, separação e abandono, perda do amor, cena primitiva, ameaças a integridade do corpo (castração), morte de si mesmo e dos outros. A fobia também simboliza algumas das fantasias mais assustadoras e impulsos sádicos. (WARD, 2005, p. 62).

É interessante ressaltar que Ward classifica as fobias como pedaços da mente que foram colocados no mundo exterior e, por tal definição, é possível enxergar seu aspecto benéfico: são as fobias que dão aos adultos a noção do que eles precisam superar para crescerem (WARD, 2005). Entretanto, observando a quantidade e a diversidade de fobias existentes, Ward percebe que o que realmente assusta os seres humanos não é o objeto fóxico em questão, mas sim o medo presente dentro da mente (WARD, 2005).

Jarid Arraes, escritora, cordelista e poeta brasileira, também militante gorda, vê a gordofobia como “uma forma de discriminação estruturada e disseminada nos mais variados contextos socioculturais, consistindo na desvalorização, estigmatização e hostilização de pessoas gordas e seus corpos.” (ARRAES, 2014). Ela defende que as atitudes gordofóbicas geralmente reforçam estereótipos e impõem situações degradantes com fins segregacionistas.

Essa forma de discriminação, por sua vez, é difícil de ser combatida. Como Ward (2005) apontou, as fobias estão presentes dentro da mente. Arraes (2014) explica que uma das maiores dificuldades ao se enfrentar a gordofobia é a resistência social de reconhecer esse preconceito. E, embora a gordofobia esteja atrelada a luta feminista, Arraes (2014) acredita que, em muitos casos, a abordagem feminista a respeito da gordofobia é superficial e não desenvolve propostas concretas de enfrentamento ao preconceito. Isso se deve, em parte, pelo debate contra a gordofobia ainda ser uma discussão relativamente recente. Por outro lado, “as mulheres são ensinadas desde cedo a compertir umas com as outras. Naturalmente, em muitos casos elas passam a acreditar que criticar o corpo das outras é perfeitamente aceitável” (ARRAES, 2014).

2.3 PADRÕES DE BELEZA

Embora todos os seres humanos sofram pressão estética e estejam condicionados a seguir um padrão determinante, essa pressão sobre o corpo feminino é muito mais intensa do que sobre o corpo masculino. Segundo Naomi Wolf (1992), isso se deu graças à histórica submissão feminina, que ajudou a reforçar a existência do mito da beleza. No entanto, embora a autora reforce o fato de que atualmente o mito da beleza é uma das últimas formas de dominação dos homens para com as mulheres, a beleza nem sempre agiu isoladamente no que diz respeito à submissão feminina. Fatores externos, como condições sociais, determinavam o padrão de beleza vigente e, portanto, a forma como esses padrões influenciaram o comportamento da época.

“Muitas vezes, as atribuições de beleza ou de feiura eram devidas não a critérios estéticos, mas a critérios políticos ou sociais” (ECO, 2007, p. 12). Isso explica porque, na antiguidade, o conceito de beleza feminina estava ligado à questão da reprodução. Estima-se que a escultura Vênus de Willendorf foi esculpida entre 28.000 e 25.000 anos antes de Cristo e representava uma idealização da mulher, com seios e barriga extremamente volumosos, evidenciando a relação forte com o conceito da fertilidade.

Do período em que a Vênus de Willendorf foi esculpida até o século 15, o padrão de beleza mudou bastante. A importância do renascimento para a história da arte deixou um interessante legado para os padrões de beleza, visto que as esculturas e pinturas dão uma visão clara do ideal de corpo de cada época. Durante os longos períodos de fome da Idade Média, por exemplo, ser gordo era sinônimo de prosperidade, visto que só os ricos e bem-sucedidos tinham dinheiro para comprar alimentos.

Já no final do século 15, com Leonardo da Vinci e o Homem Vitruviano (1490), passou-se a expressar um gosto pelas proporções matemáticas do corpo humano. De acordo com o escritor e filósofo Umberto Eco, (2004, p. 61), essa noção de que beleza estava ligada às proporções surgiu na antiguidade e se perpetuou ao longo dos séculos. Isso também é visto em “O nascimento de Vênus”, de Botticelli, que representa um padrão da beleza feminino inspirado na arte antiga clássica, com pele branca, curvas e ventre bem marcado, que evidenciavam sua feminilidade.

No século 16, por conta da valorização da moral e da pintura, a beleza passou a ser associada às partes de cima do corpo, como o busto, o rosto e os cabelos. Surge um ideal romântico da mulher, de bochechas coradas e pele branca, olhos negros e profundos. Enquanto à mulher foi atribuída a beleza e a delicadeza, ao homem coube a firmeza, destreza e coragem.

Uma divisão se faz aqui, orientando nitidamente, e por muito tempo, os gêneros em direção a duas qualidades opostas: a força para o homem, a beleza para a mulher; para um 'o trabalho da cidade e do campo', para a outra, 'o agasalho da casa'. Fronteiras decisivas entre os papéis, fronteiras decisivas entre as aparências. (VIGARELLO, 2006, p. 24)

Segundo Vigarello (2006), já no século 17, o discurso dominante pregava a existência de uma beleza natural. A obsessão pelas partes de cima do corpo aos poucos foi deixada de lado, de modo que a beleza corporal começou a ser enaltecida, em especial a cintura e o quadril. Em paralelo a isso, as mulheres encontraram formas eficazes de artificializar a beleza, como o espartilho, que era usado para adquirir beleza e corrigir defeitos. Essa lógica estava ligada a uma nova dinâmica social, onde se valorizava a etiqueta e boa postura. “É uma beleza mais cotidiana que se impõe aqui, uma prática de pessoas notáveis, um trabalho sobre o olhar e a curiosidade que renovam o conteúdo da urbanidade” (VIGARELLO, 2006, p. 48). Nesse aspecto, a beleza é transformada em comportamento quando surgem objetos específicos do mundo feminino: pó de arroz, espargidos nos cabelos, perfumes, óleos, águas virginais entre outros.

Esse cenário pouco muda com a chegada do século 18, com a exceção de um estreitamento entre a beleza e os sentimentos individuais das pessoas. De acordo com Vigarello (2006), o belo era aquele que despertava curiosidade e desejo. A pele, que precisava ser firme e forte, encontrava nos cosméticos e na higiene pessoal uma forma de se manter sempre saudável. A água, privilégio de poucos, proporcionava o “banho de beleza”, que por sua vez estimulava, dava pureza e brancura à pele feminina. Curiosamente, essa individualização da beleza impactou profundamente o coletivo: afinal, essa beleza dizia respeito a um grupo, uma sociedade. “Bem mais notável é a maneira como a aparência física se torna aqui o indício de um recurso coletivo: ‘aperfeiçoar a espécie’ ‘enriquecer a espécie’ ‘preservar a espécie’” (VIGARELLO, 2006, p. 100).

É interessante observar que a figura do gordo, que desde o século 17 vinha sofrendo repressões, encontrou no século 18 um entrave notável. Tendo a beleza adquirido forte caráter individual, pessoas gordas foram associadas a pessoas sem personalidade. Segundo Vigarello (2006), a beleza física, por sua vez, passou a ser exteriorizada, pois virou um atributo necessário para determinar caráter moral e social. Já Wolf (1992) salienta a ligação entre padrão estético e comportamento social:

As qualidades que um determinado período considera belas nas mulheres são apenas símbolos do comportamento feminino que aquele período julga ser desejável. O mito da beleza na realidade sempre determina o comportamento, não a aparência. (WOLF, 1992, p. 17).

Com a chegada do século 19, foi possível delinear uma ideia de beleza “vitoriana”, vinculada aos costumes da burguesia britânica. Principalmente da metade do século 19 em diante, a figura do corpo humano, em especial o feminino, passou por mudanças significativas. “O olhar sobre o corpo se enriqueceu inexoravelmente, acrescentando detalhes estéticos, indicações, palavras” (VIGARELLO, 2006, p. 101). Pela primeira vez foi dada às partes de baixo maior atenção, acompanhada de mudanças no vestuário feminino. Os vestidos, antigamente com várias camadas e crinolinas para lhe dar volume, se tornam mais justos, realçando os quadris. “A anatomia feminina permanece claramente finalizada, identificando mais do que nunca a mulher com fecundidade” (VIGARELLO, 2006, p. 108).

Como salienta Vigarello (2006), o nu também ganha maior destaque, principalmente com a viralização dos banhos de praia e do espelho: o banho de mar torna-se divertimento e, no começo do século 20, as mulheres passaram a usar túnicas apertadas até a metade das coxas, chamando a atenção para as pernas femininas. Já o espelho, principalmente os modelos acoplados aos armários, ganhou notória importância na cultura burguesa. Todo quarto, banheiro e salão possuía um espelho, o que facilitou que não só o corpo fosse constantemente observado, mas também o nu admirado. “O banheiro é mais do que isso. É a conquista de um espaço ‘para si’: um lugar que permite ‘não ser visto’ para melhor se consagrar ao ‘culto da beleza’” (VIGARELLO, 2006, p. 135).

Essa valorização do corpo, que pela primeira vez as roupas começaram a exibir e marcar com mais assiduidade, deu maior liberdade aos desejos da carne. Com o mercado da beleza em constante ascensão em conjunto com a nova obsessão pelas pernas, não é de se surpreender que engordar fosse algo a se evitar. De acordo com Vigarello (2006), a palavra obesidade ganha singularidade feminina, e os quadris são o foco: era preciso evitar seu desenvolvimento, sua espessura. Criam-se os roletes, que permitiam às mulheres que pudessem massagear com força suas curvas, a fim de comprimi-las. Surgem também os primeiros regimes, métodos difundidos amplamente pelas revistas da época.

A Enciclopédia ilustrada das ganâncias femininas propõe, sob esse aspecto, sete métodos diferentes, em 1892. *La Vi Parasienne*, oito, em 1896. Os debates são precisos, quantificados. Seja, por exemplo, beber pouco durante uma cura de emagrecimento para evitar o acúmulo de umidades internas; ao contrário, seja beber muito para explorar o poder diluidor da água. (VIGARELLO, 2006, p. 132).

Com a chegada do século 20 se difundiu a ideia de corpos mais livres e atléticos. Segundo Vigarello (2006), no que diz respeito aos homens, o imaginário antigo de força física encontra na revolução industrial e nas novas formas de trabalho um terreno fértil para ser explorada. Já as mulheres, embora a ideia de praticar esportes ainda fosse reprimida socialmente, passam a valorizar o tempo de lazer fora de casa, no sol, fazendo exercício e sendo mais ativa fisicamente.

Essa apresentação de corpos ensolarados, ativos *seminus* tem consequência sobre as imagens comedidas: ela mistura vigor e magreza. Os efeitos musculares se juntam aqui aos efeitos da carne: “O que faz a beleza é um corpo magro e musculoso que se movimenta com leveza”. (VIGARELLO, 2006, p. 149).

Importante ressaltar que, com a virada do século, as mulheres passam a conquistar maior espaço na sociedade, principalmente com o Movimento sufragista na Inglaterra e nos Estados Unidos. No entanto, o valor da mulher ainda era medido exclusivamente pela beleza que possuía. De acordo com Sant’Anna (2014), no Brasil, por exemplo, a elegância do estrangeiro criou raízes culturais e atingia tanto homens quanto mulheres. Para parecer bonito era preciso se vestir bem e ter boa postura. Para parecer bonita, era preciso se vestir bem, ter boa postura, ser

disciplinada, e possuir virtude e feminilidade. Quanto ao corpo, o elegante era não pender para nenhum dos lados: nem muito gordo nem muito magro.

Entretanto, uma silhueta muito gorda ou um “estica” — ou seja, alguém magro ao extremo — eram considerados feios porque habitavam os extremos de uma linha imaginária cujo maior valor era o meio termo. Este era o ponto central de toda a elegância almejada. (SANT’ANNA, 2014, p 30).

A necessidade de parecer europeia também afetava diretamente a moda brasileira da época, que insistia em vestidos grossos e pesados, que não combinavam com o clima tropical. Com a necessidade de parecer flexível, as roupas aos poucos vão se modificando, de modo que em 1920 os vestidos já eram mais colados, curtos e leves. Com as duas Guerras Mundiais, saíram de vez as cintas e corpetes e entraram as calcinhas e sutiãs. As pernas, que estavam ganhando destaque desde o século anterior, passam a ser valorizadas com meias.

Outro ponto importante a ressaltar é o mercado da beleza. Em lenta ascensão desde o século 17, sofre um impulso notável no final do século 19. Conforme Sant’Anna (2014), o primeiro creme em pote é criado em 1860, ano em que Eugéne Rimmel lança a máscara para cílios. Pouco depois os ingleses surgem com o primeiro shampoo e em 1897 a marca Shiseido — existente até os dias atuais — cria a primeira loção embelezadora.

Apesar do que possa indicar, Sant’Anna (2014) afirma que o mercado de beleza encontrou algumas represálias sociais, mesmo no Brasil, onde a publicidade funcionava a todo vapor. Acreditava-se que a mulher que usasse cosméticos em demorado estava mascarando suas falhas e modificando a obra divina, o corpo feminino dado por Deus. Esse pensamento, existente no imaginário desde o século 17, passa a mudar com o cinema e a publicidade. “Numa época em que o número de atrizes era superior ao de atores, o cinema era uma grande referência para a moda e o embelezamento do corpo” (SANT’ANNA, 2014, p. 50). No Brasil, atrizes nacionais e internacionais se tornam ícones, principalmente as que pintavam as bochechas e lábios.

A publicidade se encarregou de vender produtos milagrosos que prometiam ressaltar a beleza feminina, mesmo em tempo de guerra. Wolf (1992) resalta que à

medida que as mulheres reagiram favoravelmente e assumiram funções masculinas de melhor remuneração, uma nova sensação de competência e confiança às estimulava. No entanto, a propaganda ia na contramão disso, reforçando estereótipos de feminilidade:

Um anúncio de creme de limpeza da Pond's apresentava o seguinte texto: "Gostamos de sentir que parecemos femininas mesmo que estejamos desempenhando uma tarefa talhada para um homem... por isso usamos flores e fitas no cabelo e tentamos manter o rosto o mais bonito possível." Costello menciona um anúncio de uma indústria de cosméticos que admitia que, embora a guerra não pudesse ser ganha com o batom, "ele simboliza uma das razões pelas quais lutamos... o precioso direito de as mulheres serem femininas e lindas". (WOLF, 1992, p. 82).

As revistas femininas na década de 1930, por exemplo, alertavam as mulheres para irem às casas de ginásticas e serem sedutoras, se valendo da ajuda de cosméticos, principalmente a maquiagem, que aos poucos deixa de ter caráter negativo e passa a denotar cuidado. É da publicidade também a missão de divulgar os primeiros procedimentos estéticos, como as correções no nariz e a suavização de rugas. No Brasil, e também no resto do mundo, acreditava-se que um corpo bem cuidado “por dentro” refletiria beleza exterior.

Nos anos 1920, o motor corporal era representado pelo coração ou pelos pulmões. Os muito gordos o eram sobretudo porque seus “motores” não trabalham suficientemente bem, daí o excesso de gordura em seus corpos. Aliás, o culto ao emagrecimento foi inserido na propaganda e nas imagens impressas principalmente a partir dessa década, quando o Brasil contava com cerca de 186 laboratórios farmacêuticos. (SANT’ANNA, 2014, p 60.)

No entanto, para alcançar essa beleza, era necessário se esforçar. Vigarello (2006) salienta que, principalmente no período entre as duas guerras, as palavras chave eram: regime, disciplina e cultura física. Para alcançar o corpo ideal era preciso obediência. Muitos alimentos foram abolidos dos cardápios, como açúcar e carboidrato, pois foram apontados como causadores da obesidade. Produtos emagrecedores, regimes e procedimentos estéticos ocupavam as páginas das revistas da época. De acordo com o autor, com a multiplicação das revistas femininas, a partir de 1960, ocorreu uma maior generalização da cultura da estética.

A publicidade passou a ocupar de 60% a 70% as páginas da *Elle*, *Vogue* e *Jardin des Modes*, impondo uma carga visual muito forte em seu público. Com os avanços tecnológicos e medicinais sendo amplamente divulgados pelas revistas e almanaques, a estética física passa a ser orientada, e o emagrecimento se torna uma obrigação.

A valorização do físico forte, esbelto e flexível, que apareceu primeiramente na Grécia antiga e chegou ao universo feminino no século 19, chega ao século 21 atrelada ao de bem-estar. Sant'Anna (2014) reforça a ligação entre as jovens “funkeiras” e “cachorras” de 1990 com a aparição das mulheres saradas do início do século. Hoje vende-se a concepção de que é importante que haja uma harmonia em seu corpo mas que, para alcançá-la, é preciso que o mesmo esteja saudável, bonito e perfeito.

Não muito distante da imagem da funkeira difundida pela mídia, as “garotas superpoderosas”, confunde uma reportagem publicada na “revista O Globo, tornaram-se musas do carnaval carioca desde meados dos anos 2000. O programa Big Brother Brasil contribuiu para a divulgação dos corpos turbinados ou bombados, mas a ascensão de uma nova classe média no país, ávida pelo consumo de marcas de luxo, e o acesso a uma hipersaúde – o que significa o desejo de adquirir um corpo 100% forte e seguro de si – forneceram a formatação final para os corpos das novas “mulheres bombas. (SANT'ANNA, 2014, p.178).

Em nenhuma outra época o corpo magro adquiriu um sentido de corpo ideal e esteve tão em evidência como no século 21. Com a ajuda dos cosméticos e da medicina, acredita-se que é possível dominar a aparência. Com as cirurgias plásticas é possível exibir sempre o melhor da sua personalidade, do seu eu. De acordo com o levantamento feito em 2016 pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP),⁸ foram realizadas 839.288 operações em 2016. Desse total, 57% foram cirurgias plásticas. O mesmo estudo revelou que, entre 2014 e 2016, o número de procedimentos não cirúrgicos (como peeling, preenchimento, etc) subiu cerca de 390%. Por isso é tão difícil aceitar a diversidade de corpos humanos, pois vende-se a ideia de que ele é moldável como uma argila, e que para moldá-lo basta determinação. Segundo Wolf (1992, 24), “O mito da beleza no momento é mais

⁸ Disponível em: <<http://www2.cirurgioplastica.org.br/pesquisas/>>

insidioso do que qualquer mística da feminilidade surgida até agora.”, pois os estragos contemporâneos provocados pela reação do sistema estão destruindo o físico e exaurindo psicologicamente milhares de mulheres.

Com a internet, esse cenário tende a piorar. Em 2016, por exemplo, as chinesas lançaram um "desafio", em que as garotas deviam medir suas cinturas comparando-as à largura de uma folha de papel A4 (de 21 centímetros): se o tamanho batesse, era porque elas estavam em forma. Tal desafio fez muito sucesso no mundo inteiro e, pouco tempo depois, outro desafio foi lançado nas redes. Agora, as garotas deveriam postar uma foto com os braços dando a volta na cintura e as mãos alcançando o umbigo.

Essas, e outras brincadeiras semelhantes, têm o objetivo de exaltar a magreza, que é o padrão de beleza vigente do século 21. E, embora a mulher seja magra, ela não está imune a comentários sobre a sua aparência. Valorizar a mulher com base na quantidade de beleza que possui é uma característica secular ainda em evidência na atualidade. Portanto, todas as mulheres estão sujeitas a sofrer com a pressão estética, que dita a magreza como requisito para o corpo ideal feminino.

Entretanto, mulheres diferentes sentem as pressões estéticas de forma diferente. Historicamente sabe-se que pertencer ao padrão vigente é sorte concedida a poucos. Desde a antiguidade, quando a comida era escassa e o corpo gordo valorizado, até a atualidade, em que apenas um biotipo é valorizado, a mulher magra, porém “feia”, traz consigo experiências diferentes daquelas magras e consideradas “atraentes de rosto e de corpo”. Tal é o ditado “Raimunda, feia de rosto, boa de bunda”.

Os padrões estéticos se tornam problema social quando cinco docentes obesas são consideradas “inaptas” pelo departamento de Perícias Médicas de São Paulo em 2011, embora não contratar uma pessoa por causa da sua aparência seja proibido por Lei no Brasil. A reportagem, divulgada pela Folha de S. Paulo no dia 2 de fevereiro de 2011⁹, trouxe os relatos das mulheres afirmando que seus exames de saúde não apresentavam anomalias que justificassem a decisão do departamento de perícia. Padrão estético é um problema social quando uma menina irlandesa chamada Milly Tuomey, de 11 anos, se suicida após publicar uma

⁹ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff0202201101.htm>>

mensagem no seu instagram em que dizia não aceitar a própria aparência. De acordo com o jornal "Daily Mail"¹⁰, a menina chegou a ser socorrida pelos pais, mas morreu no hospital.

Vale ressaltar também que a beleza está diretamente ligada à submissão feminina. Segundo Wolf (1992), o mito da beleza não tem absolutamente nada a ver com as mulheres. Ele diz respeito às instituições masculinas e ao poder institucional dos homens. Na sociedade patriarcal o corpo feminino não pertence a ela, mas sim ao homem.

A liberdade conquistada pelas mulheres nos últimos anos representa um avanço, mas a pressão estética colocada sobre elas representa um retrocesso. "Quanto mais numerosos foram os obstáculos legais e materiais vencidos pelas mulheres, mais rígidas, pesadas e cruéis foram as imagens da beleza feminina a nós impostas." (WOLF, 1992, p. 11) De um jeito ou de outro não há como a mulher vencer, pois ela está condicionada a seguir um padrão que ditará suas oportunidades - e principalmente - seu lugar na sociedade.

¹⁰ Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-5136131/Girl-wrote-Instagram-taking-life.html>>

3 METODOLOGIA

3.1 PÚBLICO ALVO

Sendo a gordofobia um tema de interesse social, que atinge estruturas sociais e comportamentais, todos que vivem em sociedade poderão compreender a websérie e se beneficiar de assisti-la. No entanto, como as personagens apresentadas são todas mulheres, o público alvo tenderá para o público feminino, em especial acima do peso ou envolvidos com o movimento feminista.

3.2 INSPIRAÇÕES AUDIOVISUAIS

O documentário *Embrace* (ou *Abrace*, em português), idealizado por Taryn Brumfitt, fundadora do Body Image Movement (BIM) - Movimento de Imagem do Corpo -, estreou nos Estados Unidos no dia 14 de fevereiro de 2017 e hoje está disponível em plataformas como o iTunes ou a Netflix. O longa traz vários depoimentos femininos sobre os estereótipos de beleza criados pela mídia e como isso impacta a vida das mulheres. Taryn levou dois anos para percorrer vários países e entender o motivo pelo qual mulheres têm preconceito, medo e desprezo pelo próprio corpo.

Embrace serviu de inspiração para esse projeto por duas razões: sua pergunta chave, que dá base a toda a narrativa, e a linguagem usada, que chama a atenção pela objetividade. A pergunta “por que as mulheres odeiam tanto seus corpos?” direciona o documentário e lhe deixa dinâmico. A pergunta surgiu após Taryn ter em mãos um levantamento que mostrou que 91% das mulheres do mundo são infelizes com o próprio corpo. Todas as entrevistas tinham como objetivo responder à pergunta principal e à pluralidade das fontes, assim como o ritmo das entrevistas e o pouco tempo de tela, deram ao documentário o dinamismo necessário para que não ficasse enfadonho e nem confuso.

Outro documentário importante para esse projeto de conclusão de curso é o documentário “Jogo de cena”, dirigido por Eduardo Coutinho, lançado em 9 de novembro de 2007. Atendendo a um anúncio de jornal, oitenta e três mulheres, interessadas em participar do documentário, contaram suas histórias de vida em um estúdio. Em setembro do mesmo ano, atrizes interpretaram algumas dessas

histórias contadas pelas personagens escolhidas. O grande trunfo do longa é não revelar de imediato o que é encenação e o que é história pessoal. Essa mistura entre a realidade e a dramaturgia deixa em evidência a importância das histórias, algo que tenho muito apreço na minha websérie documental. Além disso, a linguagem cinematográfica também é de se admirar: as personagens narram suas histórias sentadas em banquinhos na frente da luz. Assim, temos uma supervalorização do ser humano e de sua história.

“Jogo de cena”, portanto, foi fundamental para definir as diretrizes dos meus cenários. Eu sabia desde o início que gravaria dentro dos quartos das personagens, mas não sabia como posicioná-las em cena. Coutinho e sua simplicidade me fizeram ver que, quando a história é boa, basta um banquinho e uma boa iluminação para que o audiovisual encontre seu objetivo de entreter e informar.

O último documentário que me inspirei foi o projeto de conclusão de curso chamado GORDA, dirigido por Luiza Junqueira. Disponível no YouTube¹¹, o documentário de 15 minutos aborda a relação de três mulheres gordas com seus corpos. Nele, as mulheres ganham espaço livre para falarem à vontade sobre o que pensam sobre seus corpos e a sociedade. A escolha das personagens priorizou mulheres em diferentes estágios de autoaceitação; desde as mais “bem resolvidas”, até as que possuíam problemas em relação à sua autoimagem.

Luiza optou por gravar takes de pele e nudez para contrapor com os depoimentos das personagens. A trilha sonora grega, assim como as vestimentas escolhidas (fazem alusão a togas grego-romanas) e o cenário em cores pastéis, criou o tom de exaltação ao período renascentista (que costumava enaltecer o corpo gordo). Por se aproximar de uma produção estudantil, GORDA me ajudou a perceber os mecanismos simples – porém inteligentes – que a Luiza usou para criar a narrativa do documentário, sempre trazendo em pauta a ligação com o corpo, com a gordofobia e com a aceitação, conforme trabalhava em cima dos depoimentos das suas personagens.

3.3 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

¹¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PVoZftl7Ebs>>

3.3.1 Organização da Websérie

Com o objetivo de obter informações sobre o tema proposto neste trabalho, a pesquisa inicial se deu com leitura de artigos, em especial àqueles que tratassem a obesidade sobre uma perspectiva científica. Em um segundo momento a procura focou mais no âmbito jornalístico: como a grande mídia tratava os gordos? As duas reportagens que mais me ajudaram a entender o tema foram as reportagens da Superinteressante¹² e da Revista Galileu¹³.

Após as pesquisas iniciais, determinei que faria um documentário. Meu objetivo era retratar as personagens em audiovisual devido à falta de representatividade visual que as mulheres gordas possuem. No entanto, após definir minhas personagens, percebi que elas tinham vivências muito diferentes entre si, e que, portanto, um documentário talvez não fosse a escolha mais sábia, devido às novas circunstâncias. Pesquisando um pouco mais sobre webséries, percebi que a história das minhas fontes se adequava melhor em uma perspectiva única, com maior tempo de tela, algo que o formato das webséries me proporcionava.

Portanto, defini que faria três episódios: um que retratasse a gordofobia no meio acadêmico, outro que trataria a gordofobia quando aliada ao racismo, e por fim um sobre *bodypositive*. A escolha da ordem dos episódios seguiu a seguinte lógica: queria que o primeiro episódio tivesse um caráter de denúncia, o segundo mais intimista, e o último de alegria e tranquilidade. Também estipulei um limite de seis a oito minutos por episódio.

Como já dito anteriormente, as entrevistas foram feitas dentro da casa das entrevistadas, a fim de captar com maior exatidão a vida da personagem e o local em que elas se sentem mais seguras. De acordo com Lucena (2012), o plano é a unidade básica da linguagem das imagens em movimento. Como ele descreve, os planos mais fechados são os ideais para expressarem as emoções humanas. No entanto, essa não foi a única razão pela qual priorizei os planos mais fechados na websérie. A escolha também se deu como uma forma de preservar as fontes, que

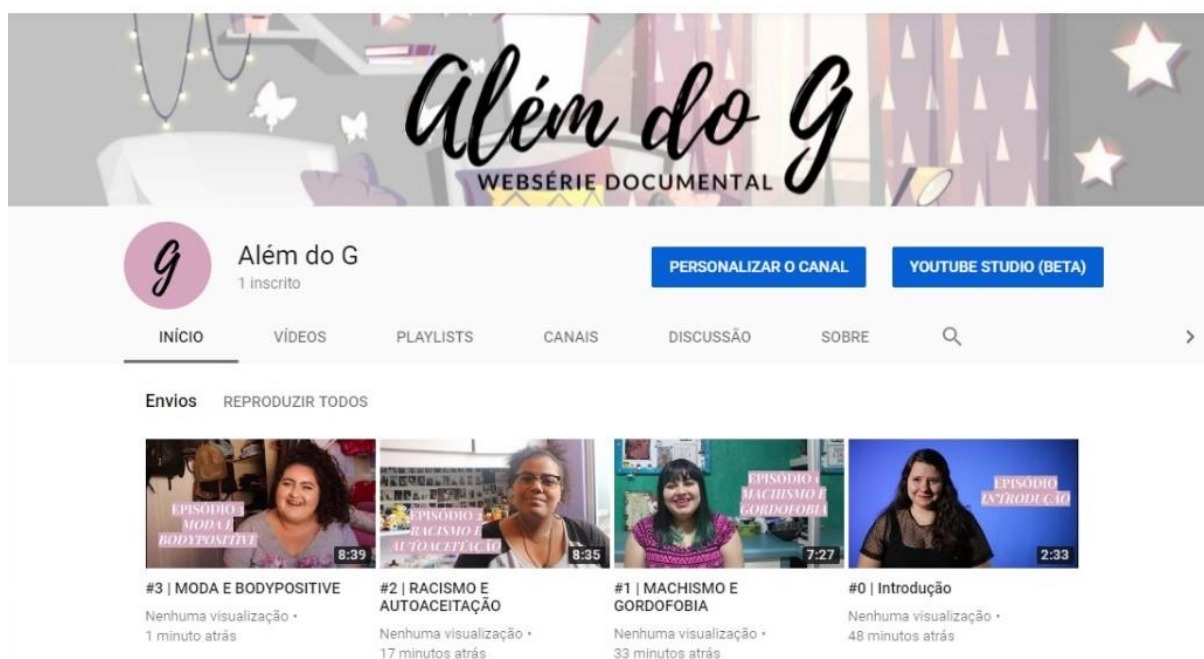
¹² Disponível em: <<https://super.abril.com.br/comportamento/por-que-achamos-que-ser-magro-e-bonito/>>

¹³ Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2017/05/gordofobia-por-que-esse-preconceito-e-mais-grave-do-que-voce-pensa.html>>

não se sentiam confortáveis em exibirem a barriga ou os seios no enquadramento da câmera.

O nome da websérie, “Além do G”, funciona como uma metáfora subjetiva. Ao mesmo tempo que lembra a classificação das roupas, também traz consigo a noção de que as fontes são muito mais do que apenas mulheres gordas.

Ao escolher o YouTube como plataforma para o lançamento dos episódios, precisei criar um novo e-mail e para que tivesse acesso a um canal específico para a websérie. Depois de editados, os episódios foram inseridos no canal do YouTube criado, que tem o mesmo nome da websérie. (Link de acesso: <https://bit.ly/2Cerj4a>). A arte de capa do canal é o mesmo quarto da vinheta, a fim de manter um padrão de arte para todo o projeto.



3.3.2 Personagens

Entende-se que a gordofobia atinge mulheres de diferentes formas, impactos estes que dependem da vivência de cada mulher. Por isso, esta websérie nasce com a ideia de ter mais episódios, de modo a ampliar o leque de depoimentos e histórias. Nos demais episódios, seria indicado entrevistar mulheres idosas, mães, LGBTQ+, vítimas de gordofobia médica, entre outras realidades que não são exploradas nos três primeiros episódios.

Quanto às três personagens escolhidas, elas foram encontradas por meio de uma postagem no Facebook pessoal da autora deste trabalho de conclusão de curso. São elas:

Personagens:	Informações:	Dificuldades de gravação:
Gabrielli Lammel Felix	20 anos. Estudante de Engenharia Mecânica da Universidade Federal do Paraná, relata a gordofobia e o machismo sofrido em sala de aula.	A voz dela era muito baixa, o que tornou difícil captar pelo gravador. Devido ao barulho externo, também precisamos fechar a porta e as janelas, resultando em falta de luz natural.
Letícia Barbosa	23 anos. Estudante de Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná, relata o racismo e a gordofobia sofridos na infância e na adolescência.	Seu quarto era muito pequeno, o que impossibilitou planos mais abertos. Também tive problemas com a luz solar, que foi desaparecendo e mudando a cor do vídeo conforme o andamento da entrevista.
Larissa Zancheta	19 anos. Trabalha em um estúdio de tatuagens e possui um brechó online, onde garimpa roupas de diversos tamanhos. Relata sua relação com moda e com o próprio corpo.	A personagem falava muito rápido, o que prejudicou a edição.

3.3.2.1 Técnicas de edição e montagem

Para a captação das imagens, foram utilizadas uma Câmera Canon T5i, variando entre as lentes 18/55mm e 55/250mm e um iPhone 7. Também foi utilizado um tripé para a câmera (Modelo Digipod, 1800mm) e um monopé para o celular.

Para a iluminação, foi utilizada apenas a luz natural. A captação do áudio foi feita com um gravador Panasonic simples.

A edição foi realizada por mim no Adobe Premiere CC, modelo 2018, no sossego da minha casa. Utilizei duas telas, a do computador e a da televisão, o que facilitou tanto a edição como a checagem de som pelos autofalantes da televisão. Embora eu já tivesse um pouco de experiência com o software, dessa vez enfrentei algumas dificuldades imprevistas. Em um desses inconvenientes, a correção de cor utilizada em um dos episódios falhou e pintou de verde toda a minha gravação. Levei dois dias até reverter a falha. Aprendi na marra que o Premiere é um programa traiçoeiro e que é preciso se manter atenta a todo momento.

Se por um lado editar a websérie estava dentro das minhas capacidades, a criação da vinheta exigia uma criatividade que eu não possuía. Contratei uma colega de curso, Janyne Leonardi, para que fizesse o serviço para mim. Mostrei para ela o a estrutura dos episódios e ela me apresentou a ideia da vinheta com elementos que lembrassem um quarto, que aos poucos vai se completando com mobília. Imediatamente me encantei com a ideia, porque encaixava muito bem com os take detalhe que eu havia feito dos quartos das garotas. De um modo geral, a vinheta pretende tornar mais clara a minha escolha pessoal de gravar as personagens dentro dos seus quartos, reforçando a ideia de que os quartos representam o local em que elas se sentem mais seguras.

Quanto à escolha das trilhas sonoras da websérie, antes se faz necessário explicar minha relação com músicas e bandas que se importam com empoderamento feminino. Eu gosto de seguir e ouvir artistas engajados com pautas feministas. Para a escolha da trilha do episódio de introdução, usei “*God Is a Woman*”, da artista americana Ariana Grande. A música foi lançada esse ano e causou estardalhaço principalmente pelo seu clipe de lançamento, que faz referências à masturbação feminina e à mulher no centro do universo. Madonna também faz uma participação especial com voz over, em um discurso feminista empoderador. Além disso, Ariana também se apresentou no MTV Video Music Awards com uma performance que recria a famosa pintura “A última ceia”, do pintor Leonardo da Vinci. Na ocasião, as bailarinas estão todas posicionadas seguindo a pintura, e a dançarina negra está na posição de Jesus Cristo.

A escolha da trilha sonora da vinheta seguiu a mesma lógica do episódio de introdução. Escolhi “*A Woman Like Me*”, da *girlband* britânica Little Mix, formada

pelas cantoras Jade Thirlwall, Leigh-Anne Pinnock, Jesy Nelson e Perrie Edwards. De fato, as garotas sempre lançaram músicas com temáticas feministas. Exemplo maior ocorreu em 2013 quando, para o seu segundo álbum de estúdio, elas lançaram o single “Salute”, que convida mulheres a juntarem a revolução feminista. “*A Woman Like Me*” faz parte do seu quinto álbum de estúdio, de longe o álbum com mais faixas abertamente declaradas feministas, que buscam o empoderamento feminino.

Por fim, a escolha das músicas dos episódios foi feita pelas fontes. Pedi para elas me sugerirem músicas importantes para elas, e eu não poderia estar mais orgulhosa das escolhas. No episódio um, a Gabrielli Lammel Felix escolheu “Never Give Up”, da Sia, explicando que havia sido uma música muito importante para ela durante seu período de aceitação. Já a Letícia Barbosa escolheu “A coisa tá preta”, do rapper e poeta brasileiro Rincon Sapiência. Essa música em questão é uma forma de ressignificar expressões e ditos populares que diminuem a autoestima do povo negro, se tornando uma canção muito importante para o movimento. No episódio três, a Larissa Zancheta escolheu “Dona de mim”, da cantora Iza. É importante ressaltar que a Larissa é bastante religiosa, o que faz da sua escolha ainda mais importante e significativa para a sua vivência.

4 CONCLUSÃO

A gordofobia atinge diariamente a vida de muitas famílias. Fica evidente, na maior parte das histórias que tive contato, que não é fácil falar sobre o assunto. Em 2013, segundo Pesquisa Nacional de Saúde do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹⁴, havia mais de 82 milhões de pessoas acima do peso no Brasil, o que corresponde a mais de 56% dos habitantes do País. Portanto, é seguro afirmar que, apesar de minorias em direitos, os gordos são maioria em número. No entanto, isso não tornou a busca por personagens mais fácil. Muitas mulheres se mostraram dispostas a conceder entrevistas de início, mas depois desapareciam e deixavam de atender minhas ligações. Atribuo isso ao medo de exposição e a própria característica do grupo, que vive marginalizado e não costuma revelar as injustiças e discriminações que passou.

Pude ver mais de perto que, muitas vezes, a gordofobia age com sutileza. É possível que, além da sociedade, a própria pessoa seja gordofóbica consigo mesma. A necessidade de se encaixar em um padrão é tão forte, e traz consigo traumas tão profundos, que foi muito difícil encontrar uma forma empática e jornalística de abordagem. Precisei repensar minhas perguntas, avaliar constantemente se não estava exagerando, ou se minhas questões não poderiam ser interpretadas como gatilhos emocionais. Dessa forma, percebi que a autoestima feminina, em especial da mulher gorda, é algo muito mais frágil do que tinha pensado.

Em relação à etapa de produção dos episódios, no que diz respeito às gravações, enfrentei dificuldades, algumas já esperadas, outras nem tanto. Sabia de antemão sobre a limitação de luz que algum dos quartos apresentava, mas não fazia ideia de todos seriam tão pequenos e que, portanto, me limitariam tanto as imagens. Devido ao pequeno espaço, não consegui fazer planos abertos, o que me obrigou a adotar um tom mais intimista em todas as gravações, principalmente abusando de take detalhe.

Ainda no aspecto da filmagem e da técnica, alguns *Insights* só surgiram após as entrevistas, o que foi um tanto quanto frustrante. Percebi que poderia ter abusado melhor da segunda câmera. Tive a ideia infeliz de considerá-la apenas uma

¹⁴ Disponível em: <<https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/pns/2013/default.shtm>>

ferramenta de plano B, não lhe dando o crédito por ser tão importante quanto a câmera principal. Isso resultou em uma precariedade de imagens reserva e de captação de outros enquadramentos, o que percebi somente na edição. Esse certamente é meu maior arrependimento técnico, ainda que, em minha opinião, não tenha prejudicado as histórias relatadas no episódio.

Sobre o tema do TCC, foi surpreendente ouvir o relato das meninas. Pude observar a particularidade de cada uma delas, e comparar com a minha própria vivência. Pude também verificar certos gatilhos que a pesquisa anterior já havia me alertado, como possíveis traumas sofridos na adolescência, assim como momentos em que a gordofobia também estaria entrelaçada ao machismo e a outras formas de preconceito.

Nesse aspecto, o depoimento da Larissa Zanchieta (terceira fonte) foi o que mais me chocou. Pela primeira vez pude perceber que o ambiente familiar tem o poder de influenciar positiva ou negativamente a vida das pessoas gordas. Essa, portanto, é a maior conclusão que eu tirei após um ano de pesquisas sobre gordofobia. A influência dos pais na construção da autoestima é fundamental, podendo inclusive tornar a vida – e a convivência em sociedade – mais fácil ou mais difícil.

De um modo geral, as três fontes, embora tenham demonstrado bastante timidez no início das entrevistas, me entregaram depoimentos fortes e reveladores sobre suas vivências como mulheres gordas. Diante de todas essas reflexões, me sinto satisfeita com o aspecto final da minha websérie. Acredito que alcancei meu objetivo primordial: por meio da representatividade visual, oferecer um espaço em que mulheres gordas pudessem se expressar. Mais uma vez ressalto a importância da Larissa Zanchieta como uma fonte que serve de alívio diante das outras duas, mostrando que é possível se amar e se sentir realizada. Quanto à Letícia e à Gabrielli, são elas as responsáveis por revelarem o quanto a gordofobia e o preconceito já afetou – e ainda afeta – suas vidas, ganhando assim papel de destaque no tema.

Ficou evidente, durante toda a pesquisa desenvolvida e durante as entrevistas, que a gordofobia é um tema amplo e que merece maior espaço nas produções audiovisuais e jornalísticas. Portanto, esse trabalho nasce com potencial para ser maior do que é. Espero que ele sirva de inspiração para futuros jornalistas interessados no tema se aventurarem pelo audiovisual e pelas minorias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA Rodolfo; OSTETTI Vitória; MARIANI Daniel. **A cirurgia bariátrica no Brasil e no mundo**. Nexo, 03 mai. 2017. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2017/01/27/A-cirurgia-bariátrica-no-Brasil-e-no-mundo>> Acesso em: 17 ago. 2018

ARRAES, Jarid. **Gordofobia como questão política e feminista**. Revista Forum. 05 set. 2014. Disponível em <<http://revistaforum.com.br/digital/163/gordofobia-como-questao-politica-e-feminista/>> Acesso em: 17 ago. 2018

BEDINELLI, Talita. **Professoras dizem ter sido vetadas por obesidade**. Folha de São Paulo, 02 fev. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff0202201101.htm>> Acesso em: 17 ago. 2018

BELLINI, Priscila. **Por que achamos que ser magro é bonito?**. Superinteressante, 8 jul. 2015. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/comportamento/por-que-achamos-que-ser-magro-e-bonito/>> Acesso em: 17 ago. 2018

BLOG Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica e Metabólica. **Número de cirurgias bariátricas no Brasil cresce 7,5% em 2016**. 24 Jan. 2017. Disponível em: <<https://www.sbcm.org.br/numero-de-cirurgias-bariatricas-no-brasil-cresce-75-em-2016/>> Acesso em: 17 ago. 2018

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo; SOUZA, José Jullian Gomes de. **Mas afinal, o que é uma websérie documental?**. Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Comunicação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro - RJ – 4 a 7/9/2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1215-1.pdf>>. Acesso em: 16 nov.2018

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Editoria: Zahar, 2003.

DICIONÁRIO BRASILEIRO DE LÍNGUA PORTUGUESA. **Fobia**. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/fobia/>> Acesso em: 17 ago. 2018

DIGITAL IN 2018, **Hootsuite e We Are Social**. Disponível em: <<https://hootsuite.com/pt/pages/digital-in-2018>> Acesso em: 16 nov.2018

ECO, Umberto. **A História da Beleza**. Rio de Janeiro: Editora Record. 2004

IBGE. **Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar 2012**. Disponível em: <ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/pense/2012/default.shtm> Acesso em: 17 ago. 2018

IBGE. **Pesquisa Nacional de Saúde 2013**. Disponível em: <<https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/pns/2013/default.shtm>> Acesso em: 16 nov. 2018

JUNQUEIRA, Luiza. **GORDA**. YouTube, 21 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PVoZftI7Ebs>> Acesso em: 17 ago. 2018.

KLEINA, Nilton. **A história do YouTube, a maior plataforma de vídeos do mundo [vídeo]**. Tecmundo, 11, jul. 2017. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm>> Acesso em: 16 nov. 2018.

LEMOS, V. C. A. **Formatos narrativos audiovisuais para a Web: a relevância da segmentação**. Caso de estudo: Projecto Carne p"ra Canhão. Aveiro, PT: 2009. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro. Disponível em: <www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/download/27806/14940>. Acesso em: 16 nov. 2018.

LOUREIRO, Gabriela. **Gordofobia: por que esse preconceito é mais grave do que você pensa**. Revista Galileu. 03 mai. 2017. Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2017/05/gordofobia-por-que-esse-preconceito-e-mais-grave-do-que-voce-pensa.html>> Acesso em: 17 ago. 2018

LUCENA, Luiz Carlos. **Como fazer documentários – Conceito, linguagem e prática de produção**. São Paulo: summus, 2012.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais – liguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, Rio de Janeiro. Editora Vozes, 2014.

NEVES, Dorneles; RAMOS, Eutália; **Estrutura narrativa seriada para web a partir da análise da websérie Elemento**. NAMID/UFPB, Fevereiro/2016. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>>. Acesso em: 16 nov. 2018

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. São Paulo: Papyrus, 2005.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... o que é mesmo documentário?**. 2 ed. São Paulo: Senac, 2008.

ROSEINGRAVE, Louise. **'Beautiful girls don't eat': Girl, 11, who was unhappy with her looks wrote the date she wanted to die in a haunting Instagram diary shortly before taking her own life**. Daily Mail. 01 Dez. 2017. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-5136131/Girl-wrote-Instagram-taking-life.html>> Acesso em: 17 ago. 2018

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da Beleza no Brasil**. Editora: Contexto; Edição: 1ª, 2014.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA. CENSO 2017. **Censo 2016 - Situação da Cirurgia Plástica no Brasil**. Disponível em:

<<http://www2.cirurgiaplastica.org.br/pesquisas/>> Acesso em: 17 ago. 2018

VASCONCELOS, Naumi A.; SUDO, Iana; SUDO, Nara. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. **Rev. Mal-Estar e Subj.**, v. 4, n. 1, mar. 2004.

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

VOGLER, Christopher. **A jornada do escritor**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006

WARD, Ivan. **Conceitos da Psicanálise – Fobia**. Rio de Janeiro: Relume: Ediouro: Segmento-Duetto, 2005. Falta o livro sobre Fobia

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

YOUTUBE **Insights**. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/youtubeinsights/2017/introducao/>> Acesso em: 16 nov.2018