



**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**BRUNA OLIVEIRA DOS SANTOS**

**AS LENTES QUE ESTÉTICA IMPÕE:  
UM PODCAST SOBRE OS FILTROS DE EMBELEZAMENTO DO INSTAGRAM**

Porto Alegre  
2023

**BRUNA OLIVEIRA DOS SANTOS**

**AS LENTES QUE ESTÉTICA IMPÕE:  
UM PODCAST SOBRE OS FILTROS DE EMBELEZAMENTO DO INSTAGRAM**

Trabalho de Conclusão de Curso, da Faculdade de Comunicação Social, apresentado ao Centro Universitário Ritter dos Reis como requisito parcial para conclusão do curso de Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Sandra Mara Garcia  
Henriques

Porto Alegre

2023

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente ao meu avô, Manoel dos Santos Oliveira e à minha mãe, Andréia Oliveira dos Santos que me proporcionam o sonho de cursar jornalismo, custeando todas as despesas necessárias para que isso fosse possível, junto a minha avó, Rosângela Batista que foi minha maior incentivadora durante todo o processo de graduação. Não poderia deixar de agradecer também ao meu pai, Ricardo dos Santos que contribuiu estando sempre disposto a me trazer em segurança para casa após as aulas. Esse projeto também não seria possível sem as fontes: Áurea Machado, Thainá Barbosa, Luana Kanitz, Suelem Pires, Marília Diógenes e Ricardo Cornely que enriqueceram este trabalho dividindo seus conhecimentos e vivências quanto ao tema proposto. Talles Alves e Matheus Machado, foram os responsáveis por me prestar apoio na parte de identidade visual e edição do podcast. Por último mas não menos importante, agradeço a minha orientadora, Sandra Henriques por estar ao meu lado não apenas orientando sobre o projeto mas sendo compreensiva e empática em toda essa longa caminhada. Sem essas pessoas, este trabalho não teria sido possível. Muito obrigada!

## RESUMO

Este projeto trata de um estudo sobre os filtros de embelezamento do aplicativo Instagram e como eles podem impactar na vida das pessoas em termos de saúde mental e autoestima. Para apresentar a descrição do processo de construção deste Trabalho de Conclusão de curso, este memorial descritivo desmembra o processo de estudo e pesquisa que traz referências sobre redes sociais, entrevistas, podcasts, entre outros. O problema que este trabalho visa entender é como os filtros de embelezamento do Instagram ajudam a reforçar os padrões estéticos e possivelmente possam vir a aumentar os distúrbios de imagem em mulheres que utilizam a ferramenta. Para tal, foram realizadas seis entrevistas com influenciadoras digitais e especialistas nas áreas de saúde e comunicação que possibilitaram compreender os fenômenos de aceitação pessoal, de onde partem os princípios dos filtros de embelezamento do Instagram e por quê muitas mulheres escolhem utilizá-los. As entrevistas foram realizadas em formato de podcast, intitulado “As lentes que a estética impõe”, por meio dele os entrevistados irão dividir suas vivências, experiências e conhecimentos com o público, sobre este tema atual que mostra o impacto deste tipo de mídia na vida das pessoas.

**Palavras-chaves:** Autoestima, saúde mental, filtros, estética e Instagram

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Criação do layout.....	28
Figura 2 – Escolha das cores.....	29
Figura 3 – Análise da tipografia.....	30
Figura 4 – Edição dos episódios.....	31
Figura 5 – Postagem do episódio 01.....	31
Figura 6 – Postagem do episódio 02.....	32
Figura 7 – Resultado episódio 03.....	33
Figura 8 – Resultado episódio 04.....	33
Figura 9 – Resultado episódio 05.....	34
Figura 10 – Resultado episódio 06.....	35

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>6</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>9</b>
2.1 AS REDES SOCIAIS NA INTERNET.....	9
2.2 O INSTAGRAM E OS FILTROS DE EMBELEZAMENTO.....	12
<b>3 MÉTODOS E TÉCNICAS.....</b>	<b>14</b>
3.1 ENTREVISTAS.....	14
3.2 PODCAST.....	18
<b>4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....</b>	<b>19</b>
4.1 RELAÇÃO ENTRE PODCAST E INFLUÊNCIA DIGITAL.....	21
<b>4.1.1 Episódio 1: Saúde mental e os filtros do Instagram.....</b>	<b>22</b>
<b>4.1.2 Episódio 2: Quarta sem filtro.....</b>	<b>22</b>
<b>4.1.3 Episódio 3: Filtros nunca mais.....</b>	<b>24</b>
<b>4.1.4 Episódio 4: Despedida dos filtros.....</b>	<b>24</b>
<b>4.1.5 Episódio 5: Entendendo os filtros e a mídia.....</b>	<b>25</b>
<b>4.1.6 Episódio 6: Desprendimento dos filtros.....</b>	<b>26</b>
<b>5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO.....</b>	<b>28</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>36</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>38</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Com a chegada das redes sociais é raro encontrar, nos aplicativos, uma foto 100% natural. A maioria das pessoas, principalmente mulheres, utilizam edições e filtros de embelezamento do Instagram, mais especificamente, aqueles que aumentam os lábios, afinam o nariz, mudam a cor dos olhos, entre outros. Quem nunca tirou uma selfie com os efeitos de embelezamento do Instagram e quis realmente ter o rosto daquela forma? O objeto de estudo deste projeto são esses filtros de embelezamento que estão cada vez mais presentes na rotina dos usuários do Instagram. Buscando entender como a comunicação dentro da internet pode, mesmo que indiretamente, influenciar na utilização desta ferramenta. O problema de pesquisa deste trabalho busca entender como os filtros de embelezamento do Instagram ajudam a reforçar os padrões estéticos e possivelmente possam vir a aumentar os distúrbios de imagem em mulheres que utilizam a ferramenta.

Em geral, os objetivos específicos da pesquisa possuem seu foco voltado em entender quais são os padrões historicamente aceitos e impostos pela sociedade, bem como o quanto isso mudou com a chegada das redes sociais. Outro foco é analisar os fenômenos de aceitação pessoal que as mídias trouxeram consigo e de onde partem os princípios dos filtros de embelezamento do Instagram e por quê muitas mulheres escolhem utilizá-los.

A pressão estética é algo que assombra as mulheres desde sua infância. Os padrões de beleza são mutáveis conforme os anos e muitas vezes inalcançáveis. Segundo o portal da UFRGS<sup>1</sup>, no ano de 2020 o Brasil liderava o ranking de países que mais realiza cirurgias plásticas no mundo todo. Vinte anos atrás, o “rosto dos sonhos” só poderia se tornar realidade através de cirurgias plásticas, porém atualmente ele está a um clique de se tornar realidade. Dito isto, as mídias sociais deixaram a linha entre real e virtual extremamente tênue. Por que não vender aos seus seguidores sua versão com o rosto completamente harmonizado? Os efeitos de embelezamento já estão tão presentes nas redes sociais que acabam despertando também o desejo por procedimentos estéticos. O Instagram é a nova revista, é o novo programa da tarde, é o local onde as pessoas se sentem belas e se

---

1 Disponível em: < <https://www.ufrgs.br/jornal/numero-de-cirurgias-plasticas-cresce-a-cada-ano-esuscitadebates-sobre-a-autoimagem-na-sociedade-de-consumo/#:~:text=Segundo%20os%20dados%20mais%20recentes,e%20Estados%20Unidos%2C%20com%2055.436> > Acesso em: 27 abr. 2023.

comparam umas com as outras. Porém, como confiar no que é real e naquilo que é editável?

Para desenvolvermos este projeto, serão realizadas 6 entrevistas com influenciadoras e especialistas da área da saúde mental e comunicação. Algumas influenciadoras já usaram filtros e outras trabalham, em seus perfis, fortemente a questão da auto aceitação e abominam o uso dos filtros de embelezamento. Essas personalidades digitais darão um ponto de vista variado e interessante para enriquecer e tentar explicar esse fenômeno das redes sociais.

Segunda parte do estudo será voltada em entrevistas com especialistas da área da comunicação e saúde mental. Profissionais que trabalhem ou já tenham desenvolvido algum trabalho com a temática desta pesquisa. Eles poderão discorrer sobre a era das redes sociais e como as pessoas se sentem influenciadas pela indústria da beleza por meio não só de filtros, mas também anúncios, campanhas publicitárias, entre outras. Falando de saúde mental, os convidados poderão analisar como os filtros reforçam o sentimento de insatisfação. Aumentando o desejo por procedimentos estéticos e também tentar explicar o impacto que a ferramenta pode provocar na autoestima das pessoas.

A metodologia utilizada neste projeto consiste em entrevistas. Para o desenvolvimento do podcast proposto é necessário questionar e ouvir os entrevistados que irão dividir suas vivências, experiências e conhecimentos com o público. O instrumento para extrair da melhor forma essas respostas são por meio de entrevistas gravadas que duraram de 30 a 40 minutos e respeitaram os limites da ética jornalística.

No que diz respeito ao referencial teórico, Raquel Recuero e sua obra “Redes sociais na internet” proporcionou um bom embasamento para entendermos melhor as redes sociais e todos os fenômenos e movimentos que chegaram com elas. Esse livro também proporciona o entendimento dos laços sociais que são criados na internet. Para compreender os podcasts trouxe Sílvio Santos em seu trabalho “Os podcasts: um lugar novo para o regresso das histórias ao jornalismo” e Bárbara Falcão e Ana Carolina Temer em “O podcast como gênero jornalístico”, trazem diferentes noções sobre a disseminação e aderência aos podcasts ao redor do mundo e como ele está se consolidando como uma ferramenta de comunicação.

Para explicar a metodologia, foi utilizado Cremilda Medina, Nilson Lage e Daniel Piza, que discorrem sobre a arte de entrevistar e como ela é utilizado como instrumento jornalístico.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão apresentados materiais utilizados para elaboração desta pesquisa acadêmica. Começaremos com uma breve pesquisa sobre as redes sociais na internet, seguido pelo Instagram e os filtros de embelezamento.

### 2.1 AS REDES SOCIAIS NA INTERNET

As redes sociais na internet tiveram seu início nos anos 1990, com a popularização da World Wide Web e o surgimento de plataformas que permitiam a interação e compartilhamento de informações entre os usuários.

Um dos primeiros exemplos de uma plataforma de rede social foi o SixDegrees.com, lançado em 1997, que permitia aos usuários criar perfis e se conectar com outras pessoas, formando uma rede de amigos online. No entanto, o SixDegrees.com teve vida curta e encerrou suas operações em 2001. O lançamento do Facebook em 2004 marcou um ponto de virada significativo para as redes, e se mantém até hoje como uma rede em crescimento, com 2,94 bilhões de usuários mensais.

O desenvolvimento de comunidades virtuais, a partir das redes sociais, serviu como um processo de ampliação das formas de interação e comunicação ligando pessoas e compartilhando ideias, notícias, iniciando movimentos e fenômenos sociais.

Essas ferramentas proporcionaram, assim, que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros.(RECUERO, 2009, pg.24).

Ainda para Recuero (2009), o primeiro elemento de uma rede social são os atores definidos como grupos, pessoas ou instituições. Eles são as partes do sistema e caracterizam os moldes da rede analisada. Na internet, essa construção acontece por meio de uma representação, onde cada pessoa tem um perfil no Instagram, Twitter, Facebook, entre outros.

Outro ponto importante é como o passar do tempo acarreta mudanças na dinâmica de uma rede social. Para Watts (2003 apud RECUERO, 2009) as redes

nunca ficam em estado imóvel, estão em constante transformação. As mídias sociais estão cada vez mais presentes na vida dos seres humanos, quase como um vício.

Enquanto a teoria dos grafos e a topologia mapeiam uma rede como um conjunto de nós e arestas (entidades individuais e as relações entre elas), esta abordagem distorce um viés de polarização em direção a uma visão espacial das redes. Uma topologia ou mapa de uma rede não é uma representação em tempo real, está parada no espaço, mostrando-nos todos os possíveis nós e conexões. Entretanto, um nível de nossas experiências diárias – em comunicação, transporte e socialidade – a rede cria efeitos que são eminentemente baseados no tempo, na dinâmica. Redes são sempre redes vivas: redes que estão funcionando e redes que estão em processo. Isto significa que as redes são inerentemente dinâmicas, com mudanças constantes e variáveis, ambas dentro da composição dos nós individuais e das relações entre os nós. (THACKER, 2004 apud RECUERO, 2009, pg. 79-80).

Recuero (2009), percebeu que esse dinamismo se forma em um processo coletivo denominado sistema bottom-up. Uma ferramenta oriunda da emergência, já que determina como esses procedimentos devem vir “debaixo para cima” em uma esquematização. A emergência acontece com o surgimento de atitudes coletivas, não focadas em algo específico. A autora observa que a cooperação, a competição e o conflito não são, de fato, processos distintos, diferentes ou separados. São, por sua vez, fenômenos naturais emergentes das redes sociais. Para ela, o conflito, por exemplo, pode englobar a cooperação, pois há a carência de reconhecimento dos antagonistas como adversários. Esse reconhecimento implica cooperação. Do mesmo modo, o conflito entre grupos pode gerar cooperação dentro deles.

O conflito existe nas redes sociais, porém a maior parte das interações precisam ser cooperativas, ocasionando mudanças e obrigando a rede a se adaptar a elas. Entretanto, é preciso prevenir que se o conflito se sobrepor à cooperação, pode causar uma grave ruptura na comunidade virtual. Ou seja, a cooperação, competição e conflito podem trabalhar juntos dentro de uma tribo virtual.

Observando por outra perspectiva, Recuero (2009) vê que a competição pode ser algo saudável no âmbito virtual, ativando o fortalecimento da rede, instigando a cooperação para atingir um objetivo comum, proporcionar um bem coletivo de modo mais rápido ou até mesmo ocasionar conflito, ruptura e desgaste nas relações. Os grupos da internet são um bom exemplo de cooperação virtual visto que eles fazem uso da dependência da cooperação entre todos os participantes para que possam

existir, já que é necessário realizar atualização, ler comentários e, mais que tudo, dividir as informações. Essas comunidades são apenas possíveis porque há cooperação entre os indivíduos envolvidos em torno da proposta.

Antoun (2004 apud RECUERO, 2009) trouxe uma exemplificação do conflito e da cooperação nas redes existentes na Internet: as organizações terroristas e movimentos reacionários e as tentativas de controle do estado. Para ele, as redes sociais se resumiam em uma forma de organização na cibercultura, uma forma básica de cooperação social.

O conflito pode acontecer com a divulgação de conteúdos pornográficos, comentários ofensivos. Ainda segundo Recuero (2009), esses problemas geravam rupturas e obrigatoriamente causando fechamento de tal rede pelo administrador de seu sistema. Um exemplo disso são comunidades simpatizantes a ofensas, que defendem o racismo ou nazismo, sejam em comunidades ou perfis.

Um sinônimo de competitividade nas redes sociais atualmente é a busca constante por mais seguidores. Usuários do mundo inteiro utilizam aplicativos e soluções para adquirir mais seguidores no Instagram, como forma de validação. Uma busca por aprovação, um atestado de legalidade para seu perfil independente do conteúdo que haja nele. Quanto mais melhor, mais legal, mais interessante. Se o indivíduo A possui mais seguidores que o indivíduo B, logo o perfil do A é mais atrativo para os internautas.

Os novos tempos exigiam uma adaptação às redes sociais que está transformando a forma de interação dos indivíduos, criando novas formas de sociabilidade e novas organizações sociais. Para Recuero (2009), essas maneiras de adaptar-se e auto-organizar-se são baseadas em interagir e comunicar, é necessário existir fluxo nessas informações, para que os procedimentos sociais em grupo possam firmar a estrutura social e as interações possam seguir acontecendo.

Como a comunicação e interação online proporciona que essas interações sejam levadas ao ciberespaço, novas estruturas sociais e coletivos que não teriam a chance de interagir e agora, podem surgir livremente. Mas, as redes sociais precisam adaptar-se, já que possuem um equilíbrio dinâmico, constantemente redirecionado entre caos e ordem.

## 2.2 O INSTAGRAM E OS FILTROS DE EMBELEZAMENTO

O Instagram foi criado em outubro de 2010, por Kevin Systrom e Mark Krieger, o aplicativo chegou a alcançar um milhão de usuários em apenas dois meses após ser lançado na internet. A evolução do aplicativo foi um marco para a melhoria dos efeitos que poderiam ser aplicados nas fotos. Segundo a revista Forbes, em 2023, o Brasil é o terceiro país que mais utiliza o Instagram no mundo todo. Usuários publicam suas fotos e vídeos, buscando sua melhor versão. Mas, até onde está o limite entre verdadeiro ou falso? A linha entre beleza e padrões estéticos é tênue. O aplicativo é atualizado frequentemente, e nos últimos tempos chegaram os filtros. Ferramentas de embelezamento para selfies, onde muitos transformam drasticamente a face de quem os está utilizando. Alguns filtros possuem efeitos que imitam cirurgias plásticas como mecanismos de rinoplastia, preenchimento labial, botox, entre outros.

As mídias sociais são responsáveis por expandir essas inseguranças e ampliar essa pressão estética, pois os filtros possibilitam corrigir aspectos físicos que causam incômodo e, a partir da satisfação com a imagem alterada, a possibilidade de corrigir verdadeiramente essas imperfeições se torna mais real. (NOTÍCIAS PUCRS, 2021, on-line).

Segundo Guimarães e Gouveia (2015), os filtros têm destaque no histórico de atualizações da ferramenta, e são mais usados para dar efeitos nas fotos; onde, vale ressaltar, as alternativas de manipulação da imagem, como brilho, contraste, saturação; os filtros de embelezamento; e a criação de um aplicativo próprio, chamado Hyperlapse, cuja função é gravar vídeos acelerados sem perder a qualidade.

Segundo a pesquisa “Mídias Sociais e a Relação das Mulheres com a sua Aparência<sup>2</sup>” realizada pelos estudantes do curso de publicidade e propaganda e publicada no portal da PUCRS, as mulheres são induzidas pela mídia muito antes das redes sociais aparecerem. O estudo indica que a pressão estética se inicia ainda na infância e dentro de suas próprias casas. Quando a criança está desenvolvendo sua personalidade, as críticas sobre sua aparência podem acompanhá-la pelo resto de sua vida. Porém, antes das mídias sociais, as mulheres que observavam as

---

2 Disponível em: <[https://issuu.com/iltontei\\_pucrs/docs/aparencia\\_relatorio\\_2021-1](https://issuu.com/iltontei_pucrs/docs/aparencia_relatorio_2021-1)>. Acesso em: 27 abr. 2023.

celebridades pela televisão possuíam um certo distanciamento, no qual a espectadora entendia que a realidade dela era diferente da pessoa pública. Contudo, na era das redes sociais uma menina comum pode muito bem se comparar a uma grande celebridade de fama mundial, as Kardashians<sup>3</sup>, por exemplo, e tentar ser como elas. Isso quer dizer que as mídias sociais trouxeram essa proximidade e o desejo de perfeição. A pesquisa apontou que o Instagram é a rede social mais utilizada pelo público feminino que participou do estudo. Eles perceberam três motivos que induzem a constante procura por cirurgias plásticas. São eles:

1. A distorção da própria imagem, induzida por filtros e efeitos do aplicativo;
2. A motivação de pessoas próximas juntamente à facilidade para a realização de procedimentos estéticos;
3. O período de isolamento social, em razão da pandemia.

Os pesquisadores também fizeram uma importante relação entre a influência de pessoas públicas e pessoas próximas. Eles analisam que as celebridades motivam as mulheres a essa busca por procedimentos. Já as pessoas de seu convívio são as principais influências em suas tomadas de decisões nesse sentido. Quem nunca teve um parente que colocou silicone, fez lipoaspiração, preenchimento labial, entre outros? A pesquisa chamou essas pessoas de “especialistas por experiência”.

---

3 Disponível em: <<https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2015/03/afinal-quem-saoessasirmas-kardashianjenner.html>>. Acesso em: 27 abr. 2023.

### 3 MÉTODOS E TÉCNICAS

Neste capítulo, será detalhado os métodos e técnicas utilizados neste projeto e também algumas referências teóricas que trabalham com entrevistas e podcast.

#### 3.1 ENTREVISTAS

A proposta deste trabalho de conclusão de curso é analisar, por meio de entrevistas, qual a influência dos filtros disponibilizados pelo Instagram, na vida dos usuários da rede social. Para tal, este trabalho busca analisar a entrevista jornalística como a metodologia utilizada neste projeto. A entrevista permite que o entrevistador extraia as percepções e conhecimentos da fonte sobre determinado tema. E este é justamente o objetivo deste trabalho. O projeto vai procurar responder essas questões utilizando o método de entrevistas individuais com influenciadoras digitais e especialistas. Esses tipos de entrevistas são marcadas com antecedência pelo entrevistador, que apresenta previamente o tema do diálogo para a fonte. Como são entrevistas que se classificam como individuais, os participantes são apenas entrevistados e repórteres. As fontes têm relação direta ou indireta com o tema desta pesquisa, algumas podendo apresentar relatos favoráveis ou contrários aos filtros de embelezamento do Instagram.

Para Caputo (2006) a entrevista consiste na proximidade entre o jornalista, o pesquisador (ou até mesmo outro profissional), dentro do assunto abordado e também a partir de sua própria visão, usando como elemento base perguntas dirigidas a um ou mais indivíduos. Ela também relata que a entrevista é em si, o momento quando o jornalista realiza bem essa aproximação, transformando em uma experiência. Uma espécie de troca entre olhar o mundo e ouvir o outro.

Ainda para Caputo (2006), a construção da entrevista acontece, primeiramente, construindo uma recepção prévia. A construção receptiva e ativa é uma base fundamental para o desenvolvimento do processo de entrevistar. Ou seja, se aproximar da fonte é um ponto importante. Esse fator pode ocorrer com uma pesquisa inicial sobre o entrevistado para que o entrevistador mostre que conhece suas vivências, sejam elas profissionais ou pessoais. Elementos que façam parte da

trajetória que a fonte em questão trilhou. A recepção se dá de uma maneira similar, visto que receber o entrevistado demonstrando simpatia e empatia podem levar a uma conversa produtiva. E esta recepção não significa deixar de fazer perguntas que possam ser incomodativas, mas saber a técnica mais suave para abordá-las.

Ruellan (1993 *apud* PEREIRA, 2017) afirma sobre a entrevista ter uma função essencial no desenvolvimento e na legitimação da prática do jornalismo informativo em diversos países ao redor do mundo. Ela foi apropriada pelos jornalistas para englobar repertório técnico e teria feito parte do processo de construção e afirmação da identidade profissional do grupo.

Para Pereira (2017), há um grande esforço na tentativa de definição no desenvolvimento do processo que entra em choque com a narrativa dos manuais de redação e dos gêneros elaborados por autores da área. A entrevista é usada como instrumento de pesquisa. O autor relata que um número limitado de pesquisas questionava a entrevista como uma prática pertencente ao jornalismo, uma troca entre repórter e entrevistado.

Pereira (2017), analisou que essa inquietação nas classificações é recorrente na maioria dos estudos observados em sua respectiva pesquisa e que existe um descaso na hora de informar qual seria a entrevista que estão de fato trazendo e também isto se repete no que consta em manuais sobre o tema.

Ainda sobre boas entrevistas, Emerim (2008 *apud* PEREIRA, 2017) elenca que para uma boa entrevista é importante o trabalho em equipe, captação de boas imagens e linguagem simples que possa ser entendida por todos os públicos. É fundamental saber o momento certo de fazer perguntas, conduzir a conversa fazendo bom uso do tempo disponibilizado, saber usar o equipamento de gravação evitando eventuais problemas técnicos, e principalmente, o repórter deve estar preparado para os assuntos que vai abordar.

Segundo a autora, consta nesses manuais que o entrevistador deve manter sua postura isenta e não aceitar interferências de terceiros, tampouco barganhar sobre a versão final da entrevista. Realizar a conversa dentro dos limites da ética, sem distorcer as respostas do entrevistado é primordial. Oyama (2014 *apud* PEREIRA, 2017), por exemplo começa seu livro “A arte de entrevistar” elencando que boas reportagens nascem de boas entrevistas. E esse fator requer boas

condições de realização e escolha de uma fonte que encaixe na matéria. Os manuais também alertam para que o repórter esteja bem preparado para a conversa.

Segundo Medina (2002), as entrevistas partem do conceito de serem uma técnica de interação social. Uma forma de quebrar barreiras grupais, individuais e sociais. De dar ênfase a diferentes vozes, assim distribuindo informações. Porém, a autora enxerga patamares a serem perseguidos na hora de entrevistar: o primeiro deles consiste no que ela chama de desempenho técnico da entrevista tal qual os fundamentos psicanalíticos de uma relação paciente-terapeuta. Esses fatores proporcionam uma boa base para o debate teórico e desenvolvimento da entrevista. Medina (2002), afirma que se fizermos uma classificação sintética da entrevista podemos chegar a dois grupos distintos. Entrevistas cujo foco é exibir a fonte e entrevistas que possuem intenção de entender a fonte, assim extrair as melhores informações que ela tem a oferecer.

Piza (2013) diz que para a realização de uma boa entrevista, o jornalista deve estar preparado, isto quer dizer realizar uma pesquisa prévia sobre a fonte, assim evitando questioná-la com respostas que seriam encontradas antes mesmo da conversa marcada, evitando perguntas fúteis. O autor cita erros comuns cometidos no jornalismo brasileiro, tais como o receio de abordar questões mais desconcertantes e não insistir diante de uma esquivada vinda do entrevistado na resposta de determinada pergunta. Analisar entrevistas antigas dessa fonte e seus projetos auxiliam na construção de questões inéditas e interessantes para o diálogo.

Já Lage (2014), afirma que a entrevista é uma maneira de apurar informações. Uma extensa consulta de fontes com foco em adquirir diferentes visões sobre um mesmo fato. O autor classifica os tipos de entrevistas como: ritual, uma breve conversa com declarações pouco importantes, ele cita o exemplo de entrevistas com jogadores de futebol após uma partida, ou visitantes ilustres. Neste conceito a exposição do entrevistado é mais relevante do que sua fala. O segundo conceito é a entrevista temática, esta por sua vez aborda um assunto em que a fonte possua autoridade para se pronunciar tais como exposição e versões sobre eventos, auxiliando no entendimento de uma intercorrência. A entrevista testemunhal já é intuitiva e acontece por meio de um relato da fonte sobre algo que ela presenciou.

A Entrevista em profundidade tem foco na maneira de ser do entrevistado, uma atividade que ele construiu ou aspectos particulares. Outra classificação é a entrevista ocasional que não é marcada com antecedência, o ponto principal deste tipo de entrevista é questionar a fonte sobre algum fato e a mesma não ter uma resposta programada. Confronto, coloca o repórter em posição de inquisidor, acusando e contra-argumentando com o entrevistado, com base em dossiê acusatório. Coletiva é a classificação em que um entrevistado entra em uma sala sem formalidade, repleta de repórteres pertencentes a diversos veículos de comunicação para responder perguntas vindas de todos eles. Por fim, chegamos a Dialogal que é um diálogo formal, marcado previamente, remetendo a hierarquia, onde entrevistador e entrevistado constroem o tom da conversa.

Lage (2014), afirma que uma das chaves para a condução de uma boa entrevista é saber perguntar sobre a resposta. O autor também aconselha o repórter a se manter atento ao diálogo sem permitir que a fonte se afaste do tema proposto, apresentando um novo questionamento que puxe o entrevistado ao foco da conversa.

O método de entrevista é essencial para este projeto, pois somente fontes confiáveis e especialistas podem discorrer sobre o impacto dos filtros de embelezamento da plataforma Instagram na autoestima e saúde mental das mulheres. Como fontes, foram selecionadas diferentes tipos de influenciadoras, profissionais da área da saúde e especialistas no tema. As influenciadoras trabalham a autoestima diretamente em seus perfis, as demais, apesar do número expressivo de seguidores não tem a autoestima como foco de suas publicações. Os especialistas da área da saúde mental, psicóloga Aurea Machado e o psiquiatra Alexandre Marques Coelho são devidamente capacitados para falar sobre como e quanto a utilização desses filtros podem impactar na autoestima e saúde mental e quais são seus possíveis efeitos colaterais. A profissional da comunicação e mestre em estudos da mídia, Marília Diógenes, pode comentar sobre os fenômenos que ocorreram com o surgimento das mídias sociais, levando a criação e disseminação deste tipo de filtro.

## 3.2 PODCAST

As entrevistas serão apresentadas por meio de podcasts, que consistem em uma sequência de entrevistas gravadas em áudio e apresentadas ao público. Disponíveis há aproximadamente 15 anos, os podcasts trouxeram de volta a popularização do jornalismo sonoro. Santos (2021), vê este crescimento na redescoberta no consumo de notícias por meio da escuta.

Falcão e Temer (2019) alegam que aceitar os podcasts como um novo gênero jornalístico é basicamente aceitar que as formas de fazer jornalismo se modificam e se atualizam com o passar dos anos. O formato surgiu na prática, porém abre espaço para uma teoria que pode consolidá-lo definitivamente. O ambiente mutável no qual o jornalismo está presente é um local propício a perda de domínio. As autoras citam como exemplo o rádio que teve de se reinventar com a perda de monopólio quando a internet e a televisão se apropriaram da instantaneidade que até então era uma exclusividade do rádio.

Santos (2021), cita uma pesquisa feita nos Estados Unidos que constatou que o número de ouvintes de um determinado podcast em apenas um mês aumentou de 9% em 2008 para 32% no ano de 2019. Discorrendo que não só a escuta é relevante, mas também a interação dos ouvintes. Ainda sobre estudos feitos nos Estados Unidos, um confirma que a familiaridade com os podcasts foi de 22% em 2006 para 70% em 2019. Para Santos (2021) esse aumento expressivo se deve a carência do público em ouvir “palavras”, isto é, a necessidade de se informar de forma sonora. Apesar de diferentes formatos e diversos gêneros, eles podem se dividir em factuais e não factuais. Os factuais são de gênero jornalístico, pois retratam o que é de fato verdadeiro.

## 4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Este podcast chamado “As lentes que a estética impõe” visa mostrar diferentes percepções, experiências e vivências quanto aos filtros de embelezamento do aplicativo Instagram. Em seis episódios, com duração de 30 a 40 minutos, foram reunidas influenciadoras, profissionais da saúde e uma especialista em estudos da mídia. Eles deram suas respectivas opiniões sobre essa ferramenta e dividiram seus conhecimentos e estudos relacionados ao tema proposto.

O trabalho será apresentado através de entrevistas em podcasts, como são chamados, que consistem em uma sequência de arquivos de áudio gravados e apresentados ao público. Uma das características do podcast é trazer o espectador para “perto” da entrevista, por meio das técnicas de narração e dinâmica de conversação, assim estimulando o público a continuar ouvindo.

Para a construção deste projeto selecionamos as seguintes fontes:

- Luana Kanitz (@lu.autoestima): A Influenciadora Luana Kanitz, soma 70 mil seguidoras no Instagram, com perfil voltado apenas a mulheres, ela apresenta conteúdos de autoaceitação. Ela expõe os padrões estéticos e aborda como a indústria da beleza influencia, diariamente, e há muitos anos na insatisfação do público feminino com a sua aparência real. Luana tem 26 anos, reside em Porto Alegre e além de influenciadora também é formada em jornalismo. Ela pode agregar neste trabalho informações sobre os filtros de embelezamento do aplicativo Instagram e o quanto eles são prejudiciais no processo de autoaceitação.
- Suelem Pires (@suelempiresdeoliveira): Influenciadora, 25 anos, mora em Porto Alegre e é formada em letras, ela atua como taróloga no mundo todo. Suelem possui 10 mil seguidores no Instagram e tem publicações voltadas ao mundo espiritual. Ela utiliza filtros de embelezamento em seus stories mas também trabalha com a ideia do corpo real em seus conteúdos. Ela pode contribuir neste trabalho com uma visão dos “dois mundos” onde uma mulher pode utilizar filtros de embelezamento, mas também praticar a autoaceitação.
- Thai Barbosa (@euthaibarbosa): Influenciadora porto-alegrense com mais de 10 mil seguidores no Instagram. Suas publicações são voltadas ao lifestyle e questões raciais, além de conteúdos informativos. Em suas publicações Thai

também trabalha a beleza e autocuidado para mulheres pretas. Thai utiliza filtros parcialmente, pois não é adepta aos que contém efeito de harmonização facial mas utiliza outros tipos.

A segunda parte deste trabalho é focada em entrevistas de pesquisas. Basicamente, é um método de coleta de dados para uma pesquisa qualitativa. Ela é realizada apenas com especialistas sobre um assunto específico. O profissional acrescenta informações para gerar uma matéria de credibilidade. As fontes são:

- Aurea Machado, psicóloga cognitiva comportamental, com foco em ajudar mulheres a se tornarem independentes emocionalmente. Aurea pode dar sua opinião neste trabalho sobre o porquê milhares de mulheres sentem a necessidade de mostrar um rosto perfeito no Instagram e o que deve ser trabalhado no processo de auto aceitação.
- Marília Diógenes, formada em publicidade e propaganda, mestre em estudo da mídia e professora substituta na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Marília pode agregar neste trabalho compartilhando seus conhecimentos e apresentando um ponto de vista mais aprofundado sobre o fenômeno dos filtros nas redes sociais. Durante seu processo de mestrado, ela redigiu uma dissertação chamada “O sonho da eterna beleza: corpo feminino e o discurso anti-idade na publicidade de cosméticos”.
- Ricardo Cornely, 65 anos psiquiatra psicanalítico e psicoterapeuta, ele atua há 37 anos. Ricardo conta que mesmo antes de iniciar o curso de medicina, a saúde mental já era sua vocação. Neste projeto ele pode contribuir também com o ponto de vista de um profissional da saúde, discorrendo sobre o possível impacto dos filtros. As entrevistas terão entorno de vinte perguntas para cada fonte. A conversa deve durar cerca de uma hora, podendo se estender conforme o diálogo se desenvolve. Essas entrevistas são de suma importância para buscar o entendimento do tema deste projeto. Influenciadoras com ideias distintas, que motivam seus respectivos públicos com conteúdos tão diferentes vão ampliar a discussão sobre o quanto a existência deste tipo de filtro pode ser saudável ou não.

A mesma situação ocorrerá na etapa de entrevistas com a profissional da psicologia e a psiquiatra. Ambas tratam de saúde mental, porém, conforme suas vivências, apresentarão visões diversificadas sobre o impacto dos filtros de

embelezamento na saúde mental das pessoas. E principalmente, se pode existir um método para dosar o uso da ferramenta, procurando um equilíbrio no desejo de ter um rosto sem imperfeições. Assim, não ocasionando um possível distúrbio de imagem.

A profissional da área da comunicação, relatam os trabalhos que já desenvolveu nesta temática e quais descobertas fez, sejam elas positivas ou negativas. Também tem espaço para mostrar parte destes projetos, contando como foram suas experiências pessoais na elaboração do material.

#### 4.1 RELAÇÃO ENTRE PODCAST E INFLUÊNCIA DIGITAL

O objetivo desse podcast é transmitir aos públicos diferentes percepções e vivências quanto aos filtros, expondo o que profissionais da saúde mental e especialistas em estudos da mídia tem a dizer sobre a ferramenta do Instagram. As entrevistas foram marcadas previamente, nos respectivos dias e horários escolhidos por cada um dos entrevistados. Elas foram realizadas de forma remota, com duração de 30 a 40 minutos. Todos os diálogos foram respeitosos com as fontes e dentro dos limites impostos pela ética jornalística.

Quadro 1 – Ordem e funcionamento das entrevistas

<b>Nomes</b>	<b>Ocupação</b>	<b>Data</b>	<b>Duração</b>	<b>Local</b>
Áurea Machado	Psicóloga cognitiva comportamental	5 de maio de 2023	31min37s	Remotas. Participantes moram na região metropolitana. Com exceção da mestre em mídias, do Rio Grande do Norte.
Thai Barbosa	Influenciadora lifestyle	6 de maio de 2023	32min32s	
Luana Kanitz	Influenciadora autoestima	2 de maio de 2023	31min25s	
Suelem Pires	Influenciadora lifestyle	9 de maio de 2023	45min31	
Marília Diógenes	Mestre em mídias	20 de maio de 2023	37min50s	
Ricardo Cornely	Psiquiatra psicanalítico e psicoterapeuta	29 de maio de 2023	28min08s	

Fonte: Elaborado pela autora, 2023

#### **4.1.1 Episódio 1: Saúde mental e os filtros do Instagram**

Neste episódio, a psicóloga, Áurea Machado, graduada há 28 anos conta sua trajetória profissional e relata a forma que enxerga os filtros de embelezamento do Instagram. Aurea discorreu sobre a sociedade impor padrões estéticos e sobre o indivíduo sentir a necessidade de aderir ao que a sociedade está utilizando, afirmando que este fator dos padrões de beleza estarem relacionados com o comportamento social.

A profissional faz uma comparação com os grupos que convive (família e amigos), contando que dentro deles também está presente a necessidade da beleza, porém para ela, a maior beleza é estar com a saúde em dia. Sobre o impacto dos filtros de embelezamento do Instagram, ela acredita que para a mulher, a beleza é uma questão de valor, pois o público feminino é mais discriminado dentro da sociedade. Então essas conquistas que as mulheres tiveram ao longo dos anos foram duras, foram difíceis e ainda não estão nem perto do que tem que ter.

Aurea diz não existir um equilíbrio na utilização deste tipo de filtro, pois assim como a internet trouxe coisas boas, ela também instaurou alguns malefícios. A psicóloga diz que se cuidasse de um caso de dependência em filtros, aplicaria um tratamento que fizesse a paciente enxergar qualidades que ela não consegue ver. O tratamento consistiria em psicoterapia, buscando a história da paciente e ir incentivando nela, coisas e valores que a mesma não está levando em consideração. Porque, se está fazendo isso, a única coisa que ela considera é esse visual. A pessoa não está pensando em mais nada, então se lhe for mostrado outras qualidades, o problema diminui. Contudo, nada acontece do dia para noite. Aurea conta que este pode ser um longo processo.

#### **4.1.2 Episódio 2: Quarta sem filtro**

Em 2018, ocorreu uma reforma na casa de sua mãe, moradora de uma periferia na região metropolitana de Porto Alegre. Thai Barbosa, saía para comprar matérias para a obra e começou a compartilhar os valores dos produtos em seu

perfil no Instagram. Rapidamente, a jovem percebeu o engajamento das pessoas que a seguiam e também a chegada de novos seguidores.

Ela conta que no início levou isso como um hobby mas conforme o crescimento de seu perfil, ela decidiu levar a sério a criação de conteúdos e cair de cabeça na vida de influenciadora, tendo a oportunidade de ser porta-voz para muitas pessoas e assuntos. Desenvolveu conteúdos com temas raciais mesclando com publicações lifestyle e publicidades para algumas marcas.

Sobre os filtros de embelezamento, Thai afirma que utiliza assim como várias pessoas, porém não costuma usar aqueles que contém efeito de harmonização facial. Também foi autora do projeto “Quarta sem filtro”. Um quadro criado por ela para influenciar suas seguidoras a aparecer, pelo menos naquele dia, sem filtros em seus respectivos perfis. Ela percebe que nos últimos dois anos a aderência aos filtros cresceu muito e não só isso, ela discorre sobre o desejo que os filtros criaram nas pessoas de ter o rosto harmonizado ao ponto de apelarem para procedimentos estéticos. A influenciadora ainda faz uma relação quanto ao preenchimento labial e o famoso “bocão” ser um traço das mulheres pretas.

Para ela, os filtros de embelezamento impactam de forma negativa na autoestima das mulheres, afirmando que a pessoa pode se olhar no espelho e não se reconhecer sem aquele efeito. Sendo uma espécie de vício em sua opinião. Thai novamente discorre sobre a importância de seu projeto “Quarta sem filtro”, para que, pelo menos, uma vez na semana, a seguidora se reconheça do jeito que é, naturalmente. A influenciadora relata que o movimento teve bastante aderência, mas não foi algo que ela levou para frente, porém diz ter vontade de retomar o movimento. Quando questionada sobre a possível fusão entre o mundo virtual e o mundo real, conta que ela mesma as vezes perde a noção do tempo quando está navegando na internet e que isso pode impactar em sua vida real. Como por exemplo, dormir além do horário programado e estar extremamente cansada no outro dia.

Por fim, Thai afirma que não acredita que exista um equilíbrio na utilização desse tipo de filtro. Já que eles modificam e transformam o rosto de uma pessoa. Ela faz uma reflexão sobre ter traços de mulher preta e esse tipo de efeito a deixar

padrão. “Talvez esse efeito nem me deixou mais bonita, só me deixou dentro dos padrões”, finaliza.

#### **4.1.3 Episódio 3: Filtros nunca mais**

Luana Kanitz (@lu.autoestima), é jornalista e influenciadora. Tem 26 anos e se conecta com 70 mil seguidores no Instagram, publicando conteúdos que vão em contraponto à indústria da beleza. Moradora da cidade de Canoas, região metropolitana de Porto Alegre, ela começou a criar conteúdo em outubro de 2020. Um pouco antes de passar por um processo de auto aceitação.

Luana, relata que passou a maior parte de sua vida odiando a si mesma por dentro e por fora. Por questões estéticas, sofria com crises de pânico e outro fator importante foi a perda do pai. Essa foi a chave para Luana começar a estudar sobre autoestima e ter uma grande virada de chave em sua vida.

Hoje, ela diz se amar, a amar a pessoa que é e vende essa ideia no em seu perfil no Instagram, decidiu começar a ajudar mulheres através de suas publicações. A influenciadora diz que utilizava com frequência os filtros de embelezamento, principalmente os que aumentam os lábios, já que ela possui lábios menores e relata que já cogitou realizar um preenchimento labial por conta do efeito do filtro.

Ela conta que os filtros impactam de forma negativa na autoestima, relembra sobre a chamada desmordia do Snapchat (aplicativo onde os filtros surgiram). Luana diz não ver problema em utilizar filtros engraçados como aqueles que contém efeitos de bichinhos, porém eles evoluíram para algo perigoso que seria a harmonização facial. Kanitz, vê dois lados no mundo real e virtual. É difícil se desconectar, olhar o feed do Instagram e entender que talvez aquilo que as pessoas estão mostrando ali seja uma imagem manipulada por um filtro ou edição.

A influenciadora diz não existir um equilíbrio para usar os filtros de embelezamento, porém existem outros que podem ser explicados, como alguns que contém frases legais ou efeitos engraçados.

#### **4.1.4 Episódio 4: Despedida dos filtros**

Suelem (@suelempiresdeoliveira) tem 25 anos, é uma influenciadora que acumula mais de 10 mil seguidores. Moradora de Porto Alegre, taróloga, formada em letras mas o foco de seu perfil é beleza e autocuidado. Criadora de conteúdo desde 2019 ela diversificava suas publicações entre dicas de português e tarot. Suelem relata que utilizou muito os filtros de embelezamento logo que eles surgiram, e também após ganhar peso, gostava deles porque afinavam seu rosto, até chegou a fazer preenchimento labial por conta do efeito dessa ferramenta, porém hoje em dia não os utiliza mais.

Ela elencou que a naturalidade de cada pessoa deve ser deixada em evidência. A influenciadora acredita ainda que a beleza é algo imposto à sociedade. Em sua opinião os filtros possuem um impacto negativo na autoestima das mulheres e percebe que esses filtros foram criados no intuito de vender algo, seja uma ideia de beleza ou a busca incansável por procedimentos estéticos. Ela relata também que a influência da ferramenta em sua autoestima foi despertar o desejo de realizar uma lipo de papada. Mas agora, ela aceita seu rosto como é e conseguiu se desprender desta ideia.

#### **4.1.5 Episódio 5: Entendendo os filtros e a mídia**

Formada em publicidade e propaganda, mestre em estudo da mídia e professora substituta na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Marília Diógenes contribuiu neste projeto dando sua visão sobre os filtros de embelezamento do Instagram, enquanto profissional da comunicação. Sua dissertação é voltada para a representação do corpo feminino na internet e redes sociais pela publicidade.

Ela se chama “O sonho da beleza eterna”, trata-se de uma análise sobre a representação do discurso anti-idade. Escreveu um artigo chamado “A construção da imagem corporal nas redes sociais, padrões de beleza e influenciadores digitais”. Marília relata que os anúncios publicitários que se utilizam de corpos de pessoas estão ali para vender algo, seja um produto, um serviço ou um ideal de vida. E é de suma importância analisar que corpo é esse que está sendo exposto.

Ela discorre sobre as possíveis edições de fotos para anúncios, principalmente voltados para produtos estéticos. Porém, Diógenes também vê que nos últimos tempos temos propagandas mais diversificada neste sentido, e isso é uma evolução também chegada com as redes sociais. Mas é preciso ter cuidado. Ela alerta que até mesmo nesta diversificação existem padrões. A mestre em estudos da mídia conta que a internet e redes sociais abriram um espaço para a cultura da participação. Isto é, deu a oportunidade para o público expressar sua falta de representatividade quanto a campanhas, produtos, entre outros.

Ela não vê o Instagram como a rede social das comparações, em sua percepção, todas as redes sociais podem gerar o sentimento de comparação já que os usuários podem manipular suas realidades e mostrar somente coisas boas. Contudo, o Instagram tem a questão imagética que pode, possivelmente, impactar no sentido de comparações. Porém, ainda sim ela não vê a rede social como a vilã, já que tem um processo por trás disto que envolve pessoas. Diógenes também vê que a possibilidade de os usuários criarem seus próprios filtros e este ser replicado com seu respectivo nome cada vez que é usado é um fenômeno a ser observado já que o criador deste filtro ganhará maior visibilidade com o uso dele.

Como mulher, pesquisadora e publicitária, tudo está relacionado ao comportamento da sociedade sendo influenciada pela indústria da beleza. E quanto mais a sociedade consome mais a indústria cria.

#### **4.1.6 Episódio 6: Desprendimento dos filtros**

Ricardo Cornely, 65 anos psiquiatra psicanalítico e psicoterapeuta, ele atua há 37 anos. Ricardo conta que mesmo antes de iniciar o curso de medicina, a saúde mental já era sua vocação. Questionado sobre o impacto dos filtros na saúde mental, o psiquiatra acredita que tudo é uma questão de dosagem. Ele vê o exagero como o maior perigo à saúde mental, mais especificamente quando a mulher se obriga a entrar em determinado padrão de beleza imposto pelo machismo da sociedade. Ele discorre sobre a visão distorcida que muitas pessoas têm sobre a autoestima estar ligada à beleza física. Cornely afirma que a ferramenta pode sim despertar o desejo

de buscar procedimentos estéticos e a importância de um acompanhamento psicológico quando a influência está neste nível.

O profissional percebe que o Instagram aproximou celebridades do público em geral e assim aumentou as comparações nessa rede social, fora os valores das cirurgias plásticas mais simples que ficaram mais acessíveis à pessoa de diferentes classes sociais. Outro fator alarmante para ele é a possível visão distorcida que os filtros de embelezamento podem ocasionar, visto que, segundo ele, o transtorno de imagem já é catalogado no Código Mundial de Doenças e está comum nos tempos atuais. Ela se resume em ter uma percepção distorcida de si.

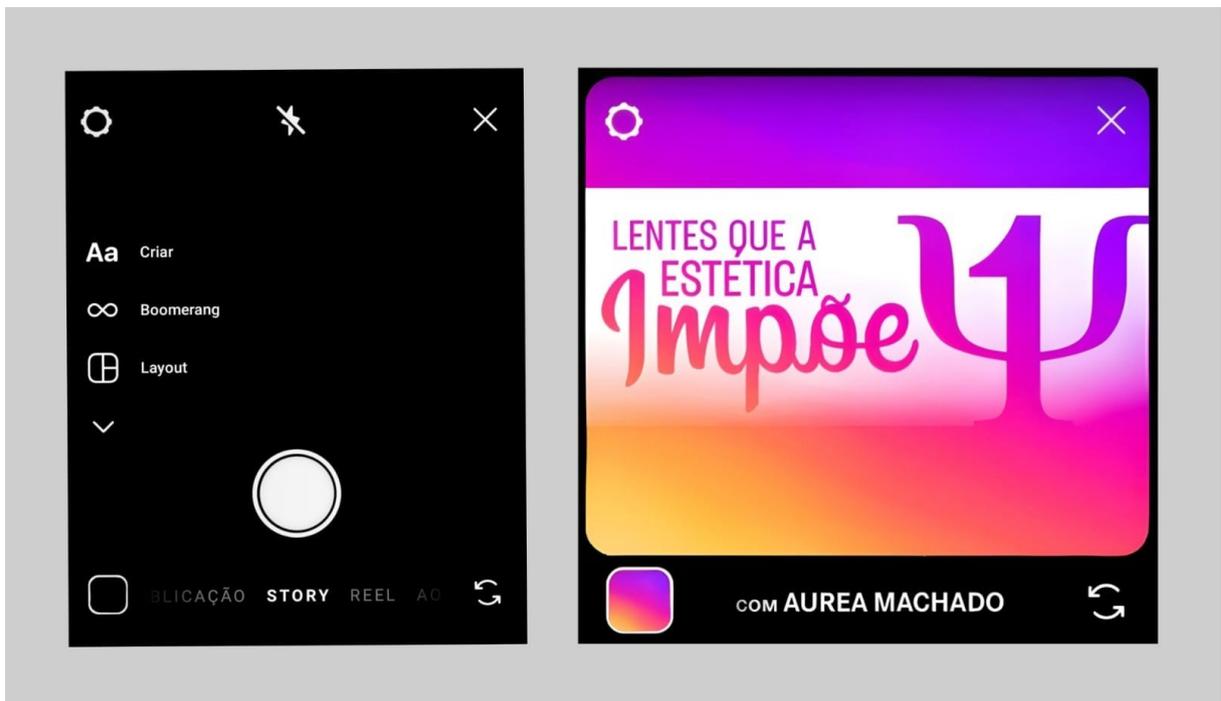
Por fim, o psiquiatra explica que para tratar uma dependência em filtros é um processo que pode durar muito tempo e tem tratamentos alternativos, baseados em terapia, hipótese, entre outros. Para isso ele recomendaria o desprendimento do mundo virtual e o investimento em atividades no mundo real e interações sociais maiores, como por exemplo, aprender a tocar um instrumento, dança, acampamentos e atividades parecidas.

## 5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

Neste capítulo será apresentado um relatório explicando como o processo de produção do podcast “As lentes que a estética impõe” foi desenvolvido.

O layout da borda das capas das edições foi inspirado no layout do Story do Instagram, com alguns elementos a menos para evitar poluição visual.

Figura 1 – Criação do layout

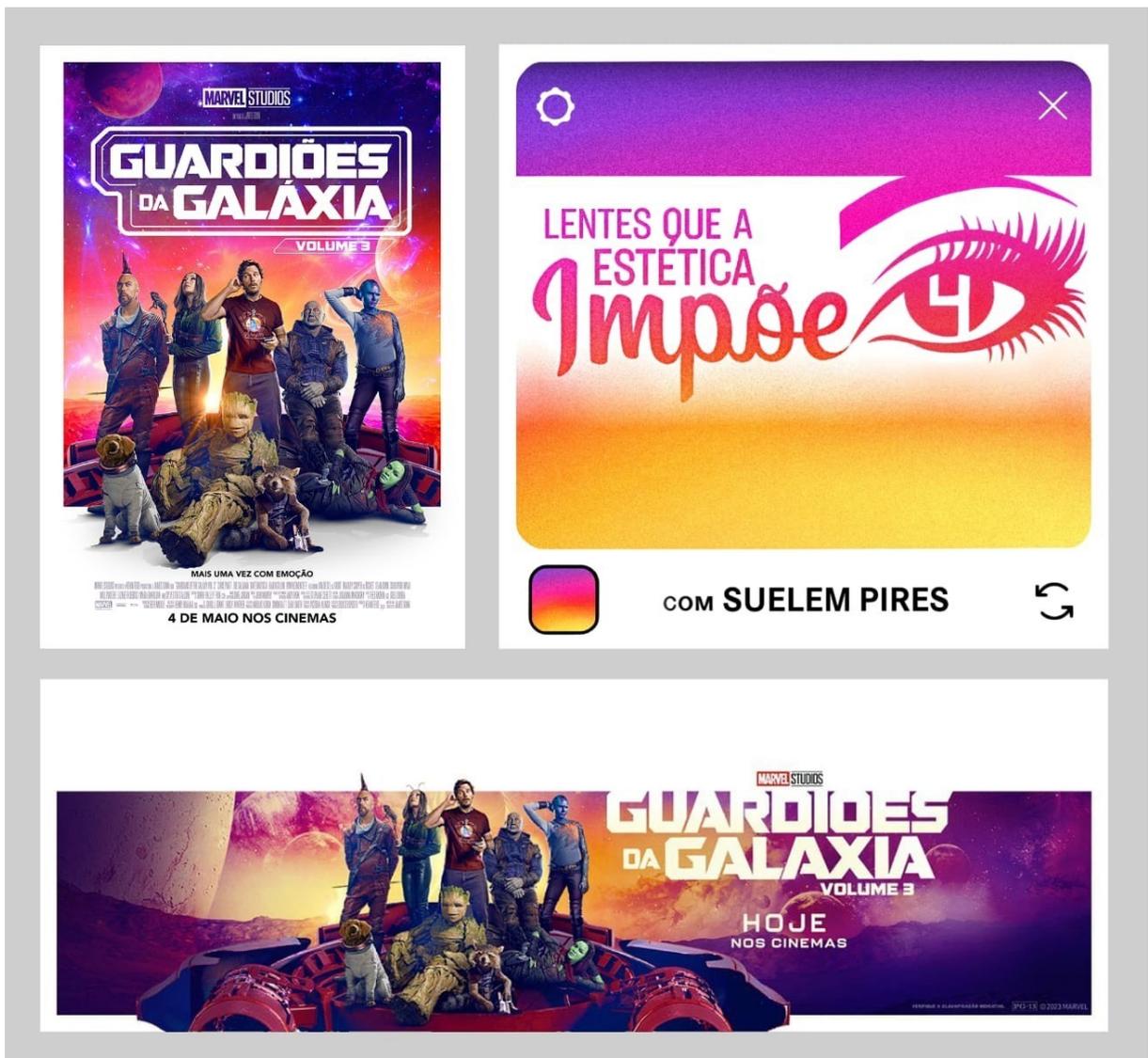


Fonte: Elaborado pela autora, 2023

A escolha final da moldura branca veio não apenas da identidade visual do Instagram, que possui vetores nessa cor, mas também de referências externas em que esse tipo de gradiente bem saturado, se mesclou de forma orgânica e elegante à borda da cor branca. Após a geração dos primeiros modelos e suas respectivas alternativas de cor entre preto e branco, a composição do material de marketing de Guardiões da Galáxia Vol. 3 me chamou atenção por ter um gradiente de cores próximo ao do Instagram, e mesclar organicamente com a moldura e os textos na cor branca. Dito isso, o principal motivo de usar essa referência visual como inspiração, foi o contraste entre o gradiente saturado e colorido que assemelha ao

da paleta de cores do Instagram, com a moldura na cor branca, gerando uma composição equilibrada e que agrada ao olhar.

Figura 2 - Escolha das cores



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

As tipografias usadas são as mesmas da identidade visual e que também estão presentes no aplicativo, com ênfase no título, onde foi aproveitada a semelhança das palavras "Instagram" e "Impõe" para utilizar a mesma fonte.

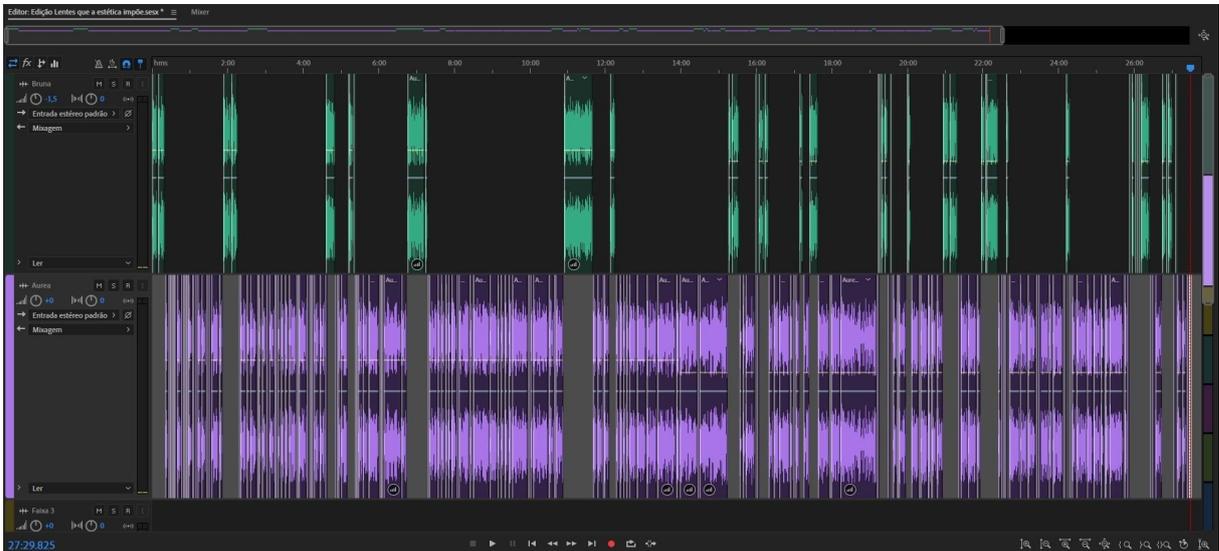
Figura 3 – análise da tipografia



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

No que se refere a edição dos episódios, cada entrevista foi marcada previamente dentro dos dias e horários que foram melhores para cada fonte. Os diálogos ocorreram via Google Meet, com uma assinatura personalizada (paga pela autora do projeto), onde se tem a opção de gravação. Elas foram separadas em pastas no Google Drive e editadas no programa Adobe Audition 2022, sendo realizados limpeza, tratamento e finalização nas gravações de áudios. Após a edição minuciosa de todos os seis episódios do podcast “As lentes que a estética impõe”, foi chegado o momento de fazer sua publicação no aplicativo “Spreaker”, onde fica disponível gratuitamente ao público.

Figura 4 – Edição dos episódios



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

No episódio 1 recebemos a psicóloga, Áurea Machado, que introduziu os assuntos dos filtros de embelezamento e seus possíveis impactos na saúde mental e autoestima. O episódio pode ser acessado no aplicativo Speaker<sup>4</sup>.

Figura 5 – Postagem do episódio 01



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

4 Episódio 1: <https://www.speaker.com/user/17200170/episodio-01>

No episódio 2, a influenciadora, Thai Barbosa discorre sobre os filtros de embelezamento e seu projeto “Quarta sem filtro”. O episódio pode ser acessado no aplicativo Speaker<sup>5</sup>.

Figura 6 – Postagem do episódio 02



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

No episódio 3 recebemos a influenciadora, Luana Kanitz que contou suas experiências com os filtros e o porquê não os utiliza mais. O episódio pode ser acessado no aplicativo Speaker<sup>6</sup>.

5 Episódio 2: <https://www.spreaker.com/user/17200170/episodio-02>

6 Episódio 3: <https://www.spreaker.com/user/17200170/episodio-03>

Figura 7– Resultado episódio 03



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

No episódio 4, foi a vez da influenciadora, Suelem Pires, relatar sua percepção quanto aos filtros de embelezamento do Instagram. O episódio pode ser acessado no aplicativo Speaker<sup>7</sup>.

Figura 8 – Resultado episódio 04



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

<sup>7</sup> Episódio 4: <https://www.speaker.com/user/17200170/episodio-04>

No episódio 5, a mestre em estudos da mídia, Marília Diógenes deu seu ponto de vista sobre os filtros e as redes sociais num geral. O episódio pode ser acessado no aplicativo Speaker<sup>8</sup>.

Figura 9 – Resultado episódio 05



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

No episódio 6, o psiquiatra, Ricardo Cornely, expõe sua opinião sobre os filtros de embelezamento e também fala sobre algumas dicas para se despendar da ferramenta. O episódio pode ser acessado no aplicativo Speaker<sup>9</sup>.

8 Episódio 5: <https://www.speaker.com/user/17200170/episodio-05>

9 Episódio 6: <https://www.speaker.com/user/17200170/episodio-06>

Figura 10 – Resultado episódio 06



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

O podcast “As lentes que a estética impõe” pode ser ouvido na íntegra através do link: [https://www.speaker.com/show/as-lentes-que-a-estetica-impoe\\_1](https://www.speaker.com/show/as-lentes-que-a-estetica-impoe_1) e está aguardando as considerações da banca e possíveis ajustes para ser publicado no Spotify e outras plataformas.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto contribui para a comunicação, sendo um podcast pioneiro na temática dos filtros de embelezamento do Instagram. A execução e finalização deste trabalho contou com muito tempo e esforço disponibilizados para trazer essa pauta que por mais relevante que seja, ainda não existem muitos estudos aprofundados e publicados sobre o tema. A busca teórica foi desafiadora, mas nada comparado à incansável pesquisa e procura pelas fontes, lidar com seus imprevistos e remarcar as entrevistas. Ainda falando dos entrevistados, diversos “nãos” foram ouvidos ao longo da programação deste projeto, mas a determinação foi maior nestes três meses intensos de trabalho prático e acabei encontrando os profissionais ideais que deram contribuições valiosas para o enriquecimento do conteúdo deste podcast.

Este trabalho de conclusão de curso foi de uma importância gigantesca para o desenvolvimento do debate sobre os filtros de embelezamento do Instagram. Todas as fontes receberam o convite para participar com entusiasmo e concederam suas respectivas entrevistas com animação, assim compartilhando seus conhecimentos e percepções. Lembrando que todas as conversas foram conduzidas dentro dos limites da ética jornalística.

Com base no conhecimento adquirido ao longo desta trajetória, com longa pesquisa sobre o tema e após concluir as entrevistas programadas, posso afirmar que o problema de pesquisa deste projeto que consistia em entender como os filtros de embelezamento do Instagram ajuda a reforçar os padrões estéticos e possivelmente aumentar transtornos de imagem, concluo que foi resolvido. Todos os entrevistados foram unânimes na constatação que essa ferramenta padronizam o rosto dos usuários e aumentam o desejo por procedimentos estéticos aumentando, ou talvez até criando, uma insatisfação consigo mesma em cada pessoa que utiliza este recurso. Já os objetivos específicos deste trabalho foram atingidos em partes. Os padrões estéticos mudam historicamente conforme o passar do tempo e ainda irão mudar inúmeras vezes futuramente. As redes sociais trouxeram mudanças e não podem ser responsabilizadas por comportamentos sociais. A internet pode potencializar as comparações e criar recursos para disseminar ferramentas que levem ao desejo pela perfeição imaginária oriunda da indústria da beleza, porém não

é a grande culpada pelo interesse e aderência do público. Analisando por outro lado, as redes sociais trouxeram consigo uma opção de escolha. Por fim, se pode concluir que os filtros são prejudiciais à saúde mental, podendo ser ainda mais perigoso em usuários que já apresentam algum problema anterior. Dificilmente existirá um equilíbrio saudável na utilização da ferramenta. Que fique registrado neste trabalho de conclusão de curso os sinais de alerta de uma dependência em filtros, os malefícios que ela pode causar e os caminhos alternativos para se desvencilhar disso. Com os conhecimentos adquiridos neste projeto, agora também sou anti filtros. Como dito anteriormente, não existem muitos trabalhos e estudos sobre o impacto dos filtros de embelezamento na saúde mental e autoestima, então o podcast “As lentes que a estética impões”, pode servir como referência para impulsionar futuras pesquisas sobre o assunto.

## REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Thai. **Entrevista concedida a Bruna Oliveira dos Santos**. Porto Alegre, 06 mai. 2023.
- CAPUTO, Stela Guedes. **Sobre entrevistas: teoria, prática e experiências**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- DIÓGENES, Marília. **Entrevista concedida a Bruna Oliveira dos Santos**. Porto Alegre, 20 mai. 2023.
- DA capa de revista às telas de celular: de que forma as mídias sociais impactam a relação das mulheres com a sua aparência?. **Notícias PUCRS**, Porto Alegre, 29 set. 2021. Disponível em: <<https://www.pucrs.br/blog/pressao-estetica-redes-sociais/>>. Acesso em: 27 abr. 2023.
- FALCÃO, Bárbara Cruz; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. O podcast como gênero jornalístico. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Belém, 2019. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf>>. Acesso: 06 mai. 2023.
- FONTANIVE, Stéfani. Número de cirurgias plásticas cresce a cada ano e suscita debates sobre a autoimagem na sociedade de consumo. **Jornal da Universidade UFRGS**, Porto Alegre, 09 fev. 2023. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/jornal/numero-de-cirurgiasplasticas-cresce-a-cada-ano-esuscita-debates-sobre-a-autoimagem-na-sociedade-deconsumo/#:~:text=Segundo%20os%20dados%20mais%20recentes,e%20Estados%20Unidos%2C%20com%2055.436>>. Acesso em: 27 abr. 2023.
- GUIMARÃES, C. M. A.; GOUVEIA, T. M. O. Almeida. Vida em filtros: construções identitárias no instagram. **Esferas**, Brasília, n.6, jan./jun. 2015, p. 21-29.
- KANITZ, Luana. **Entrevista concedida a Bruna Oliveira dos Santos**. Porto Alegre, 02 mai. 2023.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 11.ed. Rio de Janeiro: Record, 2014.
- MACHADO, Áurea. **Entrevista concedida a Bruna Oliveira dos Santos**. Porto Alegre, 05 mai. 2023.
- MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível**. 4.ed. São Paulo: Atica, 2002.
- PEREIRA, Fábio. A entrevista no jornalismo brasileiro: uma revisão de estudos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Santa Catarina, v.14, n.2, jun./dez. 2017, p.139149. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/profile/Fabio-Pereira-8/publication/>>

329133175\_A\_entrevista\_no\_jornalismo\_brasileiro\_uma\_revisao\_de\_estudos/links/5cc6f3204585156cd7ba74f2/A-entrevista-no-jornalismo-brasileiro-uma-revisao-deestudos.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2023.

PIRES, Suellem. **Entrevista concedida a Bruna Oliveira dos Santos**. Porto Alegre, 09 mai. 2023.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Editora Contexto, 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTOS, Sílvio. Os podcasts: um lugar novo para o regresso das histórias ao jornalismo. In: CORREIA, João Carlos AMARAL, Inês. **De que falamos quando dizemos jornalismo?** Temas emergentes de pesquisa. Covilhã: Editora LabCom, 2021, p.195-2013.

SOARES, Vitória Nunes. Uso excessivo de filtros nas redes sociais pode diminuir a autoestima. **Correio do Povo**, Porto Alegre. Disponível em: <<https://bellamais.correiodopovo.com.br/bemestar/emocoes/uso-excessivo-de-filtrosnasredes-sociais-pode-diminuir-a-autoestima-1.883228>>. Acesso em: 27 abr. 2023.

UGARTE, David de. **O Poder das Redes**: manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas, chamadas a praticar o ciberativismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.