THE REPULSION TO THE 'FFATBODY' IN SOCIAL NETWORKS ON THE INTERNET

A REPULSA AO CORPO 'GORDO' EM REDES SOCIAIS NA INTERNET

Marcos Vinicius Mota¹; Maria Sylvia de Souza Vitalle²

1. Aluno do curso de doutorado do Programa de Pós Graduação em ESIA/UNIFESP. Endereço para correspondência: Setor de Medicina do Adolescente/ UNIFESP - Rua Botucatu 715. CEP: 04023-062

E-mail: markinhosmvm@gmail.com

2. Professora Permanente do Programa de Pós Graduação em ESIA/UNIFESP. Endereço para correspondência: Setor de Medicina do Adolescente/ UNIFESP - Rua Botucatu 715. CEP: 04023-062

E-mail: sylviavitale@gmail.com

*Este trabalho é parte de pesquisa apresentada ao programa de pós-graduação em Educação e Saúde na Infância e na Adolescência (ESIA), da Universidade Federal de São Paulo/UNIFESP, para a aquisição do Título de Mestre em Ciências da Educação e Saúde

Como citar:

MOTA, Marcos Vinicius; VITALLE, Maria Sylvia de Souza. The repulsion to the 'ffatbody' in social networks on the internet. In: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ADOLESCENCE(S) & FÓRUM (RE)PENSANDO A EDUCAÇÃO, 3, 2017, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Unifesp, 2017. p. 316-325.

DOI: <http://dx.doi.org/10.22388/2525-5894.2017.25>

Resumo: Este estudo parte do pressuposto de que a violência direcionada ao corpo obeso na Internet se dá por praticas aprovadas socialmente e não percebidas como agressão. **Objetivo:** Investigar o humor com referência ao corpo obeso em redes sociais na Internet. **Métodos:** Adotamos como técnica de pesquisa a descrição de cenários de publicações direcionadas ao entretenimento no *Facebook*, onde o corpo obeso foi objeto de alusão ao riso. Coletados os comentários de usuários da plataforma, abaixo das publicações, os consideramos à luz da Análise de Conteúdo de Bardin. **Resultados:** Encontramos o corpo obeso caracterizado como um corpo repulsivo, percepção consequente à emoção 'nojo'. **Conclusão:** As implicações denunciam uma prática de violenta discriminação e preconceitos baseados na repulsa, naturalizados com justificativas que fazem menção ao riso despretenso.

Palavras-Chave: Emoções. Comportamento do adolescente. Obesidade. Violência. Mídias sociais.

Abstract: This study is based on the assumption that violence directed to the obese body on the Internet is based on practices that are socially approved and not perceived as aggression. **Objective:** To investigate the humor with reference to the obese body in social networks in the Internet. **Method:** We adopted as a research technique the description of scenarios of publications directed to entertainment on Facebook, where the obese body was alluded to laugh. Collected comments from users of the platform, below the publications, we consider the basis of the Bardin Content Analysis. **Results:** We find the obese body characterized as a repulsive body, perception consequent to the emotion 'disgust'. **Conclusion:** The implications denounce a practice of violent discrimination and prejudices based on revulsion, naturalized based on justifications that mention the search for unpretentious laughter.

Keywords: Emotions. Adolescent behavior. Obesity. Violence. Social media.

INTRODUÇÃO

As emoções para Miller (1997), são sentimentos que se atrelam a ideias podendo resultar em ações. O autor destaca as decorrências associadas ao nojo, e entendemos que o único movimento possível diante do obeso diz respeito a afastar-se, posto que as

representações sobre este corpo, nos comentários no cenário de nosso estudo, o caracterizam como repulsivo.

Apesar de se estender aos outros sentidos, a emoção ‘nojo’ surge como modo de rejeitar alimentos tóxicos, sendo despertada pelo paladar. Através da extensão de suas funções, podemos sentir repulsa de situações em que a pureza de objetos e comportamentos é violada, ou quando ações são moralmente repreensíveis (DAMÁSIO, 2011; DARWIN, 2004).

Esta em destaque a relevância do nojo diante dos perigos naturais, como a intoxicação grave ao se ingerir alimentos estragados. Mas esta emoção pode incorporar significados sociais mais amplos, e o problema desenvolve-se quando sua dinâmica permanece a mesma ante qualquer circunstância, como a repulsa frente às características presentes no humano, o que pode causar equívocos e situações indesejadas (TAVARES, STRUCHINER, 2013).

A proposta deste artigo é debater sobre o significado atribuído ao corpo obeso representado em publicações no *Facebook*. Partimos do pressuposto de que a violência direcionada a este corpo na rede social é justificada pelo humor, em práticas aprovadas socialmente e não percebidas como agressão.

Por conseguinte, objetivamos investigar tais publicações onde a imagem do corpo ‘gordo’ remeteu ao riso. Nesta lógica de humor e entretenimento, é notável a manifestação da emoção ‘nojo’ nas interações de usuários da plataforma, atrelada a ações vinculadas a tal sentimento.

METODO

Este estudo seguiu abordagem qualitativa, de caráter empírico, exploratório e descritivo, onde os elementos foram estudados no ambiente em que se apresentaram. Não houve qualquer manipulação intencional dos dados, que foram retratados com a maior amplitude possível.

A técnica de investigação foi a descrição de cenários de publicação tidas como humor e entretenimento no *Facebook*. Para a coleta de dados, foi criado um perfil (conta) nesta rede social, e as características da plataforma foram exploradas em prol dos processos da pesquisa. Inicialmente buscamos e ‘curtimos’ páginas de humor, entretenimento e vinculadas a palavra ‘*troll*’ – expressão que no momento da pesquisa era atrelada ao riso na Internet. Para a coleta de dados foi utilizada a própria linguagem do *site*, expressas como “curtir”, “compartilhar”, “comentar” e a imagem postada.

Dentre os achados nas páginas no *site*, foram compartilhadas pelo perfil da pesquisa imagens que abordaram o tema obesidade. Ademais, foram coletados os comentários realizados por perfis diversos abaixo de cada publicação.

A busca foi compreendida entre junho de 2014 e fevereiro de 2015, obtendo 100 publicações. A atualização dos dados ('curtir', 'comentar' e 'compartilhar') foi realizada em 05 de março de 2015, sendo então excluídas da análise todas as publicações em que não constaram comentários.

Coletados os comentários de usuários da plataforma, os consideramos à luz da 'Análise de Conteúdo de Bardin' (BARDIN, 2012). Os comentários obtidos apresentam as unidades de significado e a análise de conteúdo procura revelá-los por meio da compreensão do modo de sua produção social. Consegue, ainda, detectar os valores de referência e os modelos de comportamento presentes nesses discursos, auxiliando na sua compreensão além do seu significado imediato. A análise de conteúdo é formada por um conjunto de técnicas que procura obter indicadores que permitam distinguir conhecimentos relativos às condições de produção destas mensagens, de forma que se permite identificar eixos direcionadores ou categorias. Neste trabalho encontramos três eixos: a repulsa causada pelo nojo ao obeso: o corpo obeso com baixo valor enquanto parceiro sexual; a imperfeição e a infelicidade entendida como negligência pessoal do obeso.

Esta pesquisa está de acordo com a Resolução Nº 466, de 12/12/2012, do Conselho Nacional de Saúde/MS, tendo sido aprovada pelo Comitê de Ética da Universidade Federal de São Paulo/Hospital São Paulo, parecer nº 795.232.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Encontramos o corpo obeso caracterizado como repulsivo. Esta percepção passa a existir consequente ao 'nojo', o que se caracteriza como equívoco quando segrega o sujeito.

A REPULSA CAUSADA PELO NOJO AO CORPO OBESO

Publicando e gerando provas contra si, os milhares que participaram da dinâmica de humor contra o corpo obeso já não podem, a partir de agora, se esquivar de juízo de valor perante a um possível questionamento moral. Suas afirmações fazem referência a um nojo social, a discriminação e ao preconceito para com o 'gordo'.

Atentemos aos comentários retirados de publicações no *Facebook* a respeito do corpo obeso [Imagem feminina - (F)/Imagem masculina - (M)]:

(F) Credo Zuzu kkkkkkkkkk /// (F) ai credo /// (F) CREDO /// (F) Credo em cruz! /// (F) kkkkkk qui nojo kkk armaria /// (M) Credooo /// (M) Eca! /// (M) credo que porra e essa aff

credo /// (M) que nojo veiiii. /// q horror.....ecatii /// (M) que nojentaaaaaaa.....kkkkkkkkkkkkkkkkkk /// qe nojo g.g /// (M) écaaa

Os comentários anunciam a emoção nojo expressa por 'ecaaa', 'que nojo', 'nojenta', 'vomito' e dizem respeito à concretização das representações cotidianas, que através da escrita adquirem permanência virtual, sendo então passíveis de serem observadas, coletadas e analisadas.

Em função do nojo, é possível uma experiência sensorial pelo sentimento de se estar em perigo na relação com o corpo obeso. O nojo que necessariamente deverá repelir ocupa área de repleta oposição, tais como belo *versus* feio, saúde *versus* doença, eu *versus* você, nós *versus* eles (MILLER, 1997).

Para o belo e seus sinônimos há reação de apreciação desinteressada (ECO, 2007), mas o corpo obeso considerado nos achados como feio, grotesco, disforme, vem como causa para violenta repulsa.

Violência que faz brotar preocupações como as dos indivíduos obesos no estudo de Gonçalves (2004). Suas ações estiveram voltadas à busca de um padrão de normalidade, e desejavam mais a aceitação social que o enquadramento em algum ideal de beleza. A questão, então, recai sobre como ser aceito quando na história o que foi considerado feio sempre causou repulsa ou esteve relacionado ao mal (ECO, 2007), quando o único corpo possível na sociedade atual ainda é o não obeso.

Conforme os desejos da sociedade, a beleza é um fator preponderante ao modo como os sujeitos se percebem no mundo. Os limites genéticos, financeiros ou pessoais que impedem a adequação do corpo à imposição estética cultural, interferem na saúde psicológica do indivíduo, diante das pressões da ditadura do corpo (BORIS, CESÍDIO, 2007).

Contra a ditadura do corpo, na Internet *blogs* são percebidos como espaço de resistência, de diálogo e fortalecimento do discurso contra o hegemônico que dita o perfil magro como o único possível. Encontramos a emergência de expressões apreciativas com referência ao corpo obeso: maravilhosas, poderosas, lindas, grandes (GODOI, 2011).

Um movimento de empoderamento do público feminino obeso já existe através de movimentos “pró GG”, percebido em revistas impressas e comunidades no *Facebook* com títulos próximos a ‘gordinhas poderosas’. Mas ao analisar os cenários coletados, é possível afirmar que o convencimento sobre a aceitação do corpo obeso como um corpo possível será um caminho árduo.

A criação de políticas públicas voltadas ao combate da violência contra o corpo obeso pode ser desencorajada à medida que a culpa, o fato de ser gordo, recai, sobretudo no sujeito. No estudo de Melo, Farias, Kovacs (2017), após reflexão a respeito de propagandas

publicitárias que exploravam o humor baseado na obesidade, os participantes mesmo que tocados por empatia gerada por tal reflexão, deixa surgir o comentário: *‘gordo é gordo, por que quer’*.

E então, mesmo entendendo que tais propagandas exploravam os significados relacionados à obesidade em uma violência caracterizada como humor, posterior a análise, tomados por suas representações, os participantes da pesquisa classificaram os obesos como preguiçosos, repulsivos, feios, estranhos, mas, apesar de tudo, engraçados.

O CORPO OBESO COM BAIXO VALOR ENQUANTO PARCEIRO SEXUAL

O nojo, inevitavelmente, é uma experiência de proximidade não desejada, que pode ser ocasionada por entes naturais, como baratas, sangue ou vômito. Também pode ser disparado por comportamentos, ideias e práticas sexuais consideradas aberrantes, no qual a proximidade é percebida como possibilidade de contaminação (MANNINGHAUS, 2003; TAVARES, STRUCHINER, 2013).

Na literatura (TAVARES, STRUCHINER, 2013), o incesto e a zoofilia ilustram práticas consideradas aberrantes. No mesmo sentido, encontramos prática ou ideia que contraria a ordem e a norma como sendo o ato sexual com um indivíduo obeso. Declarações como *“Obrigaduuiu!!!”, “ Gzuiz!!! vou ali e volto é nunca... zuuuuuuuuuummmmmmmmm”, “to fora”* – expressaram o desejo por evitar o corpo obeso considerado inapropriado para o contato, impróprio para relações sexuais.

Percebemos que a ideia de contágio parece estar fortemente ligada ao nojo. A lei do contágio diz que mesmo considerado neutro, o objeto que tocar outro disparador desta emoção, assumira a propriedade de causar o ‘vomito’, fato que permanecerá constante por um tempo, mesmo após higienização (TAVARES, STRUCHINER, 2013).

Essa lei do contágio foi aplicada aos ‘bêbados sem juízo’ em sua aventura ao beijar uma mulher obesa, considerada nojenta – *“(F) Putz...nojento!”*, *“(F) Cruiz credo.. Cachaça maldita..kkkkkkkk”*.

Indicações de Fortuna e Siqueira (2015), sugerem que o nojo é “humanizante”, e aqueles que dificilmente se enojam pertencem a categorias diferentes como os loucos, os santos e as crianças. Nas publicações, se relacionar com pessoa obesa foi indicativo de demência ou coragem – *“(F) Corajoooooso”, “kkk se loko cara kk”, “(F) TA LOUCOOOOO,hahahaha”*.

Percebemos que ao ‘gordo’, nojento e horrível foi negado o direito ao sexo. Associar alguém como parceiro sexual de pessoa obesa foi considerado ofensa e a resposta a este ato

foi o surgimento de frases e expressões agressivas. - “(F) vai toma no c... rapá!”, “(F) iae parça tu ta eh loko eh kkk”

Indicar uma possível relação entre um indivíduo e o sujeito obeso é ‘zoeira’ entre amigos, uma possível brincadeira quando se quer ‘tirar onda’, ‘tirar sarro’ - “(F) e ai “perfil marcado” Ta catando memo kkkk”, “(F) ainda bem q me chamo Marco” e nao Marcos” kkkkkkkkkkkkkk.

Percebe-se que isto reflete a postura da sociedade como um todo onde a intolerância e a agressividade são normatizados. Há uma junção entre o grotesco, a zoeira como brincadeira, de forma que os valores vão sendo naturalizados, e a violência só é percebida (se for percebida) quando a brincadeira fica muito pesada ou recorrente. A internet e as tecnologias digitais vão sendo utilizadas para explicitar esta situação dentro da lógica da comicidade e do divertido e assim se camufla a violência cotidiana aí embutida.

Parece ser possível o masculino obeso ser parceiro romântico ou sexual de um feminino com peso 'adequado', no entanto, quando o corpo feminino era obeso se sugeria que a mente do individuo masculino não estava em seu perfeito juízo de valor (demência, embriaguez) – “(F) nem phodendo.”, “(F) Kkkkkkkk to fora qro não nem bebo”, “(F) / Afe... Sem caridade....Kkkkk Nao bebo mais “.

A ingestão de álcool foi elencada como a causa de indivíduos do sexo masculino, portanto normais, ter uma relação romântica com um corpo feminino obeso, não normal. Isso foi visto como um ato de caridade do masculino, para com o feminino. Quando o feminino foi considerado belo e o masculino obeso, a resposta para a parceria romântica esteve no interesse econômico do feminino pelo então masculino provido de bens materiais – “(M) interesse da porra viu meu”, “(M) é amor ao dinheiro é claro”, “(M) Interesse”.

Na evolução, percebemos o nojo motivando a prevenção de contato com indivíduos considerados de baixo valor sexual, o que regula as decisões sobre a escolha do companheiro. Ações que causam repulsa sexual muitas vezes são moralizadas (TYBUR, LIEBERMAN, KURZBAN, DESCIOI, 2013).

O nojo pode estar relacionado aos conceitos sociais que prevalecem sobre o corpo obeso. Corpo que para determinados usuários do *Facebook* foi considerado feio, repulsivo como parceiro sexual, digno de morte, digno de ser violentado e representado em símbolos depreciativos como um corpo desqualificado.

Por estes prismas, se apaixonar por pessoa obesa seria um desafio, e por si, uma prova de amor. Antes de superar as barreiras provenientes da relação a dois, será preciso superar a barreira do preconceito. Superar as primeiras expectativas, “é bonita?”.

É não se importar em provar para os desavisados sobre a relatividade do belo, é assumir, também, a ordem estabelecida pela “lei do contágio” - você também será nojento, você também causará repulsa, mesmo que antes, perante a sociedade, fosse considerado um sujeito neutro – *“(M) Aii que nojoooooo kkkkkkk”*“.

Um julgamento moral recairá sobre quem se aventurar a ter uma relação com um indivíduo obeso, que pela lei do contágio agora é um objeto impuro. A finalidade está em marcar os sujeitos em que as ações representam ameaça. Evitá-los também reduzirá o risco à exposição a danos (HUTCHERSON, GROSS, 2011).

A IMPERFEIÇÃO E A INFELICIDADE ENTENDIDA COMO NEGLIGÊNCIA PESSOAL DO OBESO

Revistas impressas (de beleza, moda, etc, habitualmente dirigidas pelos editores ao público feminino) sugerem às mulheres que o sucesso e a felicidade se encontram num corpo ideal, idealmente magro e recomendam fórmulas para o corpo ideal tomando por base a vida pessoal de artistas - altas, magras, olhos claros. Mulheres bem sucedidas e, portanto, com relacionamento amoroso e sexual pleno (ANDRELO, ALMEIDA, 2015).

Atualmente, ser feliz corresponde à conquista das medidas perfeitas e o corpo passa a ser objeto de busca existencial. As formulas de sucesso indicam que qualquer sujeito pode atingir ou se aproximar ao padrão vigente de beleza. O Sucesso é encontrado no mercado através das dietas, exercícios físicos, tratamento de beleza e cirurgias plásticas. Qualquer imperfeição é entendida como negligência pessoal (DANTAS, 2011).

Com referência a obesos, comportamentos alinhados as normas sociais como a superação da obesidade são altamente elogiados, porém as violações morais são mais severamente criticadas, isso também, porque a emoção ‘nojo’ potencializa os juízos avaliativos dos indivíduos, assim como sustentam estereótipos (VARTANIAN, THOMAS, VANMAN, 2013; MASICAMPO, BARTH, AMBADY, 2014).

Postagem sobre mulher que superou a obesidade através do esforço sob a legenda: “Acredite o encosto da obesidade pode sair do seu corpo”, elucida a supervalorização da magreza, quando há vitória sobre a obesidade, manifesta pela difícil tarefa de emagrecer. Intrincada nessa dinâmica, encontramos o desejo de superação da incapacidade baseado em corresponder aos modelos de felicidade presentes nas vidas das artistas (ANDRELO, ALMEIDA, 2015), isso para si e terceiros.

A imagem esteve inserida em comunidade com quase seis milhões de membros, em lógica direcionada para o humor e entretenimento.

*“perfil marcado” eu acredito!!!! // * Kkkkk eu acredito e do meu cunhado romulo tbm, neh*
*“perfil marcado” kkkk // * “perfil marcado” essa é pra no’s pq a “perfil marcado” já se*
*livrou ahahaha // * “perfil marcado” o meu já saiu há meses. Só falta o de vocês sair. // **
*“perfil marcado” “perfil marcado” acreditem. // * perfil marcado” amém // * perfil marcado”*
“perfil marcado” olhem isso.

Vale salientar, que a repulsa causada pelo nojo pode ser negociada quando há a necessidade de obtenção de alimento, em tempos de escassez, assim como para se ajudar parentes (TYBUR, LIEBERMAN, KURZBAN, DESCIOI, 2013). Dessa forma, o outro, sendo obeso, quando há mediação por vínculos afetivos, tem a permissão para a aproximação, mas ainda assim, seria parabenizado caso superasse seu estado de obesidade.

LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Como limitação do estudo, citamos a inexistência de dados sobre quem está curtindo, compartilhando ou comentando as postagens: qual a idade, qual o sexo, qual a escolaridade, qual sua inserção sócio-histórica-cultural. Há indícios de que por trás de muitas destas postagens existem empresas que exploram a publicidade no *Facebook* e isso precisa ser mais bem averiguado. O anonimato relativo desta situação pode ser considerado uma das piores faces da violência, pois a questão da invisibilidade pode ser a questão da virulência e da impunibilidade: onde termina a brincadeira e onde começa a agressão? Esta situação permite, inclusive, a banalização da violência. Seria interessante clarear estes dados em um desenho de estudo quanti-qualitativo para lançar luzes, na busca de mecanismos e ações que minimizem a prática de normalização da violência, intolerância e agressividade contra a obesidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Parece fantasioso associar o nojo com a obesidade, porque cada qual sendo questionado sobre esta prática pode recorrer a ideia formada a partir de suas relações com obesos próximos ao seu círculo social, podendo, então, se há proximidade familiar ou de amizade com alguém obeso, haver uma “negociação interna” com relação ao sentimento de nojo. Portanto, no cotidiano com um conhecido, um amigo, um parente ou um par romântico, há a mediação afetiva, e para estes existe permissão para a aproximação, uma negociação com a emoção.

Aos indivíduos nas publicações houve apenas a manifestação da sensação, sem a mediação afetiva, sem ajustes quanto ao nojo. Nossa discussão diz respeito aos comentários, abaixo de cada publicação na rede social *Facebook* e denuncia uma prática de discriminação e

preconceito com base na repulsa para com o corpo obeso. Parodiando Veríssimo (1997), em seu poema **‘O único animal’**, podemos finalizar este trabalho dizendo que o ser humano é o único animal... que faz o que gosta escondido... que se compara com os outros... que fala mais que papagaio... que lucra com os ovos dos outros... que trai... e aterroriza, mas é o único que se justifica... o homem é o único animal que ri dos outros... que passa por outro e finge que não vê.

REFERÊNCIAS

ANDRELO R, ALMEIDA LBC. A representação do corpo feminino na mídia adolescente: uma experiência voltada à leitura crítica dos meios de comunicação. In SALINAS A, CABRAL IA, IRANZO RA (Eds.). **Comunicación, conflictos y cambio social**. UNESP/FAAC. p. 46-53, 2015.

BARDIN L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70 - Brasil, 2012.

BORIS GDJB, CESÍDIO MH. Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. **Revista Mal-estar e Subjetividade** – Fortaleza. v.VII, n.2, p. 451-478, 2007.

DAMÁSIO AR. **E o cérebro criou o Homem**. Laura Teixeira Motta, tradutora. São Paulo: Companhia das Letras. 2011.

DANTAS JB. Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade. **Estud. pesquis. Psicol.** v.11, n.3, p. 898-912, 2011.

DARWIN C. **A Expressão Das Emoções No Homem E Nos Animais**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

ECO H. **História da feiura**. Aguiar E, tradutora. Rio de Janeiro: Record, 2007.

FORTUNA DR, SIQUEIRA DDACO. **O corpo, o nojo e a cidade**: produção de sentidos no cinema e na literatura. C&S – São Bernardo do Campo. v.37, n.3, p. 275-298, 2015.

GODOI MR. **Corpos femininos volumosos e estética**: discursos contra-hegemônicos sobre beleza em blogs na internet. Movimento. Porto Alegre. v.17, n.03, p. 153-173, 2011.

GONÇALVES CA. **O “peso” de ser muito gordo**: um estudo antropológico sobre obesidade e gênero. Mneme – Revista de Humanidades. v.5, n.11, p. 599-642, 2004.

HUTCHERSON CA, GROSS JJ. The moral emotions: A social functionalist account of anger, disgust, and contempt. **J Pers Soc Psychol.** v.100, n.4, p. 719–737, 2011.

MANNINGHAUS W. **Disgust theory of a strong sensation**. Albani: State University of New York, 2003.

MASICAMPO EJ, BARTH M, AMBADY N. **Group-Based Discrimination in Judgments of Moral Purity-Related Behaviors**: Experimental and Archival Evidence. **J Exp Psychol Gen.** v.143, n.6, p. 2135–2152, 2004.

MELO, FV S; FARIAS, AA; KOVACS, MH. **Estereótipos e estigmas de obesos em propagandas com apelos de humor**. *O&S*. Salvador, v. 24, n. 81, p. 305-324, 2017.

MILLER WI. **The Anatomy of Disgust**. Harward University Press, 1997.

TAVARES RS, STRUCHINER N. **Direito e Sensibilidade**: uma abordagem sentimentalista das relações entre direito e moral. [tese]. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica, 2013.

TYBUR JM, LIEBERMAN D, KURZBAN R., DESCIOLO P. Disgust: Evolved Function and Structure. **Psychological Review**. v.120, n.1, p. 65–84, 2013.

VARTANIAN LR, THOMAS MA, VANMAN E.J. Disgust, contempt, and anger and the stereotypes of obese people. **Eat Weight Disord**. v.18, n.4, p. 377–382, 2013.

VERISSIMO LF. **O marido do doutor Pompeu**. Porto alegre: L&PM, 1987.