

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

IURY HENRIQUE COSTA E SILVA
MATHEUS BRAGA CALDEIRA

DEU PAUTA, PRODUTO JORNALÍSTICO PARA O YOUTUBE

GOIÂNIA

2020

IURY HENRIQUE COSTA E SILVA
MATHEUS BRAGA CALDEIRA

DEU PAUTA, PRODUTO JORNALÍSTICO PARA O YOUTUBE

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Escola de comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em jornalismo.
Orientador(a): Prof. Ma. Denize Daudt Bandeira

GOIÂNIA

2020

FOLHA DE APROVAÇÃO

IURY HENRIQUE COSTA E SILVA

MATHEUS BRAGA CALDEIRA

DEU PAUTA, PRODUTO JORNALÍSTICO PARA O YOUTUBE

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Escola de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica Goiás, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador(a): Prof. Ma. Denize Daudt Bandeira

Aprovada em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Ma. Denize Daudt Bandeira (Orientador)

Prof. Ma. Carolina Zafino Isidoro

Prof. Ma. Bernadete Coelho de Sousa Santana

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a nossa orientadora, professora Denize Daudt Bandeira, pelo apoio e dedicação no desenvolvimento deste projeto de tamanha importância em nossas vidas.

Meus sinceros agradecimentos também ao professor e amigo Nilson Ribeiro Filho, e ao meu colega Matheus Braga Caldeira, que ajudaram a tornar este projeto uma realidade.

A todas as pessoas que disponibilizaram o seu tempo para participar do projeto, realizado em um contexto tão delicado de pandemia, minha sincera gratidão.

Por fim, quero agradecer a minha família, principalmente a minha mãe e irmãos, além dos amigos que me apoiaram nesta jornada.

Iury Henrique Costa e Silva

Agradeço, primeiramente, a Deus, que me sustentou e me deu forças durante todo curso. Em seguida, um agradecimento especial a nossa orientadora, professora Denize Daudt Bandeira, pelo suporte, dedicação e paciência durante todo o desenvolvimento do projeto. Guardo no coração todo o discurso de superação.

Meus sinceros agradecimentos também ao professor Nilson Ribeiro Filho e ao maravilhoso parceiro de TCC, Iury Henrique Costa e Silva, por me aguentarem e tornarem este projeto realidade.

A todos os envolvidos neste trabalho que, no meio de uma pandemia, disponibilizaram seu tempo para gravar com toda a paciência; muito obrigado.

Por fim, quero agradecer a minha família, que sempre acreditou na minha capacidade e me apoiou em toda jornada, e aos meus amigos, aquele bando de cobras, que tanto amo e que me ajudaram nessa longa caminhada.

Matheus Braga Caldeira

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que resultou em quatro produções audiovisuais para o YouTube, discute as redes sociais, palco, muitas vezes, de um discurso embasado no ódio. Projeto que objetiva disponibilizar informações pautadas na temática. Em seu embasamento teórico, foram abordados os seguintes temas: comunicação, jornalismo, e internet, fundamentais para o conhecimento da história e da teoria do jornalismo, bem como na compreensão da plataforma Youtube como ferramenta de distribuição de conteúdo. O trabalho relata ainda, em um memorando, os caminhos percorridos pela equipe na realização das atividades práticas do projeto, vivenciadas em um contexto de pandemia da Covid-19.

Palavras-chaves: Jornalismo; Comunicação; Internet; Redes sociais; Youtube

ABSTRATC

This Course Conclusion Paper (TCC), which resulted in four audiovisual productions for YouTube, discusses social networks, often the stage for a speech based on hate. Project that aims to provide information based on the theme. In its theoretical basis, the following topics were addressed: communication, journalism, and the internet, which are fundamental for the knowledge of the history and theory of journalism, as well as in the understanding of the Youtube platform as a content distribution tool. The work also reports, in a memo, the paths taken by the team in carrying out the practical activities of the project, experienced in a context of the Covid-19 pandemic.

Keywords: Journalism; Communication; Internet; Social Medias; Youtube

LISTA DE ILUSTRAÇÕES E QUADROS

Gráfico 1 – Os avanços tecnológicos da comunicação na história.....	13
Quadro 1 – Exemplos de valores notícia	20
Quadro 2 – Características da notícia	21
Quadro 3 – Os géneros jornalísticos.....	22
Quadro 4 – Fontes jornalísticas	24
Quadro 5 – Tipos e formas de reportagem	26
Imagem 1 – Comparação salarial	30
Quadro 7 – Sete características do webjornalismo	32

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO I	12
1. REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
1.1 COMUNICAÇÃO: CONCEITOS E PROCESSOS TECNOLÓGICOS	12
1.2 JORNALISMO	14
1.3 PROCESSO DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA.....	18
1.4 O QUE MUDA COM A INTERNET?	27
1.5 NOVOS MODELOS DE JORNALISMO NA WEB	28
CAPÍTULO II.....	34
2. MEMORANDO.....	34
2.1 MEMORANDO: IURY HENRIQUE COSTA E SILVA.....	34
2.1.1 DEFINIÇÃO DO TEMA, PÚBLICO ALVO E FORMATO	34
2.1.2 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA	34
2.1.3 PRODUÇÃO	35
2.1.3.1 Definição das pautas	35
2.1.3.2 Entrevistas agosto a setembro de 2020.....	35
2.1.3.3 Elaboração dos roteiros: julho e agosto de 2020	36
2.1.3.4 Gravação e Edição: setembro de 2020.....	37
2.1.3.5 Quadro de entrevistas	37
2.1.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
2.2 MEMORANDO: MATHEUS BRAGA CALDEIRA	40
2.2.1 DEFINIÇÃO DO TEMA, PÚBLICO ALVO E FORMATO	40
2.2.2 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA	40
2.2.3 PRODUÇÃO	41
2.2.3.1 Definição das pautas.....	41
2.2.3.2 Entrevistas.....	42
2.2.3.3 Elaboração de Roteiros	42
2.2.3.4 Gravação e Edição	43
2.2.3.5 Quadro de entrevistas	43
2.2.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
APÊNDICE	46
1 PAUTAS.....	46

2 ROTEIRO DE CABEÇAS E DECUPAGENS	53
REFERÊNCIAS	62

INTRODUÇÃO

As redes sociais têm o intuito de criar e/ou facilitar relações entre duas ou mais pessoas conectadas pelas mais diversas interações, isso desde os seus primórdios. Nos últimos cinco anos, no entanto, percebe-se o avanço de crimes virtuais nesses espaços, o que gera debates em diversas áreas do conhecimento. Este trabalho tem como objetivo disponibilizar, por meio de uma série de quatro vídeos na plataforma *YouTube*, informações sobre o avanço do discurso de ódio nesses espaços. Para se ter uma ideia, de acordo com a *Safernet* Brasil, somente no primeiro semestre de 2020, foram registradas mais de 32 mil denúncias, que variam de violência contra a mulher até o racismo. O Brasil ocupa a segunda posição no *ranking* dos países que mais perpetuam os crimes cibernéticos.

A Delegada de Crimes Cibernéticos de Goiânia, Sabrina Leles, explica, no material, quais são os crimes mais comuns nas redes sociais, e quais os procedimentos quando se é vítima desses delitos. O trabalho aborda ainda, por meio de entrevistas com profissionais da psicologia, alguns dos motivadores desses crimes, seus impactos sobre as vítimas, e quais as medidas cabíveis, do ponto de vista da saúde mental, em casos aqui relatados. Nesse contexto, cabe ao jornalismo, que tem um compromisso histórico com o interesse público, fazer uso desses espaços na propagação da informação apurada e ética.

Destaca-se que a comunicação por meio das mídias ganhou notoriedade, alcançando status de campo de pesquisa, e, uma de suas vertentes, é a tentativa de compreender seus impactos sobre o indivíduo enquanto ser social, e sua importância na construção de esferas públicas, o que já justifica o projeto. Para compreender esse contexto, além da literatura consultada, foi ouvido um pesquisador na área da comunicação social. É bom destacar ainda que a evolução da internet impactou também a rotina produtiva dos profissionais da comunicação, assim como a distribuição e o consumo de informações.

O jornalismo na internet intensificou ainda mais a instantaneidade com que essa informação é distribuída e consumida, tornando ainda o acesso às informações mais atrativo, por meio do uso de imagens, vídeos e textos. Como mencionado no trabalho, muitos jornalistas migraram para essas novas plataformas. Como por exemplo, a jornalista Nathalia Arcuri, 35, que deixou um cargo em uma televisão para montar seu próprio negócio no YouTube. Plataformas que abrem também novas possibilidades de formatos, e de alcance de públicos.

O intuito das discussões levantadas no trabalho prático, como descrito anteriormente, é mostrar como as ações dos usuários nas redes sociais, e os crimes cibernéticos impactam a vida das pessoas, não esquecendo, no entanto, de apontar caminhos. Episódios que buscam ainda impulsionar não apenas as informações sobre o discurso de ódio, mas a sua reflexão, através de relatos pessoais. O trabalho ainda traz um memorando descritivo dos processos de produção, que descreve como cada integrante do projeto executou o planejamento, o desenvolvimento, as gravações e decupagens dos vídeos, além de acompanhamento do processo de edição. Também é relatada as dificuldades vivenciadas pelo grupo no período de pandemia causado pelo novo coronavírus.

CAPÍTULO I

1. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Comunicação: conceitos e processos tecnológicos

Ao iniciar uma discussão sobre o conceito de comunicação, é necessário destacar que o mesmo possui diferentes sentidos. Para TEMER (2010, p. 41), por exemplo, a comunicação é o produto de um encontro social, um tipo de relação intencional, exercida sobre outro indivíduo ou indivíduos. Processo que exige alguma reciprocidade, em um ponto mínimo que seria o simples entendimento da mensagem.

Se pensarmos também em comunicação como um processo, é válido fazer uma análise do termo descrito por BERLO (1991), que assume o conceito de comunicação como um movimento contínuo, com sua evolução em interação.

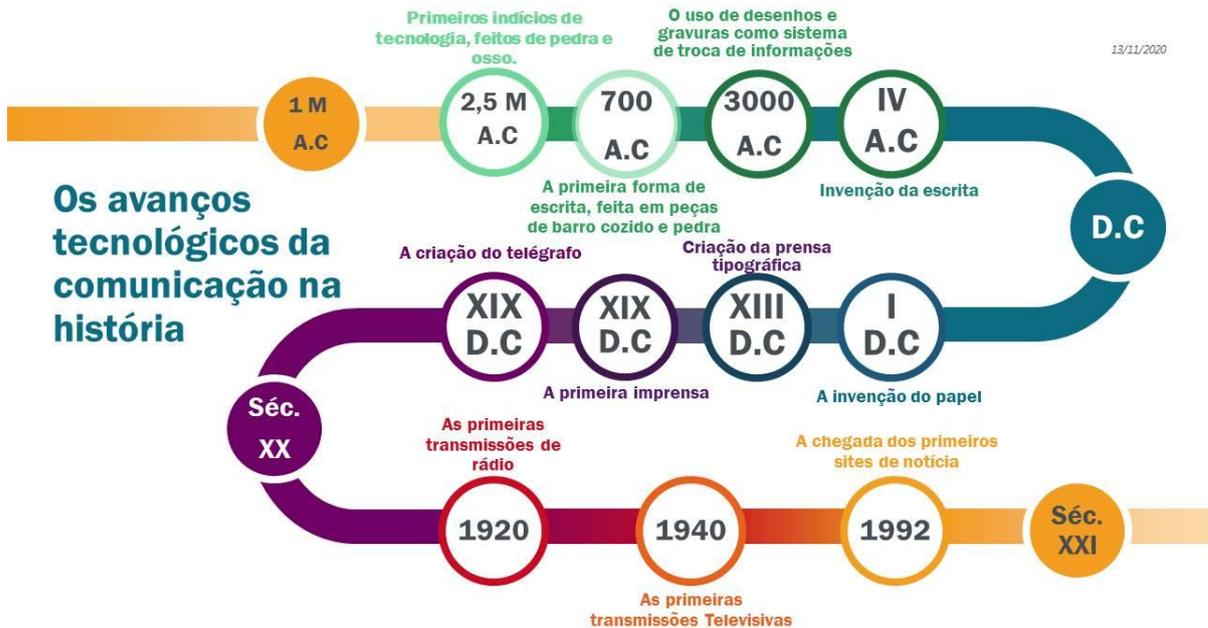
No entanto,

Se aceitarmos o conceito de processo, veremos os acontecimentos e as relações como dinâmicos, em evolução, sempre em mudança, contínuos. [...] Não é coisa estática, parada. É móvel. Os ingredientes do processo agem uns sobre os outros; cada um influencia todos os demais (BERLO, 1991, p. 33).

Tomando como referência os pontos levantados por BERLO (1991), e compreendendo assim a comunicação como um processo, que se transforma e se modifica ao longo do tempo, pode-se afirmar que a comunicação humana passou por diversas transformações, principalmente com o avanço dos processos tecnológicos. Com o intuito de estabelecer relações, por exemplo, o ser humano procura, ao longo de sua história, desenvolver novas formas de se comunicar e/ou relacionar, que geram diferentes significados nas relações interpessoais.

Desse modo, compreende-se que há uma relação de interdependência entre a comunicação e o ser humano, ou seja, a comunicação é uma necessidade social – seja para estabelecer significados comuns, transmitir/adquirir novos conhecimentos e/ou pela necessidade de socialização. “A partir da invenção da escrita alfabética, por exemplo, fato que ocorreu em meados do século VII a.C., a comunicação social passou a ser realizada através de um sistema organizado, denominado de sistema linguístico” MORAIS e AZEVÊDO (2009 p, 1). Diante disso, diversas formas de texto foram se enraizando, dentro daquele contexto, e começaram a constituir as práticas comunicativas na sociedade.

Gráfico 1 – Os avanços tecnológicos da Comunicação na história



Fonte: BATISTA (2007), TRAQUINA (2005), THOMPSON (1998)

Ao longo dos anos, essas práticas comunicativas foram se transformando e acompanhando os avanços tecnológicos, como mostra a imagem anterior, resultando no que denominamos de sociedade tecnológica, que se caracteriza por um conjunto de costumes e formas de interações:

[...] uma vez que as novas tecnologias modificaram profundamente as relações interpessoais, na medida em que a praticidade e a velocidade da Internet ampliaram os atos comunicativos [...], nasce uma sociedade pautada nos costumes da velocidade que a globalização transmite, a partir de formas dinâmicas e situadas de promover interação social (MORAIS; AZEVÊDO, 2009, p. 2).

BATISTA (2007, p. 4) descreve a tecnologia como “qualquer mecanismo que possibilite o homem de fazer suas atividades, utilizando algo exterior do seu corpo, ou seja, tudo aquilo que se caracteriza como extensão do organismo humano”. Assim, podemos afirmar que os primeiros registros do uso da tecnologia se dão com os homens primitivos, que faziam uso de ferramentas para a sua sobrevivência, como por exemplo, para a caça e preparo (destrinchar) dos alimentos.

Assim como o uso da tecnologia colaborou na manutenção da vida, ele contribuiu com os processos de comunicação, tanto na dinâmica de distribuição da informação, como na reconfiguração do contato entre os sujeitos. Os debates, podemos dizer, foram redimensionados em novas esferas sociais, que viabilizaram novas áreas de atuação na

sociedade moderna, na qual “a comunicação deve ser ágil, precisa e de ampla circulação”, MORAIS e AZEVÊDO (apud XAVIER 2007 p. 5). Os autores salientam ainda que este contexto revela como as novas tecnologias regem, na contemporaneidade, as atuais práticas sociais.

MORAIS e AZEVÊDO (2009, p. 6) defendem que, nesse sentido, “o ciberespaço se torna democrático quando os seus usuários, além de terem acesso às informações, passam a agirem criativamente num jogo que converge para o aprimoramento da construção de um processo crítico e reflexivo”. Dessa maneira, como já foi supracitado, as práticas de comunicação atuais salientam uma necessidade comunicativa da própria sociedade. “O ciberespaço gera um ambiente de pesquisas e transmissão de informações, capaz de produzir significados relevantes dentro da sociedade - além de possuir uma capacidade de interatividade, que abrange um contexto global” (MORAIS; AZEVÊDO 2009, p. 6).

Contudo, apesar da capacidade de abrangência do ciberespaço, SZASBÓ (2008) afirma que o mesmo compreende um contexto dialético, no qual, ao impulsionar um modelo de ideias/ideal, cria também um ambiente propício para o fortalecimento de movimentos que irão contestar e propor alternativas a esta ideia/ideal. Assim, pontuando o que foi dito por SZASBÓ (2008) e reavaliando o conceito de ciberespaço citado anteriormente, de MORAIS e AZEVÊDO (2009), que abrange um contexto de pluralidade de informações, podemos afirmar que o ciberespaço, além de englobar um ambiente de transmissões de informações, também abre espaço para um ambiente de desinformação e propagação de mensagens que destoam da realidade - por meio de achismos e falta de apuração.

Compreender essa pluralidade de "comunicações", e como cada uma impacta a circulação de informações, é necessário para as próximas discussões proposta no presente trabalho. As sessões que se seguem discutirão a função do jornalismo, como a profissão se reorganiza a partir da internet e do ciberespaço, e como o cenário transforma os processos de produção, distribuição e consumo de informações. Em um primeiro momento será abordada a história do jornalismo, e suas transformações a partir das novas tecnologias.

1.2 Jornalismo

O surgimento das indústrias de mídia remonta um processo que aconteceu na segunda parte do século XV, após as técnicas de impressão, desenvolvidas por Gutemberg, se espalharem por toda a Europa, que logo resultou na mercantilização do produto. Como bem descreve Thompson,

O advento da indústria gráfica representou o surgimento de novos centros e redes de poder simbólico que geralmente escapavam ao controle da Igreja e do estado, mas que a Igreja e o estado procuraram usar em benefício próprio e, de tempos a tempos, suprimir (THOMPSON, 1998, p. 54).

Já o jornalismo, como conhecemos, teve suas raízes no século XIX, período em que foi verificado o desenvolvimento do primeiro *mass media*, a imprensa. Com isso, surgem os novos meios de ofício, que:

[...] durante as décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo – fornecer informações e não propaganda. Este novo jornalismo será a luz que viu nascer o que ainda hoje são identificados com o jornalismo: a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade, e uma noção de serviço ao público (TRAQUINA, 2005, p. 34).

TRAQUINA (2005) aponta três polos fundamentais no desenvolvimento do jornalismo ao longo da história. O primeiro está relacionado à expansão da imprensa, que começou no século XIX e explodiu no século XX, com o surgimento de novos meios de comunicação social, como o rádio e a televisão. O segundo está atrelado à sua comercialização, que também se iniciou no século XIX, com a emergência de uma nova mercadoria, a notícia. O terceiro e último é o polo econômico do campo jornalístico, em conjunto a emergência da profissionalização, além de uma consequente definição das notícias em função de valores e normas, que apontam para o papel social da informação numa democracia.

Esses, além de outros fatores, contribuíram para fazer do século XIX a “época de ouro” da imprensa, como: “1) a evolução do sistema econômico; 2) os avanços tecnológicos; 3) fatores sociais; e 4) a evolução do sistema político no reconhecimento da liberdade no rumo à democracia” (TRAQUINA 2005 apud O’BOYLE, 1968, p. 35). Podemos destacar ainda o uso da eletricidade na comunicação, um dos grandes feitos e avanço tecnológico na área do jornalismo, no século XIX. Nessa época (1830), as primeiras experiências com o telégrafo foram realizadas nos Estados Unidos da América, Inglaterra e Alemanha.

Durante a última década do século XIX Marconi e outros começaram a testar a transmissão de sinais através de ondas eletromagnéticas, dispensando o uso de fios. [...] Depois da I Guerra Mundial, Westinghouse nos Estados Unidos e Marconi na Inglaterra começaram as primeiras experiências com transmissões radiofônicas [...] O subsequente desenvolvimento de transmissão radiofônica - o

rádio a partir de 1920 e a televisão a partir dos anos 40 – foi rápido e universal (THOMPSON, 1998, p. 75).

Por muitos anos, o Brasil teve acesso restrito a informação escrita, pelo menos, do ponto de vista legal. Nas colônias portuguesas a censura foi realidade por mais de 300 anos, quando não havia nenhum tipo de imprensa, até o ano de 1768. Isso porque, Portugal não dava condições para a existência da imprensa no país. Livros foram, em parte, proibidos durante a fase colonial do país. Jornais eram distantes objetos de curiosidade, ainda afastados do padrão cultural da nobreza imigrante, até porque a maior parte da população era analfabeta. Em pleno século XVIII, a veiculação da imprensa era castigo destinado exclusivamente aos brasileiros. A imprensa só foi de fato implantada no Brasil tardiamente, na fase colonial. Contudo, os primeiros jornais relatavam apenas os interesses políticos de Portugal.

[...]Funcionaram os jornais, de norte a sul da nação, como debatedores da política palaciana, fazendo chegar, nos municípios mais longínquos, a ebulição da capital. Foram os jornais responsáveis ou, pelo menos, incentivadores de insurreições pelo país, sofrendo as consequências: nunca, na história do Império, havia sido tão difícil a distribuição de periódicos pelo país, sabotada por atores afinados com o conservadorismo. Note-se que chegava ao ápice a importância de uma postura cada vez mais presente nos veículos jornalísticos de então: a militância política (PENNA; EMÍLIO, 2006, p. 6).

Ainda segundo o autor:

A imprensa não era – como, de fato, anteriormente nunca fora – fiscalizadora independente do poder público; alinhava-se, pelo contrário, com ele ou com a oposição, de forma clara e inequívoca, estimulando, como agravante, revoltas e atos de rebeldia armados (PENNA; EMÍLIO, 2006, p. 6).

Após a independência, a censura à imprensa é abolida do país, mas a situação não dura muito tempo. Em 1832 foram aprovadas leis no Código Criminal do Império respaldando a perseguição a jornalistas, inclusive, permitindo a prática de atentados contra os mesmos. No período imperial, registram-se a fase das regências, nas quais predominaram os pasquins, frutos da agitação política da época. Período marcado por agressões, irreverências, anonimatos e muita pregação ideológica. No segundo império, a imprensa vira caso de polícia, por causa de uma lei editada em 1841. Em 1871, a questão da imprensa volta a ser apreciada pela justiça. O século XX é marcado pela concentração de recursos em muitos

setores da indústria midiática, com poucas organizações retendo grandes porções do mercado. Ademais, como destaca Thompson:

[...] os processos de crescimento e de consolidação assumem cada vez mais um caráter multimídia à medida que grandes corporações vão adquirindo participação crescente nos vários setores das indústrias da mídia, desde as edições de jornais locais e nacionais às transmissões televisivas via satélite, das publicações de livros e revistas à produção e distribuição de filmes (THOMPSON, 1998, p. 74).

Contudo, com a crise econômica, várias organizações foram forçadas à fusão. Partes significativas das empresas midiáticas passam a depender da colaboração dessas empresas menores para a produção de conteúdo e prestação de serviços, às quais se interligam através de subcontratos e acordos. O desenvolvimento da mídia nos séculos XIX e XX, no entanto, foi essencial para as contínuas transformações da área. No Brasil, podemos destacar a primeira transmissão de rádio, realizada de forma experimental em 1922, e a primeira experiência televisiva, que ocorreu em 1950. Períodos marcados ainda por uma forte censura sobre a imprensa, resultando em uma série de perseguições e violências contra qualquer tipo de oposição ao governo. Além disso, a imprensa brasileira é marcada por uma significativa influência do capital estrangeiro, notadamente dos Estados Unidos da América, principalmente na área da publicidade e de publicações estrangeiras.

A adequação da imprensa, assim como de toda a sociedade, ao pensamento neoliberal foi determinante para uma tentativa de ampliação da margem de lucro, capaz de deixar as empresas competitivas no cenário mundial, e para a redução dos postos de trabalho (PENNA; EMÍLIO, 2006, p. 13).

Com o fim da ditadura militar (1964-1985), que impactou duramente a imprensa no Brasil, a comunicação começa a se reestruturar no país como peça fundamental no processo de democratização. Contudo, os reflexos da ditadura ainda permanecem presentes na sociedade brasileira por longos anos. A internet, nos anos 1990, começa a ditar também uma nova fase da imprensa, que impactará novamente os processos de produção, distribuição e consumo de informação. Processos que definem o fazer jornalístico, e que serão discutidos na seção a seguir.

1.3 Processo de produção jornalística

Jornalismo é um processo diário, que começa na definição da pauta, baseada nos critérios de noticiabilidade. Ao ser definida, tem início a apuração. Quando o jornalista ouve fontes, e consulta pesquisas. E como as novas tecnologias colaboram nesses processos? Além de possibilitar um maior alcance aos fatos sociais que podem gerar produtos jornalísticos, - notícias, reportagens, entrevistas, etc -, elas contribuem no processo de apuração, um exemplo é a plataforma *WhatsApp*, que é basicamente um aplicativo de troca de mensagens. A plataforma facilita o contato com o público e as fontes, bem como o encaminhamento de sugestões de pautas, baseadas no interesse público ou do próprio público. Podemos citar ainda as *lives* na plataforma *YouTube*, que também geram sugestões de assuntos e temas a serem trabalhados pelos jornalistas, o *Facebook*, *Instagram* ou o próprio *e-mail*.

Depois da apuração, em que se verifica a veracidade dos fatos em destaque, o chefe de redação, por meio da reunião de pauta, define os assuntos que serão abordados no dia, processo alicerçado na política editorial defendida pela empresa. Aprovadas, as pautas servem como um guia para o repórter, que tem acesso a informações preliminares sobre o tema, local para onde terá que se deslocar, nome dos entrevistados e/ou fontes, contatos, etc. Todo processo descrito aqui, parte dos valores-notícias, ou critérios de noticiabilidade, base para definir essa construção e compreensão mais direta da informação. Segundo CORREIA (1997 apud BIANCHI; HATJE, 2006, p. 167), os valores-notícia referem-se ao conteúdo da notícia, ao produto informativo, ao meio de comunicação, ao público e a concorrência.

Já para MORAES:

O valor notícia é o que podemos chamar de exagero do ato, do interveniente ou das consequências do ato para que ele seja notado. Como relevância entende-se que cabe ao jornalista fazer com que o acontecimento seja relevante e tenha significado para as pessoas (MORAES, 2013, p. 53).

TRAQUINA diz que:

O valor-notícia da notabilidade alerta-nos para a forma como o campo jornalístico está mais virado para a cobertura de acontecimentos e não problemáticas. O campo jornalístico tem maiores dificuldades na abertura de problemáticas (TRAQUINA, 2005, p. 82).

O jornalismo, por meio dos critérios noticiosos, reforça a ideia de uma experiência consensual entre jornalistas e telespectadores, para que ambos reconheçam a notícia tal qual ela é. Esses critérios são observados por WOLF (1987 apud SEQUEIRA, 2005 p. 35) como “a

resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?” O quadro abaixo traz manchetes de jornais para ilustrar os valores-notícias no jornalismo. ¹

¹ A imagem mostra os valores notícias, eles são baseados em manchetes de jornais. Para melhor explicar, foi colocada uma manchete igual em dois valores notícias, notabilidade e controvérsia. Com isso, desejamos mostrar que uma notícia pode transitar em um, dois ou mais valores.

Quadro 1 – Exemplos de Valores Notícia

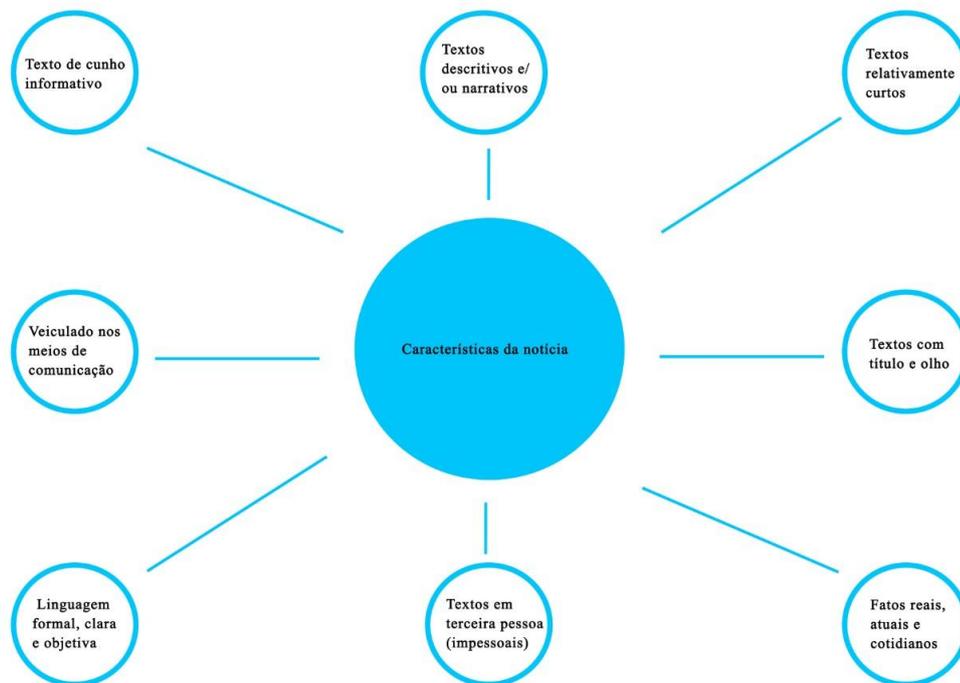
VALORES NOTÍCIA	MANCHETE
MORTE	EUA TÊM QUASE 2 MIL MORTOS POR CORONAVÍRUS EM 24 HORAS. (FONTE: G1, 2020)
RELEVÂNCIA	INSTITUTO NA ÍNDIA PROMETE 40 MILHÕES DE VACINAS CONTRA CORONAVÍRUS EM SEIS MESES. (FONTE: ISTOÉ, 2020)
NOVIDADE	FÓSSIL DE LAGARTO MAIS ANTIGO DA AMÉRICA DO SUL É DESCOBERTO EM JOÃO PINHEIRO. (FONTE: G1, 2020)
PROXIMIDADE	CRIADO POR GOIANOS, APLICATIVO UNE QUEM PRECISA DE SERVIÇO COM QUEM QUER TRABALHAR. (FONTE: O HOJE, 2020)
INTERESSE	EM PRINT, MORO MOSTRA QUE BOLSONARO QUIS DEMITIR VALEIXO POR INVESTIGAR ALIADOS. (FONTE: CARTA CAPITAL, 2020)
ESCÂNDULO	EXPLOÇÃO QUE MATOU CINCO NO NORTE DA RÚSSIA PODE TER SIDO ACIDENTE DURANTE TESTE DE MÍSSIL NUCLEAR. (FONTE: O GLOBO, 2019)
NOTABILIDADE	DEPUTADOS DO PSL E DO PT DISCUTEM E QUASE SE AGRIDEM DURANTE AUDIÊNCIA COM MORO. (FONTE: ISTOÉ, 2019)
CONTROVÉRSIA	DEPUTADOS DO PSL E DO PT DISCUTEM E QUASE SE AGRIDEM DURANTE AUDIÊNCIA COM MORO. (FONTE: ISTOÉ, 2019)
INFRAÇÃO	POLÍCIA PRENDE, EM GOIÂNIA, HOMEM QUE CONFESSOU TER MATADO 39 PESSOAS. (FONTE: G1, 2014)
INTERESSE PÚBLICO	DEPUTADOS DISCUTEM PARECER À REFORMA DA PREVIDÊNCIA. FONTE: AGÊNCIA CÂMARA DE NOTÍCIAS, 2019)
INTERESSE DO PÚBLICO	LIVE DE MARÍLIA MENDONÇA ATINGE 3,3 MILHÕES DE ACESSOS SIMULTÂNEOS E ARRECADA MAIS DE 200 TONELADAS DE ALIMENTOS. (FONTE: G1, 2020)
INESPERADO	AVIÃO CAI NO CAZAQUISTÃO E MATA PELO MENOS 15 PESSOAS. (FONTE: AGÊNCIA BRASIL, 2019)
TEMPO	EUA RELEMBRAM ATENTADOS DE 11 DE SETEMBRO DE 2001. (FONTE: VEJA, 2019)

No dicionário, notícia é classificada como um relato ou informação sobre um acontecimento, um fato real ou novas mudanças. Para TRAQUINA (2005) vai além, a notícia está inserida historicamente e os acontecimentos implicam um esboço da compreensão

moderna, tudo como regras de comportamento humano. A notícia é construída por compilados de valores notícias, servem também como “óculos” para observar os relatos do mundo. As redações jornalísticas são pautadas por esses critérios seguindo para a estruturação das notícias.

A função da notícia é orientar o homem e a sociedade num mundo real. Na medida em que o consegue, tende a preservar a sanidade do indivíduo e a permanência da sociedade PARK (1972 apud VIZEU, 2014, p. 65). A notícia, enquanto produto trata-se de um texto totalmente informativo, sendo que podem ser descritivos ou narrativos ao mesmo tempo. O quadro abaixo mostra algumas características da notícia, são elas:

Quadro 2 - Características da notícia



Fonte: VIZEU (2014)

Já os gêneros jornalísticos têm sua origem com Aristóteles e Platão. Aqui, temos o primeiro registro de uma reflexão das identidades dos textos de poesia, comédia e romance. A partir disso, a evolução dos discursos dos gêneros vem se aprimorando e hoje no jornalismo temos cinco tradicionais gêneros, de acordo com José Marques de Melo², são eles:

² As definições do gênero informativo, interpretativo e opinativo são baseadas na obra “Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro”, de José Marque de Melo, 2003, que estão nas páginas 11, 28 e 29.

Quadro 3 – Os gêneros jornalísticos

Genêros Jornalísticos	Definições
Informativo	A instituição jornalística assume o papel de observadora atenta da realidade, cabendo ao jornalista proceder como “vigia”, registrando os fatos, os acontecimentos e informando-os à sociedade.
Interpretativo	Um modo de aprofundar a informação, relacionar a informação da atualidade com seu contexto temporal e espacial.
Opinativo	Os gêneros opinativos e os mecanismos usados pelos agentes sociais a ele ligados interferem na direção ideológica dos fluxos informativos
Diversional	É composto por história de interesse humano e história colorida.
Utilitário	Orientar o leitor, seja para o consumo de bens simbólicos, para o lazer e a cidadania.

Fonte: MARQUES DE MELO (2003); MARQUES DE MELO e ASSIS (2010)

Uma das características mais essenciais para notícia são as fontes. Elas são fundamentais para a credibilidade da matéria do jornalista, e devem ser as companheiras do profissional da comunicação, mas as relações entre eles têm que ser estritamente de trabalho, para que não haja interferência no resultado final da notícia.

As fontes são pessoas, são grupos, são instituições sociais ou são vestígios – falas, documentos, dados – por aqueles preparados, construídos, deixados. As fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista, para quadros espaço-temporalmente situados. Em suma, as fontes a que os jornalistas recorrem ou que procuram os jornalistas são entidades interessadas, quer dizer, estão implicadas e desenvolvem a sua actividade a partir de estratégias e com táticas bem determinadas (PINTO, 2000, p. 278).

Para compreender melhor quais são essas fontes e seu papel na formação da notícia, o quadro³ abaixo ilustra o significado das mais utilizadas no jornalismo:

³ Os significados das fontes oficiais, oficiosas, independentes, primárias, testemunhas e especialistas foram retiradas da obra “A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística”, de Nilson Lage, 2001, das páginas 27, 28, 29 e 30.

As fontes ativas e passivas são referenciadas por Gans (1980 apud SCHMITZ, 2011, p. 14) e PINTO (2000 apud SCHMITZ, 2011, p. 14). E a sigilosas é da obra “Sobre ética e imprensa”, de Eugênio Bucci, 2000, na página 136.

Quadro 4 – Fontes jornalísticas

Fontes	Definições
Oficiais	São mantidas pelo Estado; por instituições que preservam algum poder de Estado, como as juntas comerciais e os cartórios de ofício; por empresas e organizações, como sindicatos, associações, fundações etc.
Oficiosas	São aquelas que, reconhecidamente ligadas a uma entidade ou indivíduo, não estão, porém, autorizadas a falar em nome dela ou dele, o que significa que o que disserem poderá ser desmentido.
Independentes	São aquelas desvinculadas de uma relação de poder ou interesse específico em cada caso.
Primárias	São aquelas em que o jornalista se baseia para colher o essencial de uma matéria; fornecem fatos, versões e números.
Secundárias	São consultadas para a preparação de uma pauta ou a construção das premissas genéricas ou contextos ambientais.
Testemunha	É normalmente colorido pela emotividade e modificado pela perspectiva: pode-se testemunhar uma guerra sem presenciar uma batalha, assistindo a um pedaço de uma (dificilmente se terá acesso ao todo), ou vendo várias; do lado do vencedor ou do vencido; identificando-se com as vítimas ou com os agressores.
Especialistas	São geralmente fontes secundárias, que se procuram em busca de versões ou interpretações de eventos. Um cuidado preliminar é o de formular, pelo menos no início, perguntas pertinentes: nada incomoda mais um especialista do que questões disparatadas
Ativas	Os jornalistas tendem à passividade, enquanto as fontes interessadas agem ativamente, criando canais de rotinas e material de apoio à produção de notícias, para facilitar e agilizar o trabalho dos jornalistas.
Passivas	Algumas fontes são passivas e não alteram essa sua natureza, como é o caso das referências (bibliografia, documento e mídia), disponíveis à consulta dos jornalistas. Mas organizações, grupos e pessoas também podem ter uma atitude passiva, de se manifestarem somente quando consultadas por repórteres, fornecendo estritamente as informações solicitadas, podendo alterar a sua ação.
Sigilosas	O único segredo específico da profissão de jornalista se refere ao sigilo de fonte - ele não é obrigado a revelar sua fonte quando julgar que deve preservá-la, o que é assegurado na legislação das democracias contemporâneas.

Fonte: PINTO (2000)

A reportagem é um gênero jornalístico mais aprofundado em sua contextualização do fato, muito confundida com a notícia. No início, a reportagem era diferenciada somente no tamanho, que é uma falsa aparência, já que o formato possui aspectos informativos mais aprofundados e elaborados.

A reportagem engloba o resto de formas jornalísticas, ainda que não seja a soma delas, sem um texto com características próprias. Podemos defini-lo como um gênero jornalístico informativo que contém a interpretação explícita de seu autor que, com estilo literário, firma um texto que se caracteriza pela possível admissão em seu corpo

de qualquer outro gênero YANES (2004 apud MORAES GONÇALVES; DOS SANTOS; PORTO RENÓ, 2016, p. 230).

MARQUES DE MELO (1985, p.65) explica que “a reportagem é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística”, ou seja, a reportagem é baseada no acontecimento do fato, já a notícia é o fato em si. LIA SEIXAS categoriza esses acontecimentos e fatos da seguinte forma:

O fato é algo que passou, ocorrido. O acontecimento ou ocorrência é algo em processo, que se apresenta na atualidade, ou algo que tem determinado grau de probabilidade de ocorrer. (...) O que caracteriza o fato, portanto, é o resultado de uma ação passada. Já o acontecimento é fenômeno em processo (SEIXAS, 2009, p. 183).

Percebe-se que a reportagem é muito mais que contar o ocorrido, nela o jornalista pode interpretar aprofundar e narrar os fatos, transmitindo a emoção ao leitor/telespectador. SODRÉ e FERRARI (1986, p.15) classificam quatro principais características da reportagem: Predominância da narração; humanização do relato; texto impressivo e factualidade da narrativa. A reportagem possui também seus gêneros, podendo ser híbridas ou mistas. O quadro⁴ abaixo classifica os tipos mais comuns de reportagem, que se enquadra em categorias distintas ou não, e formas, são elas:

⁴ A imagem dos tipos de reportagem e formas foram feitas com a obra “Elementos de jornalismo impresso”, de Jorge Pedro Sousa, 2005, nas páginas 260, 261 e 262.

Quadro 5 – Tipos e formas de reportagem

Tipos de reportagens/ formas	Definições
Reportagem de rotina	Reportagem do dia a dia, geralmente agendada na véspera ou no próprio dia.
Reportagem imprevista	Reportagem sobre um acontecimento imprevisto. Se o acontecimento for de grande dimensão, pode transformar-se no tema central do jornal. Exige grande capacidade de resposta aos jornalistas.
Reportagem planificada	Reportagem agendada e planificada com antecedência. Normalmente, é-lhe dada grande importância e destaque num jornal.
Reportagem de acontecimentos	Reportagem cujo tema central é um acontecimento. Geralmente refere-se não apenas ao acontecimento, mas também à sua conjuntura, às possíveis consequências, às pessoas envolvidas, etc.
Reportagem de personalidade	Reportagem cujo tema central é uma pessoa, relatando, por exemplo, a sua vida (reportagem biográfica), o seu dia a dia, etc.
Reportagem temática	Reportagem sobre um determinado tema central, geralmente escrita por jornalistas especializados.
Reportagem mista	Reportagem que integra numa única peça vários elementos dos tipos de reportagem anteriores, sem privilegiar qualquer um deles.
Reportagem curta	Reportagem de pequena dimensão.
Grande reportagem	Reportagem de grande dimensão. Estas reportagens, que podem ocupar várias páginas de um jornal ou de uma revista, podem ser subdivididas em várias peças mais pequenas, o que facilita a leitura e permite ao leitor ir direto aos subtemas que mais lhe interessam.

Fonte: SODRÉ e FERRARI (1986)

1.4 O que muda com a internet?

O surgimento da internet está ligado diretamente ao trabalho de especialistas militares norte-americanos que desenvolveram pesquisas durante a disputa dos Estados Unidos da América (EUA) com a União Soviética pelo poder do mundo. O amparo financeiro do governo, nesse contexto, foi fundamental para a realização das pesquisas promovidas pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos para a introdução da informação de rede, em 1968. ABREU (2009) reforça que “a Força Armada dos Estados Unidos, em 1962, encomendou um estudo para avaliar como suas linhas de comunicação poderiam ser estruturadas de forma que permanecessem intactas ou pudessem ser recuperadas em caso de um ataque nuclear”.

Percebe-se que a origem da internet remete ao governo norte-americano durante a Guerra Fria, em 1957. Com objetivos estritamente militares, utilizada como elementos de vantagens sobre a União Soviética durante o confronto.

Como afirma ABREU:

Uma sobrevivência aos elementos partícipes por não estarem conectados de modo hierárquico, característica marcante daquele setor, a disposição em rede permitia a não ameaça ao cabeça do programa, caso fosse atacada. Era crucial que a arquitetura do sistema fosse diferente daquela apresentada pela rede de telefonia norte-americana (ABREU, 2009, p. 2).

De acordo com BRIGGS E BURKE (2006, p. 301), “qualquer computador podia se ligar à Net de qualquer lugar, e a informação era trocada imediatamente em fatias dentro de pacotes”. Porém, a internet foi popularizada somente após 1994, com a criação da *Internet Service Provider*, em Portugal. Os órgãos passaram a descobrir qual a utilidade da internet, e a partir desse pressuposto, os jornais da época passam a se dedicar aos assuntos ligados ao tema. A internet foi crescendo exponencialmente ao decorrer das décadas. Na última pesquisa realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic), em 2019, quase 127 milhões de brasileiros acessaram à internet, o equivalente a 70% da população.

Com o avanço da internet, o jornalismo, bem como seus profissionais, também foi impactado. Aqui, cabe a busca pela confiança, antes conquistada pela televisão, rádio e jornalismo impresso. A maior dificuldade é que a web está sendo marcada também pelo movimento das “*Fake News*”, popularmente conhecidas como notícias falsas. Em 2019, 86% das pessoas acreditaram em alguma dessas informações, aponta pesquisa realizada pelo

Instituto Ipsos, líder global em pesquisa de mercado, o que resulta em uma busca constante da imprensa pelo esclarecimento dos fatos.

O comprometimento de um jornalista deve ser com a veracidade da informação, o que está respaldado pela ética profissional. O jornalista Jorge Calmon, em 1970, no seu discurso de posse na Academia de Letras na Bahia, descreveu um jornalista como um receptor com contrato pela sociedade, que defenda o interesse público e cobre ações do governo, se opõem contra a violência, defenda o direito da comunidade, e que dê voz aos calados para construir um futuro justo.

Além das questões éticas apontadas, “o grande desafio feito ao webjornalismo é a procura de uma 'linguagem amiga' que imponha a webnotícia, uma notícia mais adaptada”, explica CANAVILHAS (2001, p. 64), o que é fundamental em uma sociedade de supervalorização do imediatismo, e do uso crescente de novas plataformas de compartilhamento. A Demandas, empresa brasileira de pesquisa de mercado, aponta que 89% dos brasileiros acessaram notícias da web pelo celular em 2019. Pode-se observar também uma reconfiguração no mercado de trabalho dos profissionais da comunicação. Bruno Rocha, mais conhecido como Hugo Gloss, jornalista conceituado quando o assunto é notícias de famosos na web, em 2015 deixou a equipe do programa Caldeirão do Huck para se dedicar exclusivamente aos seus negócios na internet. Já na área política, destaca-se a jornalista Andréia Sadi, que além de apresentadora na Globo News, é escritora para portal do grupo Globo, G1.

1.5 Novos modelos de jornalismo na web

Com a internet, surgiram novas demandas no mercado de trabalho na área da comunicação. Podemos destacar a que explodiu no século XXI, os Youtubers. Esse novo nicho trouxe uma cultura mais participativa entre produtor e consumidor. O Youtube traz inovações e praticidade, desbancando os tradicionais programas de televisão. Isso de acordo com pesquisa realizada pela *Provokers*, em 2019. Os resultados ainda mostram que o YouTube cresceu em média 165 % no Brasil, frente à televisão, com crescimento de 24 % nos últimos cinco anos. Dados que contribuíram na escolha da plataforma para a realização do projeto prático do presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

O YouTube foi criado em fevereiro de 2005, por Chad Hurley e Steve Chen, dois funcionários da empresa de comércio on-line *PayPal*, localizada em São Francisco, nos Estados Unidos. O sucesso do canal chamou a atenção, e, um ano depois, 2006, o Google

anunciou a sua compra por US\$ 1,65 bilhões. O Google resolveu juntar alguns serviços na plataforma, por exemplo, o compartilhamento e o Google vídeos. Segundo BURGESS e GREEN (2009 apud DURE e CEOLIN, 2016, p. 04), a inovação original era de ordem tecnológica (mas não exclusiva). O YouTube era um entre os vários serviços concorrentes que tentavam eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet.

Esse site disponibilizava uma interface bastante simples, dentro da qual o usuário podia fazer a publicação, ou assistir vídeos sem a necessidade de conhecimentos técnicos. O YouTube não estabeleceu limites para o número de vídeos que cada usuário poderia colocar online, e ofereceu funções básicas de comunidade, tais como a possibilidade de se conectar a outros usuários e incorporação de vídeos facilmente em outros sites, o que na época era um diferencial.

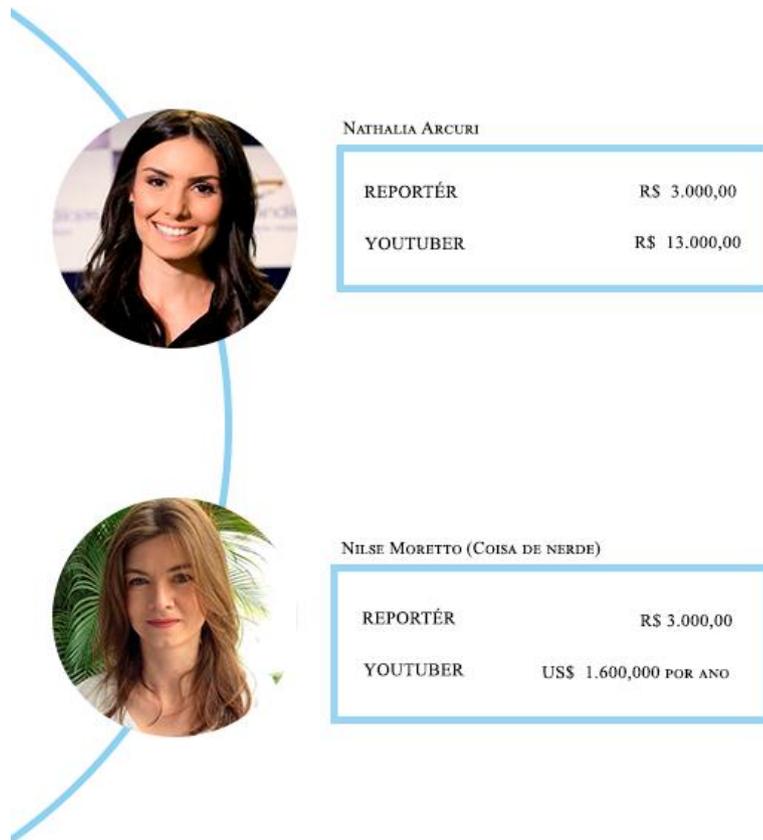
A plataforma é globalmente conhecida e acessada por mais de 1,5 bilhões de pessoas no mundo. Em média, os usuários passam uma hora por dia acessando os conteúdos disponíveis. O Brasil é considerado pela plataforma os países dos vídeos são mais de 98 milhões de usuários conectados, de acordo com a *Think With*, em 2017. O YouTube, mais ainda do que a televisão, é um objeto de estudo particularmente instável, marcado por mudanças dinâmicas (tanto em termos de vídeos como de organização), diversidade de conteúdo (que caminha em um ritmo diferente do televisivo, mas que, da mesma maneira, escoar por meio do serviço e, às vezes, desaparece de vista), e uma frequência cotidiana análoga, ou “mesmice”, (BURGESS e GREEN, 2009).

Ainda conforme BURGESS E GREEN (2009), o YouTube desempenha uma função para os produtores de vídeo, atraindo a atenção para o conteúdo, ao mesmo tempo em que oferece uma participação em dinheiro nas vendas de anúncios no site. Jornalistas estão compreendendo essa plataforma como um novo espaço a ser explorado, o que resulta na saída de alguns profissionais de veículos como a televisões, por exemplo, para investir nesse novo mercado. A jornalista Nathalia Arcuri, que era repórter e apresentadora na Record TV, e que em 2015 deixou a emissora para se dedicar somente ao seu canal, “Me poupe!”, hoje registra quase 5 milhões de inscritos.

Outra que trocou o cargo de repórter da Record TV para se dedicar a criação de conteúdo foi a jornalista Nilce Moretto. O seu canal no *Youtube*, o “Cadê a chave?”, possui quase quatro milhões de inscritos e 750 milhões de visualizações. Nilce ainda é administradora e apresentadora do canal “Coisa de Nerd”, junto com seu esposo Leon

Oliveira. O canal é assinado por nada menos que 10 milhões de pessoas. O faturamento do canal “Coisa de Nerd”, em 2019, ultrapassou um milhão de dólares. A imagem abaixo traz a diferença salarial das profissionais citadas, hoje no ramo da criação de conteúdo.

Imagem 1 – Comparação salarial



Fonte: Portal Azulis, 2019 e Social Blade

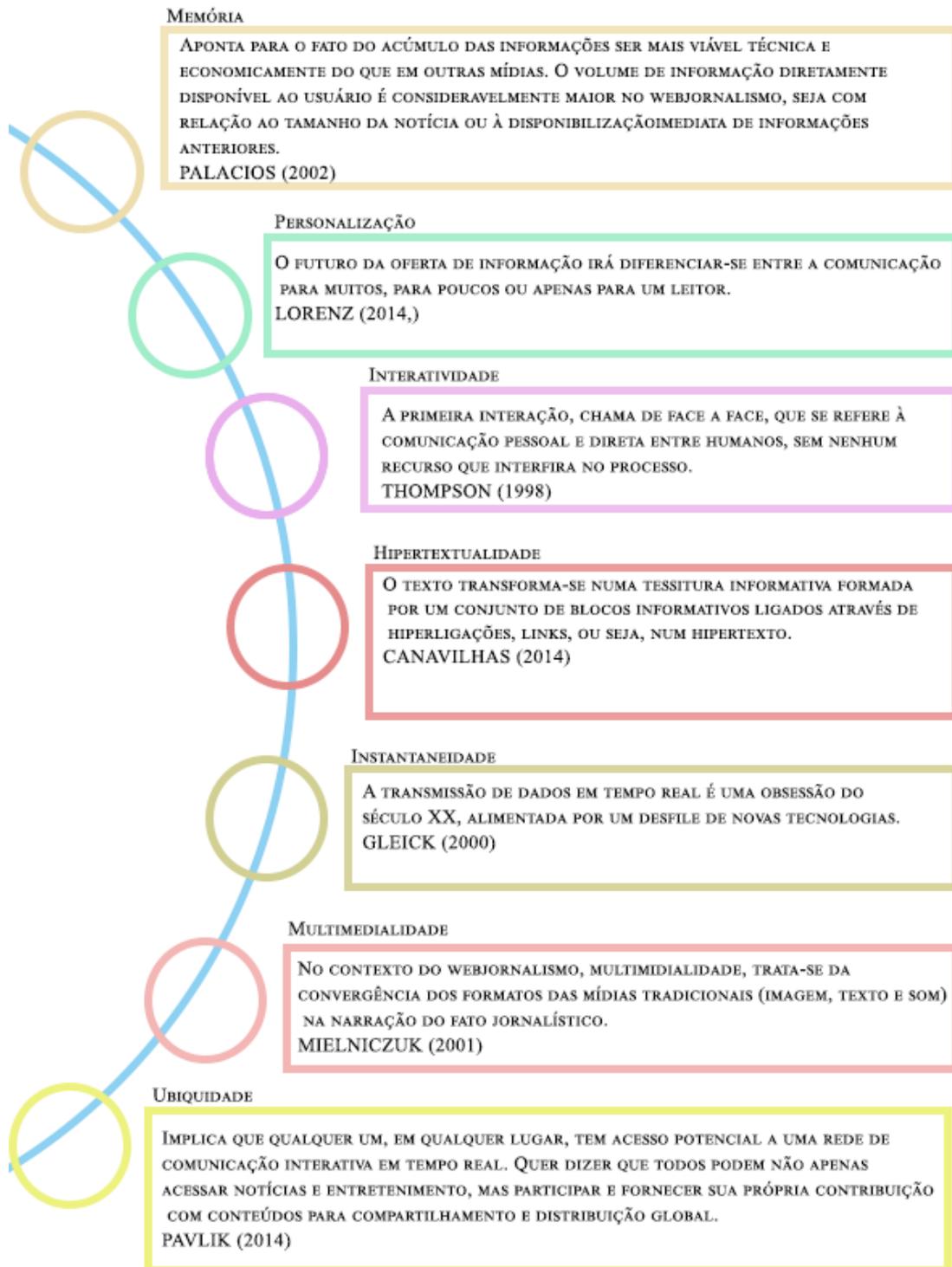
Os blogs, que servem para comunicação entre pessoas e instituições, também possibilitam novos modelos de jornalismo. Para TRIVINHO (2004 apud MARQUES, 2012, p. 58), típicos da cibercultura, nascem sob a era da democracia⁵ cibercultural, baseada na velocidade da difusão da informação. Esses blogs estão sendo explorados por jornalistas como Patrícia Kogut, com o blog que leva seu nome no O Globo, Bruna Tavares, com o MaquiAdoro, e Luiz Felipe Mendes, com o Pitacos do Leleco, ambos abordando assuntos

⁵ O conceito de dromocracia teve, no âmbito das ciências humanas e sociais, a sua gestação e fundação crítica na obra de Paul Virilio. Em *Velocidade e política*, Virilio (1977) lança, senão as bases, ao menos as sinalizações teóricas fundamentais para a compreensão da história e dos processos políticos e sociais pelo prisma do vetor dromológico. Dromos, prefixo grego que significa rapidez, vincula-se, obviamente – a partir da dimensão temporal da existência –, ao território geográfico (na qualidade de coordenada espacial), portanto à urbis. Mantém, não obstante – algo menos notado –, umbilicais ligações com interesses de logística, estratégia e tática, numa palavra, com o campo bélico.

variados. Porém, os blogs de maior sucesso são os que tratam de assuntos de beleza, moda e os de crítica cinematográfica, aponta a consultoria Euromonitor, publicada na Revista Exame Online, em 2017.

O Webjornalismo, apesar de uma linguagem própria, não pode ser caracterizado como um novo jornalismo, e sim como a renovação de antigas práticas e ferramentas. O jornalismo digital é um discurso na construção da realidade de forma singular para suporte de veiculação em redes ou qualquer outra tecnologia. Para CANAVILHAS (2001), “a internet, por força de poder utilizar texto, som e imagem em movimento, terá também uma linguagem própria, baseada nas potencialidades do hipertexto”. A imagem abaixo traz sete características do webjornalismo.

Quadro 7 – Sete características do WebJornalismo



Fonte: Livro - Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença e artigos científicos.

A chegada da internet implicou no surgimento de novos modelos e formas de se produzir e consumir informação. O *YouTube*, como discutido anteriormente, é uma delas. As demais redes sociais também ganham destaque, ao se tornarem ferramentas imprescindíveis nesses processos, o que se dá com o aprimoramento tecnológico. As *Classmates*, uma

estrutura que inter-relaciona pessoas, conectadas pelas mais diversas intencionalidades, que tem origem em 1995, nos Estados Unidos e Canadá, objetivavam conectar estudantes universitários. O *Linkdin*, muito utilizado pelo mundo empresarial, foi desenvolvido por Dan Nye em 2002. Em 2004, A rede social *Facebook* foi criada pelos estudantes de Harvard, Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Chris Hughes e Dustin Moskovitz. Por fim, em 2006, desenvolvido por Jack Dorsey, surge o *Twitter*, umas das redes sociais mais conhecidas e utilizadas no meio jornalístico.

As informações que circulam nas redes sociais assim tornam-se persistentes, capazes de ser buscadas e organizadas, direcionadas a audiências invisíveis e facilmente replicáveis. A essas características soma-se o fato de que a circulação de informações é também uma circulação de valor social, que gera impactos na rede (RECUERO, 2009 p. 5).

Ainda de acordo com RECUERO:

[...] as redes sociais podem, muitas vezes, agendar notícias e influenciar a pauta dos veículos jornalísticos, como vimos acima. Mas também esses movimentos podem refletir interesses individuais dos atores sociais que acontecem de estar em consonância com interesses sociais (RECUERO, 2009 p. 8).

As redes sociais, dessa forma, ganham status de auxiliadoras do trabalho jornalístico, complementando suas funções, filtrando matérias relevantes, aplicando valor ao conteúdo noticioso. Subsequente, RECUERO (2009) pondera que as redes sociais poderiam apontar a relevância de notícias, ampliando seu alcance, comentando-as e mesmo apontando outras fontes. Não necessariamente produzindo notícia, mas sim elementos que podem ser noticiados.

CAPÍTULO II

2. MEMORANDO

2.1 Memorando: Iury Henrique Costa e Silva

2.1.1 Definição do tema, público alvo e formato

Definir os temas da série de quatro vídeos que integram o presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), disponibilizados na plataforma YouTube, foi uma etapa que demandou tempo e pesquisa. Depois de muitas reuniões, eu e meu colega de equipe, Matheus Braga Caldeira, resolvemos destacar assuntos que permeiam as redes sociais, com recorte nos ataques virtuais. Para a elaboração das pautas e execução das reportagens, foi realizado um levantamento preliminar dos assuntos a serem abordados, e das possíveis fontes. Para a escolha do tema, levamos em conta relatório da *Norton Cyber Security*, que coloca o Brasil, em 2017, em segundo lugar em números de casos de crimes cibernéticos. E 2019, o país sofreu 15 bilhões de tentativas de ataque cibernético, em apenas três meses, conforme levantamento da *Fortinet* (empresa de segurança cibernética).

Os dois primeiros episódios da série fazem a introdução ao conceito de ataque na internet, o terceiro, uma abordagem de um dos fenômenos que circulam nas redes sociais: a "onda do cancelamento", que atinge famosos e anônimos. O quarto e último vídeo aponta pontos negativos e positivos do uso das redes pelos usuários. A escolha pelo Youtube como canal de divulgação do trabalho se deve ao seu alcance. O Brasil é o segundo país que mais consome vídeos no canal, afirma a própria plataforma. Os maiores consumidores de conteúdo têm entre 18 e 49 anos, ainda segundo o Youtube, o que impactou também na escolha por um formato de informação jornalística, sem perder a leveza e descontração que caracteriza a própria plataforma. A escolha da equipe foi romper com o formato tradicional do repórter fazendo as chamadas das matérias, o que aproxima a produção de uma revista eletrônica. Os vídeos contam com dois apresentadores abordando os assuntos, e entrada de imagens ilustrativas e sonoras dos especialistas.

2.1.2 Pesquisa bibliográfica:

Entre os meses de fevereiro e junho de 2020, ainda na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I (TCCI), foi iniciada a fundamentação teórica do projeto. A leitura de autores que abordam a internet, a história do jornalismo, o jornalismo on-line, bem como os

critérios de noticiabilidade, foram fundamentais para uma maior clareza dos conceitos utilizados na escrita do TCC, e dos processos de produção para o canal. Também foi primordial nesse processo o levantamento de dados sobre o consumo de conteúdo no canal do YouTube, bem como sobre o uso de novas plataformas pelos profissionais da comunicação. Etapa do trabalho que contribuiu não apenas no aprofundamento teórico e prático, mas na percepção do grupo sobre a seriedade do assunto trabalhado nos quatro vídeos. Ganha destaque no projeto casos reais de pessoas que tiraram a própria vida após sofrerem discurso de ódio na internet. Tudo isso vai além de um comentário maldoso, os usuários, ao fazerem mal uso do espaço, o transforma em espaço de disseminação de vários tipos de violência.

2.1.3 Produção

2.1.3.1 Definição das pautas:

As pautas dos vídeos (ver apêndice), resultado prático deste TCC, objetivaram esclarecer como os assuntos seriam tratados, as fontes a serem consultadas, e o desencadeamento dos temas. Conforme o Manual de Redação e estilo de O Estado de S. Paulo, na página 20, pauta é:

[...] o conjunto de assuntos que uma editoria está cobrindo para determinada edição do jornal como a série de indicações transmitidas ao repórter, não apenas para situá-lo sobre algum tema, mas, principalmente, para orientá-lo sobre os ângulos a explorar na notícia. [...] um roteiro mínimo fornecido ao repórter. A pauta não deve ser só uma agenda. Precisa se preocupar em levantar enfoques diferenciados sobre os temas, buscar ângulos novos de abordagem, mostrar agilidade na identificação de novas tendências.

Em um primeiro momento, buscamos apresentar ao internauta o que são os crimes e ataques na internet, e como eles comprometem a vida dos indivíduos. As "ondas" de apoio a causas sociais também ganham destaque, assim como a “onda do cancelamento”, tão comuns nas redes sociais. Após a definição das pautas, e das fontes, iniciamos o processo de produção e gravação das entrevistas.

2.1.3.2 Entrevistas agosto a setembro de 2020

Após o agendamento das entrevistas, o grupo iniciou o processo de gravações das entrevistas, realizadas com apoio do técnico do laboratório do Campus V da PUC Goiás, Nilson Ribeiro Filho, nas dependências da instituição, e na Delegacia Estadual de Repressão a crimes cibernéticos.

As agendas com as psicólogas tiveram que ser refeitas, já que os primeiros contatos desmarcaram as gravações, alegando falta de tempo. Uma nova lista de possíveis fontes foi levantada, assim como feitos novos contatos por telefone e WhatsApp. Algumas fontes vieram da indicação da orientadora do trabalho, professora Denize Daudt Bandeira.

Ao iniciar o semestre letivo, em agosto de 2020, foi definido um calendário de gravações e/ou saídas para locação. As gravações tiveram início na CDEX (Coordenação de Extensão da PUC Goiás). No espaço foram ouvidas as psicólogas comportamentais Marina Morabi, Analice Vinhal e Camila Costa.

Uma série de medidas de precaução, como a medição de temperatura para adentrar ao prédio da PUC Goiás, o uso de máscara, e o distanciamento social, foram tomadas durante o trabalho. As medidas integram protocolo de saúde diante do risco de contágio pelo novo Coronavírus, causador da pandemia da Covid-19.

A psicóloga Virgínia Suassuna, diante da situação, achou mais prudente gravar de casa, fazendo uso do seu próprio equipamento. Procedimento utilizado ainda pela digital influencer Débora Lyra. Já a delegada de crime cibernéticos Sabrina Leles, que atendeu a equipe na delegacia, achou melhor gravar de máscara. Sabrina se mostrou preocupada, já que convive com pessoas do grupo de risco.

Para a realização das entrevistas, foram elencadas nas pautas as questões a serem abordadas. Como destaca MORGAN: “uma entrevista consiste numa conversa intencional, geralmente entre duas pessoas, embora por vezes possa envolver mais pessoas com o objetivo de obter informações sobre a outra” (1988 apud BOGDAN e BIKLEN, 1994, p. 134).

2.1.3.3 Elaboração dos roteiros: julho e agosto de 2020

A reunião de produção dos roteiros, que, segundo SYD FIELD (1995 apud 2009, p. 25), é uma “história contada em imagens, diálogo e descrição, dentro do contexto de uma estrutura dramática”, foi realizada por vídeo chamada, já que a universidade está em regime remoto extraordinário, motivado pela pandemia da Covid-19. Ficou definido que os dois primeiros produtos abordariam os ataques nas redes sociais, o vídeo três a "onda do cancelamento", e o quarto os modismos da internet. Durante o processo de produção dos roteiros, a equipe também precisou se adaptar ao atual cenário epidemiológico. O esquema de criação previamente discutido nas orientações da disciplina de TCCI, precisou ser repensado. O grupo teve que se reorganizar, e rediscutir os formatos dos vídeos. Depois de finalizados e corrigidos os roteiros, o grupo fez o agendamento do laboratório do Campus V da PUC Goiás

para as gravações, contando com apoio do técnico do laboratório. Infelizmente os equipamentos do laboratório de televisão estão emprestados para a PUC TV, o que dificultou ainda mais o processo, levando a equipe novamente a repensar o processo de produção. Para a entrada no local, foi solicitada autorização da coordenação do curso de Jornalismo, na figura do professor Antônio Carlos.

2.1.3.4 Gravação e Edição: setembro de 2020

Na primeira semana de setembro começaram as gravações das cabeças das matérias no laboratório de TV do Campus V da PUC de Goiás, com a ajuda dos técnicos Nilson Ribeiro Filho e Daniel Bernadoni. Durante o semestre letivo, a realização da matéria de Locução em rádio e TV foi fundamental na realização do TCC II. Como os vídeos serão disponibilizados no *Youtube*, a opção foi por uma linguagem mais informal e descontraída. Para isso, buscamos nos espelhar em alguns youtubers formados em jornalismo, o que também colaborou em todo processo de produção. Definida a ordem de cada entrada e cabeça dos vídeos, priorizamos *chroma Key*⁶ com fundos em movimento para trazer um ar de dinamicidade ao produto final.

2.1.3.5 Quadro de entrevistas

Data: 16 de setembro, 2020

Local: Delegacia Estadual de Repressão a Crimes Cibernéticos

Nome: Sabrina Leses

Dados: Delegada de crimes cibernéticos

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

Data: 12 de setembro, 2020

Local: Coordenação de Extensão – CDEX

Nome: Marina Morabi

Dados: Psicóloga comportamental e professora universitária

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

⁶ Chroma key é uma técnica de efeito visual que consiste em colocar uma imagem sobre outra através do anulamento de uma cor padrão, como por exemplo, o verde ou o azul, segundo com SOUZA (2016).

Data: 14 de setembro, 2020

Local: Coordenação de Extensão – CDEX

Nome: Camila Costa e Silva

Dados: Psicóloga comportamental e juvenil

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

Data: 14 de setembro, 2020

Local: Coordenação de Extensão – CDEX

Nome: Analice Vinhal

Dados: Doutora em psicologia e professora universitária

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

Data: 19 de setembro, 2020

Local: Casa da entrevistada

Nome: Virgínia Suassuna

Dados: Doutora, Mestre e Especialista em Gestalt-terapia, Psicoterapeuta e Professora de Graduação e Pós-Graduação

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

Data: 21 de setembro, 2020

Local: PUC – Campus V

Nome: Frederico Ramos Oliveira

Dados: Especialista em redes sociais, jornalista e professor

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

Data: 01 de outubro, 2020

Local: Casa da entrevistada

Nome: Débora Lyra

Dados: Digital Influencer e Modelo

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

2.1.4 Considerações finais

O surgimento da internet, em 1969, tem como objetivo possibilitar a interconexão dos laboratórios de pesquisa. Mas os avanços das tecnologias, e o estrondo da internet, com seus aplicativos e redes, abriram caminho para novas demandas. Em 1995 foi criada a primeira rede social, aproximando pessoas de forma prática. CAPRA (2008, p. 17) afirma que redes sociais são redes de comunicação que envolvem linguagem simbólica, restrições culturais, relação de poder etc. Nesse contexto, as redes sociais também se tornam palco para prática de crimes, intitulados como cibernéticos, cabendo ao jornalismo publicitar, de forma responsável, como esses delitos afetam a vida dos indivíduos envolvidos. E esse é um dos objetivos do presente trabalho, que resultou nos quatro vídeos informativos disponíveis no canal do Youtube. Trabalho realizado dentro das técnicas jornalísticas de planejamento, apuração e produção de conteúdo.

2.2 Memorando: Matheus Braga Caldeira

2.2.1 Definição do tema, público alvo e formato

De início, estabelecida a ideia de uma produção audiovisual para a plataforma do YouTube, eu e meu colega de trabalho, Iury Henrique Costa e Silva, começamos a sugerir temas para gravação e/ou pauta. A princípio, os assuntos dos vídeos seriam independentes, ou seja, cada episódio abordaria um tema específico. Contudo, como um dos temas, sobre ataques na web, já estava decidido, resolvemos fazer uma série de episódios abrangendo a violência nas redes. A partir disso, foi necessário fazer um levantamento de informações, dados e fontes para justificar a proposta do trabalho.

De acordo com a *SaferNet* Brasil, só no primeiro bimestre deste ano (2020), o número de denúncias feitas contra o crime de ódio duplicou, em relação ao ano anterior. Mais de 30 mil ocorrências de crimes foram (arquivadas [...]), como: violência e discriminação contra mulheres, racismo, homofobia, intolerância religiosa, xenofobia, apologia e incitação a crimes contra a vida e neonazismo. Além disso, segundo um relatório da Norton Cyber Security, em 2017 o Brasil passou a ser o segundo país com maior número de casos de crimes cibernéticos. Dados que já justificam a proposta do presente trabalho.

Nesse sentido, os dois primeiros episódios trazem uma discussão sobre esses ataques na internet e sobre o discurso de ódio, que predomina nas redes sociais. O terceiro traz um debate sobre uma febre que circula nas redes, a "onda do cancelamento", que atinge famosos, empresas e o (vizinho que mora ao lado). Por último, no quarto episódio mostramos os demais modismos, negativos e positivos, que os usuários utilizam.

Apesar de querermos fugir do modo tradicional dos noticiários, buscamos, de certa maneira, nos espelhar nesses programas, mas com uma abordagem diferente (menos engessado e mais descontraído). Por isso, optamos em desenvolver um canal no YouTube, pois a plataforma oferece mais liberdade e facilidade para a confecção do nosso próprio modelo de programa, além do fácil acesso e divulgação dos vídeos. Ademais, os maiores consumidores de conteúdos no YouTube estão na faixa etária dos 18 aos 49 anos.

2.2.2 Pesquisa Bibliográfica

No primeiro bimestre deste ano, de fevereiro a junho, ainda cursando a disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I (TCCI), focamos no desenvolvimento da fundamentação teórica do trabalho. A partir do levantamento de vários textos e artigos relacionados à comunicação, internet e jornalismo on-line, traçamos uma linha histórica na qual discutimos o jornalismo e a internet.

Primeiramente, conceituamos o que é comunicação. TEMER (2010) entende o termo como um processo de reciprocidade, um produto de um encontro social, um tipo de relação intencional, exercida sobre outro indivíduo ou indivíduos. Já BERLO (1991) compreende a comunicação como um processo, que se transforma e se modifica ao longo do tempo. Desse modo, percebe-se que a comunicação é uma necessidade social, ou seja, o ser humano precisa se socializar, estabelecer significados e transmitir/adquirir conhecimentos.

Em seguida, foi apresentada uma breve discussão sobre a evolução dos processos comunicacionais ao longo da história, percorrendo a criação da prensa tipográfica de Gutemberg, no século XV, à chegada da internet, nos anos de 1990. Com o advento da internet, abrangemos a adaptação do jornalismo no ciberespaço. Como pontua CANAVILHAS (2001), o grande desafio feito ao webjornalismo é a procura de uma “linguagem amiga” que imponha a webnotícia uma notícia mais adaptada.

Desse modo, a introdução do jornalismo na internet também impõe o desafio de uma linguagem própria, ainda mais diante de um cenário em que o imediatismo predomina. CANAVILHAS (2001) explica que a internet, por força de poder utilizar texto, som e imagem em movimento, terá também uma linguagem própria, baseada nas potencialidades do hipertexto.

2.2.3 Produção

2.2.3.1 Definição das pautas

As pautas (ver apêndice), definidas em junho, foram pensadas de maneira a esclarecer como os ataques virtuais, os modismos e o uso das redes pelos movimentos sociais beneficiam ou prejudicam a vida das pessoas. Primeiramente, buscamos aprofundar sobre o que são os ataques e crimes cibernéticos, situando como no meio virtual as pessoas estão sujeitas a sofrerem algum tipo de preconceito ou fraude, entre outros. No segundo vídeo, ampliamos o debate sobre o discurso de ódio que impera nas redes sociais, buscando compreender, através de entrevistas com especialistas, o seu motivo. Por fim, no terceiro e quarto momento, foi trabalhado os lados positivos e negativos dos modismos que surgem na internet. Após a finalização das pautas, o grupo começou a dar andamento na produção das cabeças e gravação das entrevistas.

2.2.3.2 Entrevistas

Iniciado em agosto de 2020, com duração até meados de setembro, o agendamento e gravação das entrevistas foi um processo complicado. Como foi supracitado, as pautas já estavam definidas em julho, com as fontes agendadas. Contudo, com o início desse semestre letivo, as fontes (psicólogas), de todas as pautas, desmarcaram e o grupo teve que voltar a buscar fontes para entrevistar. Com muita ajuda da nossa orientadora, Denize Daudt Bandeira, conseguimos agendar e obtivemos respostas bastantes positivas para o encaminhamento do trabalho. Ao iniciar o semestre letivo, em agosto de 2020, foi definido um calendário de gravações, que tiveram início na CDEX (Coordenação de Extensão da PUC Goiás), onde entrevistamos as psicólogas comportamentais: Marina Morabi, Analice Vinhal e Camila Costa.

Devido à pandemia, foi preciso tomar uma série de medidas de precauções, como a medição de temperatura para adentrar ao prédio, o uso de máscara, somente no momento de gravações as fontes retiraram suas máscaras, e o distanciamento social. A psicóloga Virgínia Suassuna achou melhor gravar com seu próprio equipamento de casa, evitando assim contato com a equipe. O mesmo fez a digital influencer Débora Lyra, que optou por gravar sozinha em sua residência.

A fonte mais problemática para entrevistar foi a delegada de crimes cibernéticos, Sabrina Leles, que possui uma agenda muito compromissada. No vídeo, a delegada preferiu gravar utilizando sua máscara, para evitar um possível risco de contaminação, já que a fonte convive com pessoas do grupo de risco. As gravações com a delegada foram feitas na Delegacia Estadual de Repressão a crimes cibernéticos. Nossa última fonte foi entrevistada no Campus V da PUC. O especialista em redes sociais, Frederico Oliveira, que, por motivos de viagem, só pode gravar posteriormente. Por isso, optamos por entrevistá-lo no dia em que gravamos as cabeças (chamadas).

2.2.3.3 Elaboração de Roteiros

Os roteiros foram produzidos por vídeo chamada, combinamos um dia em que meu colega de equipe não trabalharia para estruturar todos os roteiros dos vídeos (ver apêndice). Desse modo, decidimos que os dois primeiros episódios abordariam a introdução dos ataques na internet, o terceiro a "onda do cancelamento", e o último, os demais modismos da internet.

O processo de produção dos roteiros não foi tão simples, tivemos que nos readaptar a atual situação imposta pela Covid-19, ou seja, o modelo de gravação previamente discutido e

proposto antes da pandemia precisou ser repensado. Reorganizamos toda a estrutura do trabalho a nova realidade.

Após finalizados e corrigidos, o grupo fez o agendamento do laboratório do Campus V da PUC Goiás para as gravações dos roteiros, contando com apoio do técnico de laboratório Nilson Ribeiro Filho. Para a entrada no local, foi solicitada autorização da coordenação do curso de Jornalismo, professor Antônio Carlos.

2.2.3.4 Gravação e Edição

Para mim, o processo de gravação, tanto das entrevistas quanto dos roteiros, foi complicado, pois com o início da pandemia e a adoção da PUC Goiás pelo sistema remoto de aulas, já não havia mais necessidade de estar em Goiânia. Dessa forma, precisava viajar sempre que gravávamos com alguma fonte ou o próprio roteiro.

Na primeira semana de setembro, começaram as gravações das cabeças no laboratório de TV do Campus V da PUC de Goiás. Com ajuda dos técnicos Nilson Ribeiro Filho e Daniel Bernadoni, gravamos os episódios sem muita dificuldade. Como os vídeos serão disponibilizados no Youtube, a opção foi por uma linguagem mais informal e descontraída. Para isso, buscamos nos espelhar em alguns youtubers formados em jornalismo, o que também colaborou em todo processo de produção. Definida a ordem de cada entrada e cabeça dos vídeos, priorizamos chroma Key com fundos em movimento para trazer um ar de dinamicidade ao material. Destaque aqui para a falta de equipamentos no referido laboratório, o que também dificultou o processo.

2.2.3.5 Quadro de entrevistas

Data: 16 de setembro, 2020

Local: Delegacia Estadual de Repressão a Crimes Cibernéticos

Nome: Sabrina Leses

Dados: Delegada de crimes cibernéticos

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

Data: 12 de setembro, 2020

Local: Coordenação de Extensão – CDEX

Nome: Marina Morabi

Dados: Psicóloga comportamental e professora universitária

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

Data: 14 de setembro, 2020

Local: Coordenação de Extensão – CDEX

Nome: Camila Costa e Silva

Dados: Psicóloga comportamental e juvenil

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

Data: 14 de setembro, 2020

Local: Coordenação de Extensão – CDEX

Nome: Analice Vinhal

Dados: Doutora em psicologia e professora universitária

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

Data: 19 de setembro, 2020

Local: Casa da entrevistada

Nome: Virgínia Suassuna

Dados: Doutora, Mestre e Especialista em Gestalt-terapia, Psicoterapeuta e Professora de Graduação e Pós-Graduação

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

Data: 21 de setembro, 2020

Local: PUC – Campus V

Nome: Frederico Ramos Oliveira

Dados: Especialista em redes sociais, jornalista e professor

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

Data: 01 de outubro, 2020

Local: Casa da entrevistada

Nome: Débora Lyra

Dados: Digital Influencer e Modelo

Entrevistado por: Iury Henrique e Matheus Braga

2.2.4 Considerações Finais

Como descrito no capítulo anterior, com a chegada da internet, muitos ofícios do jornalismo tiveram que se adaptar as novas tendências que o ciberespaço oferece. Com essa adaptação, as plataformas sociais (*Facebook, Twitter, Instagram, Youtube*, entre outros) se tornam palco para as funções jornalísticas. Nesse contexto de mudanças, é que concretizamos esse trabalho, que resulta em quatro vídeos informativos, sobre o comportamento social das pessoas dentro dessas redes, propondo um debate sobre os crimes cibernéticos e o discurso de ódio. Trabalho realizado dentro das técnicas jornalísticas de planejamento, apuração e produção de conteúdo. RECUERO (2009) propõe que as redes sociais, através do *gatewatching*, atuem com um duplo papel informativo: como fontes, como filtros ou como espaço de reverberação das informações. São essas as relações que RECUERO aponta como relevantes para o jornalismo no espectro do estudo das redes sociais que tentamos refletir brevemente nessa proposta.

APÊNDICE

1 PAUTAS

Pauta - Ataques/violência na Web - Vídeo 1

Episódio I: Introdução ao tema

- **Justificativa:**

Este episódio é primordial para explicar melhor esse assunto considerado tão novo, que surgiu com o crescimento das mídias digitais. A grande popularização das redes sociais nos últimos anos projetou mais evidência ao problema da intolerância. No meio destes ataques, os digitais influencers são os principais alvos, mas pessoas anônimas também sofrem.

- **Objetivo:**

Este episódio tem como objetivo esclarecer o que é considerado crime cibernético nas redes sociais. Buscar entender porque pessoas fazem esses ataques de forma tão brutal. E ouvir relato de uma influente que sofreu essa violência e como lidar com elas.

- **Metodologia:**

A pauta será desenvolvida por meio de entrevistas com especialistas. Trabalharemos com duas hipóteses por conta do cenário atual da pandemia:

1º- Entrevista Remota (via Skype...)

2º- Entrevista presente (depende do cenário da pandemia);

- **Entrevistados:**

- ✓ Delegada de crimes cibernéticos – Sabrina Leles

- ✓ Psicóloga Comportamental – Marina Morabi

- **Dados:**

De acordo com dados da ONG Safernet, apenas entre os anos de 2010 e 2013, aumentou em mais de 200% o número de denúncias contra páginas que divulgaram conteúdos racistas, misóginos, homofóbicos, xenofóbicos, neonazistas, de intolerância religiosa, de insultos ao corpo, roupa entre outras formas de discriminação contra minorias em geral.

Fonte: (<https://www.jornaldebetrato.com.br/noticia/248153/cresce-a-intolerancia-nas-redes-sociais>)

Segundo pesquisas do Instituto Ipsos, entre 2016 e 2018, o Brasil saiu da quarta posição para tornar-se o segundo país com mais casos de bullying digital no mundo.

Fonte: (<https://www.revistamissoes.org.br/2018/11/a-violencia-nas-redes-sociais/>)

▪ **Perguntas:**

Delegada de crimes cibernéticos - Sabrina Leles

- ✓ O que é considerado crime cibernético?
- ✓ Quando um comentário deixar de ser crítica e se torna criminoso?
- ✓ Quais crimes o indivíduo pode responder?
- ✓ Quais os crimes mais comuns?

Psicóloga Comportamental - Marina Morabi

- ✓ Por que esses comentários estão sendo cada vez mais comuns nas redes sociais?
- ✓ Por que esses ataques estão cada vez mais brutais e recorrentes na internet?
- ✓ De que forma esse comportamento surge? Por quê?
- ✓ Por que os famosos sofrem mais?
- ✓ Qual o perfil dessas pessoas? O Anonimato que a internet possui fortalece esse indivíduo?

Pauta - Ataques/violência na Web - Vídeo 2

Episódio II: A violência dos ataques

▪ **Justificativa:**

Este segundo episódio será abordado onde os ataques se originam, já que as mulheres são os alvos principais. A grande popularização das redes sociais nos últimos anos projetou mais evidência ao problema da intolerância. No meio destes ataques, os digitais influencers são os principais alvos, mas pessoas anônimas também sofrem.

- **Objetivo:**

Neste episódio terá como objetivo saber como esses ataques se originam, porque as mídias digitais são o principal campo dessas agressões. Tentar entender essa nova onda de cancelamento de pessoas, principalmente por conta do corpo ou roupa.

- **Metodologia:**

A pauta será desenvolvida por meio de entrevistas com especialistas. Trabalharemos com duas hipóteses por conta do cenário atual da pandemia:

1º- Entrevista Remota (via Skype...)

2º- Entrevista presente (depende do cenário da pandemia);

- **Entrevistados:**

- ✓ Delegada de crimes cibernéticos – Sabrina Leles
- ✓ Psicóloga Comportamental – Virgínia Suassuna
- ✓ Especialista em Redes Sociais – Frederico Ramos
- ✓ Digital influencer – Débora Lyra

- **Dados:**

De acordo com dados da ONG Safernet, apenas entre os anos de 2010 e 2013, aumentou em mais de 200% o número de denúncias contra páginas que divulgaram conteúdos racistas, misóginos, homofóbicos, xenofóbicos, neonazistas, de intolerância religiosa, de insultos ao corpo, roupa entre outras formas de discriminação contra minorias em geral.

Fonte: (<https://www.jornaldebetrato.com.br/noticia/248153/cresce-a-intolerancia-nas-redes-sociais>)

Segundo pesquisas do Instituto Ipsos, entre 2016 e 2018, o Brasil saiu da quarta posição para tornar-se o segundo país com mais casos de bullying digital no mundo.

Fonte: (<https://www.revistamissoes.org.br/2018/11/a-violencia-nas-redes-sociais/>)

- **Perguntas:**

Delegada Sabrina

- ✓ Qual o papel da polícia para evitar? Quais os perfis mais comuns?

Psicóloga Comportamental – Virgínia Suassuna

- ✓ Por que as mulheres são os principais alvos? (Há alguma explicação, dentro da área da psicologia, que explique isso?)
- ✓ Por que elas se importam/afetam mais?
- ✓ Há algo que justifique esse ódio?
- ✓ Por que ele acontece?
- ✓ Por que as pessoas têm a necessidade de perpetuar o ódio?
- ✓ O preconceito e o ódio têm relação com o medo? (medo no sentido do desconhecido)
- ✓ A inveja pode justificar esse discurso de ódio? (por exemplo: “eu odeio o que desejo? eu odeio aquilo que não posso ser, mas gostaria)

Especialista em Redes Sociais – Frederico Ramos

- ✓ Qual o posicionamento das redes sociais, enquanto perpetuadoras desses discursos?

Digital influencer – Debóra Lyra

- ✓ Como você lida com os comentários negativos em suas redes sociais?

Pauta - A onda do Cancelamento - Vídeo 3

Episódio III: A onda do Cancelamento

▪ Justificativa:

Este terceiro episódio será abordado o tema sobre o ato de “cancelar” as pessoas. Além do seu uso habitual que se tratar de desmarcar um compromisso ou deixar de assinar um compromisso o termo “cancelar” tem sido empregado em pessoas também. Ato de cancelar está ligado a rechaçar pessoas que tenham feito ou dito algo considerado condenável, ofensivo ou preconceituoso.

▪ Objetivo:

Neste episódio terá como objetivo entender como funciona este movimento, que ganha cada vez adeptos e quais os impactos (positivos e negativos) que têm ou possa ter, caso o movimento tome grandes proporções.

- **Metodologia:**

A pauta será desenvolvida por meio de entrevistas com especialistas. Trabalharemos com duas hipóteses por conta do cenário atual da pandemia:

1º- Entrevista Remota (via Skype...)

2º- Entrevista presente (depende do cenário da pandemia);

- **Entrevistados:**

- ✓ Delegada de crimes cibernéticos – Sabrina Leles
- ✓ Psicóloga Comportamental – Analice Vinhal
- ✓ Especialista em Redes Sociais – Frederico Ramos

- **Dados:**

Em 2019, o funkeiro MC Gui foi cancelado após postar um vídeo no Instagram no qual ri de uma criança, gravado em uma viagem à Disney. No vídeo, que foi apagado, a menina está visivelmente incomodada. Acusado de bullying nas redes sociais, o artista teve contrato e shows (literalmente) cancelados e publicou um vídeo de desculpas. Em contrapartida, porém, ganhou milhares de seguidores durante a polêmica.

Link: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/11/01/Quais-os-efeitos-da-cultura-do-cancelamento>

<https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2019/09/20/todo-mundo-ta-de-mal-o-que-a-cultura-do-cancelamento-diz-sobre-nos.htm>

<https://canaltech.com.br/redes-sociais/a-cultura-de-cancelamento-foi-eleita-como-termo-do-ano-em-2019-156809/>

- **Perguntas:**

Psicóloga Comportamental – Analice Vinhal

- ✓ Por que o erro é tão mal visto perante a sociedade? (Ao ponto de ser exposto socialmente)
- ✓ Qual o prazer que as pessoas sentem ao cancelar alguém?

- ✓ Quais as consequências psicológicas que podem surgir ao ser cancelado? (Ao sempre ser apontado pelo seu erro)
- ✓ O ato de ser cancelado pode causar algum transtorno psicológico na pessoa?
- ✓ Existe uma maneira correta de aplicar essa onda sem afetar o psicológico da pessoa?

Delegada de Crimes Cibernéticos – Sabrina Leles

- ✓ Até que ponto essa onda deixa de ser um puxão de orelha e se torna uma ofensa?

Especialista em Redes Sociais – Frederico Ramos

- ✓ Por que as redes sociais são meios tão propensos a esses modismos?

Pauta - Os modismos - Vídeo 4

Episódio IV: Os modismos

▪ Justificativa:

Neste quarto episódio falaremos sobre os demais modismos nas redes sociais. Esses modismos aparecem de forma misteriosa, ganham vários adeptos e quando menos esperamos, as pessoas já estão usando. Esses modismos variam entre um filtro para foto/vídeo, em uma determinada rede social, à movimentos como “a onda do cancelamento”.

▪ Objetivo:

Este quarto episódio será um complemento do terceiro, abordando sobre os modismos que surgem nas redes sociais, ressaltando os pontos negativos e positivos desses costumes.

▪ Metodologia:

A pauta será desenvolvida por meio de entrevistas com especialistas. Trabalharemos com duas hipóteses por conta do cenário atual da pandemia:

1º- Entrevista Remota (via Skype...)

2º- Entrevista presente (depende do cenário da pandemia);

▪ Entrevistados:

- ✓ Psicóloga Comportamental – Camila Costa e Silva
- ✓ Especialista em Redes Sociais – Frederico Ramos

- **Dados:**

<https://mutantbr.com/blog/tendencias-para-redes-sociais/#:~:text=7%20principais%20tend%C3%Aancias%20para%20redes,e%20impactam%20usu%C3%A1rios%20e%20marcas.>

O número de usuários ativos diariamente no Stories do Instagram dobrou de 250 milhões para 500 milhões entre junho de 2017 e janeiro de 2019. Os vídeos são responsáveis por 80% do tráfego na Internet. Eles fornecem resultados surpreendentes no engajamento. De acordo com pesquisa feita pela Hubspot, adicionar um vídeo em um e-mail aumentam as possibilidades de clique entre 200% e 300%.

<https://blog.bume.com/tendencias-das-redes-sociais/>

- **Perguntas:**

Especialista Em Redes Sociais – Frederico Ramos

- ✓ De onde surgem esses modismos?
- ✓ De que forma a plataforma pode auxiliar na repercussão desses modismos?

Psicóloga Comportamental – Camila Costa e Silva

- ✓ Por que as pessoas têm a necessidade de criar esses modismos, sendo para agraciar ou ofender?
- ✓ De que forma eles podem ajudar outras pessoas?
- ✓ Por que as pessoas possuem a comoção em tomar parte por esses modismos?

2 ROTEIRO DE CABEÇAS E DECUPAGENS

Pauta 1

Introdução - (Plano Geral)

LOC1: Olá! Eu sou o Iury.

LOC2: Eu sou Matheus. E está começando agora mais um [...]

Vinheta

LOC1: A partir de hoje, está começando uma série de episódios no qual vamos falar sobre a violência e os modismos na internet.

LOC2: Iremos abordar os crimes mais comuns na internet. Aprofundando também a questão do discurso de ódio nas Redes sociais. A febre da onda do cancelamento, entre os outros modismos.

LOC1: Nesse primeiro episódio, conversamos com a delegada de repreensão a crimes cibernéticos, Sabrina leles, e com a professora universitária e psicóloga comportamental, Marina Morabi, sobre a violência e os crimes cometidos no ambiente virtual.

LOC2: Não se esqueça de se inscrever no canal, deixar o seu like e ativar o sininho para receber as notificações sempre que houver vídeo novo no canal.

Vídeo: 00001 Tempo: 05:17 a 06:00

Sonora (Delegada Sabrina) - O que são crimes cibernéticos? E o que são considerados?

"Crimes cibernéticos, existem" 00:44 a 01:41 "através da internet"

"Nós devemos analisar" 01:59 a 02:08
"Crime ou não"

LOC2: De acordo Safernet Brasil, os crimes que mais repercutiram em 2020 foram: violência contra a mulher, racismo, homofobia, / incitação a crimes contra a vida e neonazismo. //

LOC1: Somente no primeiro semestre deste ano, / foram registradas mais de 32 mil denúncias. //

Vídeo: 00001 Tempo: 07:15 a 07:33

Sonora (Psi. Marina): Vídeo C0001 - Por que esses ataques estão cada vez mais brutais e recorrentes na internet?

"Eu acho que" - 00:21 a 01:47 - "de um modo diferente"

LOC2: Em maio deste ano, / o casal de Youtubers, / Pyong Lee e Sammy Lee, / sofreram ataques nas redes sociais após um sorteio. //

LOC1: O casal foi acusado de fraude e danos morais. / A entrevista foi concedida para o domingo espetacular. //

Vídeo: 0001 tempo: 07:52 a 08:06

Sonora (Psi. Marina) - De que forma esse comportamento surge? Por quê?

"Nós estamos vivendo - 07:41 a 08:57 -
"da minha própria perspectiva"

LOC2: Além do casal de youtubers, há também outros casos de violências, por exemplo, as denúncias de racismo feitas a filha adotiva do casal de atores, Giovanna Ewbank e Bruno Gagliasso. (ilustrar fotos)

LOC1: Titi tinha apenas quatro anos quando foi vítima de comentários racistas feitos por uma socialite. //

Vídeo: 0001 tempo: 10:04 a 10:29

Sonora (Delegada Sabrina) - Quais os crimes mais comuns?

"Um crime contra" - 03:51 a 04:03 -
"investigado nessa delegacia"

Sonora (Psi. Marina) - Porque os famosos sofrem mais?

"Indiscutivelmente, isso a gente chama" -
11:13 a 11:58 - "atacando também em mim"

"É interessante por quê" 12:06 - 12:38 "de modo mais fácil"

LOC2: Para se ter uma ideia, / segundo o relatório da Norton ciber security, / entre os anos de 2016 e 2017, / o Brasil deu um

salto no aumento de crimes cometidos na internet. //

LOC1: Saindo de quarto lugar e indo para segundo, / logo abaixo da China, / no ranking dos países que mais perpetuam crimes na internet. //

Vídeo 0001 tempo: 11:24 a 11:42

Sonora (Delegada Sabrina) - Quais as punições?

"Depende do crime" - 04:12 a 04:46 - "do crime que é praticado"

Sonora (Psi. Marina) - Qual o perfil dessas pessoas? O Anonimato que a internet possui fortalece?

"Um sujeito frente" - 13:18 a 14:12 - "As repercussões do meu ato"

"É preciso entender" 15:38 a 16:15 "já é muito violenta"

LOC2: (pensar como falar, pois, podem causar problemas irreversíveis a pessoa. A internet não é uma terra sem lei onde falamos o que queremos e o outro que se dane. Toda ação é uma reação)

LOC1: No próximo episódio vamos aprofundar o porquê as mulheres são os principais alvos de ataques.

LOC2: Nos vemos no próximo vídeo.

Vídeo 0002 tempo: 01:08 a 01:29

Pauta 2

Introdução

LOC1: Olá! Eu sou o Iury.

LOC2: Eu sou Matheus. E está começando agora mais um vídeo aqui do canal. //

LOC1: No episódio anterior, / nós introduzimos a questão dos crimes e violência na internet. / Então, / se você ainda não assistiu o primeiro episódio, / vai lá e assiste. /

LOC2: Bem, e nesse episódio, / nós aprofundaremos sobre o discurso de ódio que acontece frequentemente nas redes sociais. /

LOC1: Não se esqueça de se inscrever no canal, / deixar o seu like e ativar o sininho para receber as notificações sempre que houver vídeo novo no canal.

Vinheta

Vídeo 00002 tempo: 04:59 a 05:26

LOC1: De acordo com a SaferNet Brasil, / durante a pandemia a violência e preconceito contra as mulheres cresceram em média 21%. /

LOC2: Foram registrados até abril, 667 casos de violência virtual contra a mulher. /

Vídeo 00002 tempo: 06:25 a 06:38

Sonora (Psi. Virgínia) Vídeo: IMG_8367 - Por que as mulheres são os principais alvos? E Por que se afetam mais com os ataques?

"O discurso do ódio" - 00:02 a 01:01 - "a violência, infelizmente"

LOC1: O Facebook lidera como a principal rede social na propagação de tráfico de pessoas, / pornografia infantil e racismo. Quase 46% das denúncias foram feitas no site. /

Vídeo 00002 tempo: 07:50 a 08:01

Sonora (Fredie) Vídeo: C0007 - Qual o posicionamento das redes sociais, enquanto perpetuadoras desses discursos?

"O que a gente" - 01:10 a 10:25 - "tipos de conteúdo"

"Esse tipo de leitura" - 02:51 a 03:17 - "denunciar esses casos"

Sonora Delegada (Sabrina) - Qual o papel da polícia para evitar? Quais os perfis mais comuns?

"A postura da sociedade" - 08:20 a 08:56 - "ao status inicial"

"Nada que se diz" - 04:51 a 05:38 - "Qualquer do mundo"

LOC1: Durante um evento em março deste ano, a atriz Bruna Marquezine foi cruelmente criticada sobre seu corpo (ilustrar foto). /

LOC2: Outro exemplo, foi a digital influencer que foi criticada por sua condição física. /

Vídeo 00002 tempo: 09:36 a 09:42

LOC1: Mas o porquê desse ódio? Por que ele está tão comum? De onde vem esse comportamento? fomos atrás para tentar compreender isso. /

Vídeo 00002 tempo: 09:59 a 10:05

sonora (Psi. Virgínia) Vídeo: IMG_8370 - Há algo que justifique esse ódio? Por que ele acontece?

"Psicologicamente falando, podemos" - 00:01 a 00:56 "colocados para fora"

LOC2: Um caso muito triste que aconteceu, por conta do discurso de ódio, / foi da blogueira, / Aline Araújo, / que cometeu suicídio após uma onda de comentários criticando o fato da blogueira ter se casado consigo mesma. (Ilustrar foto) /

Vídeo 00002 tempo: 10:23 a 10:35

sonora (Psi. Virgínia) Vídeo: IMG_8371 - Por que as pessoas recorrem a essas saídas?

"Podemos considerar também" - 00:01 a 00:41 "ao auto extermínio"

Vídeo: IMG_8380

"Dito de outra" - 00:02 a 01:01 - "precisamos analisá-los separadamente"

Sonora Debóra Lyra

LOC1: As críticas nas redes sociais, às vezes, trazem consequências reais a quem as recebe. / É necessário avaliar se nosso comentário está bem posicionado e se estamos criando um ambiente de reflexão. /

LOC2: No próximo episódio vamos falar sobre um dos modismos mais utilizados nas redes sociais: a onda do cancelamento. /

LOC1: Eu espero você no próximo episódio. /

Vídeo 00002 tempo: 11:42 a Vídeo 00003 00:07

Pauta 3

Introdução

LOC1: Olá! Eu sou o Iury.

LOC2: Eu sou Matheus. E está começando agora mais um vídeo aqui do canal

LOC1: No episódio anterior, nós ampliamos o debate sobre o discurso de ódio na internet. Então, se você ainda não assistiu os episódios anteriores, vai lá e assiste.

LOC2: Bem, e nesse episódio, nós iremos discutir sobre uma febre que se instaurou nas redes sociais: a onda do cancelamento.

LOC1: Não se esqueça de se inscrever no canal, deixar o seu like e ativar o sininho para receber as notificações sempre que houver vídeo novo no canal.

Vídeo 00004 tempo: 02:34 a 02:59

Vinheta

LOC1: Você já cancelou alguém na internet? Por acaso você sabe quando surgiu esse modismo? /

LOC2: A cultura do cancelamento diz respeito a uma atitude dentro de um grupo que provoca a interrupção de apoio a figuras públicas, / que geralmente é a resposta de alguma postura considerada ofensiva ou preconceituosa. /

LOC1: É uma cultura internacional. A ideia de cancelar alguém tem origem ao movimento #metoo, / criado por celebridades de hollywood. /

LOC2: Essa onda teve como objetivo reunir testemunhos de mulheres vítimas de crimes sexuais, após uma série de denúncias contra o produtor Harvey Weinstein, em 2017. //

Vídeo 00004 tempo: 05:31 a 06:12

Sonora (Psi. Analice) - Quais as consequências psicológicas que esse modismo pode acarretar? Por que o erro é tão mal visto?

"Eu penso que" 01:17 a 02:05 "seriam muito diferentes"

LOC1: Quem não se lembra do comentário machista feito pelo cantor Biel à uma jornalista do portal IG? (ilustrar imagens) /

LOC2: Ou do bullying feito pelo MC Gui a uma criança norte americana vítima de câncer. (Ilustrar Imagem) /

Vídeo 00004 tempo: 07:11 a 07:21

Sonora (Psi. Analice) - Qual o prazer que as pessoas sentem ao cancelar alguém?

"Matheus, eu penso que" - 04:23 a 05:06 -
"Eu penso que seja isso"

Sonora Delegada (Sabrina) - Até que ponto essa onda deixa de ser um puxão de orelha e se torna uma ofensa?

"Depende do tipo de comentário" - 10:09 a 11:02 "com as consequências disso"

LOC1: Por mais que a ideia inicial dessa onda seja nobre, / esses modismos tem ganhado proporções absurdas a ponto de figuras públicas mortas serem canceladas ou até marcas. /

LOC2:Um desses exemplos é o rei do pop, Michael Jackson, que foi cancelado após a exibição do documentário "leaving neverland", / no qual apontava casos de abuso infantil cometidos pelo astro. /

LOC1: Outro exemplo, foi a empresa Carrefour. / Mesmo após tomar providências em relação a um de seus funcionários, / que cometeu violência contra animais, não foi o suficiente para impedir as pessoas de cancelarem a marca. /

Vídeo 00004 tempo: 10:32 a 11:07

Sonora (Freddie) Vídeo: C0007 - Por que as redes sociais são meios tão propensos a esses modismos?

"O cancelamento ele" - 06:04 a 06:37 - "um grupo de pessoas ali"

LOC2: Após o movimento se tornar algo banalizado, / vários artistas se posicionaram contra o uso dessa onda com a hashtag diga não ao cancelamento. /

LOC1: Em um de seus posts do twitter a atriz Marina Ruy Barbosa menciona que a cultura do cancelamento é seletiva. /

LOC2: A digital influencer Kéfera, fala sobre a seletividade entre as pessoas públicas, pois apesar de todos errarem, nem todos são cancelados. /

Vídeo 00004 tempo: 11:15 a 11:40

Sonora Analice

"Qual o sentido de erro" 05:31 a 06:20 "para mim depois"

Encerramento

LOC1: Apesar da onda do cancelamento nos chamar a atenção e nos unir contra discursos preconceituosos, / é importante analisarmos se estamos dando espaço para as pessoas crescerem e aprenderem com seus erros. /

LOC2: A psicóloga, / Analice Vinhal, / traz uma reflexão sobre como o ato de cancelar impede crescer socialmente. /

Vídeo 00005 tempo: 00:05 a 00:24

Sonora (Psi. Analice)

"Aí vai depender" - 15:02 a 15:47 - "Relações face a face"

LOC1: No nosso último episódio dessa série, falaremos sobre os demais modismos da internet. /

LOC2: Nos vemos no próximo vídeo. //

Vídeo 00005 tempo: 01:11 a 01:17

Pauta 4

Introdução

LOC1: Olá! Eu sou o Iury. /

LOC2: Eu sou Matheus. / E está começando agora mais um vídeo aqui do canal. /

LOC1: No episódio anterior, / nós falamos sobre a febre que repercute na internet, a onda do cancelamento. / Então se você ainda não assistiu os episódios anteriores, / vai lá e assiste. /

LOC2: Nesse último episódio, nós iremos discutir sobre os demais modismos da internet. /

LOC1: Não se esqueça de se inscrever no canal, deixar o seu like e ativar o sininho para receber as notificações sempre que houver vídeo novo no canal. /

Vídeo 00005 tempo: 07:37 a 08:03

Vinheta

LOC1: Você já foi chamada de fada sensata? Ou já chamou alguém? /

LOC2: O termo fada sensata é uma gíria usada para elogiar uma pessoa que possui um discurso “correto”. /

Vídeo 00005 tempo: 08:14 a 08:26

Sonora (Freddie) Vídeo: C0007 - De onde surgem esses modismos?

"Primeiro, existe conteúdos" - 09:22 a 09:37 - "Big Brother"

"A capacidade de" - 10:21 a 10:36 - "algumas características universais"

Psicóloga (Camila) - Por que as pessoas têm a necessidade de criar esses modismos, sendo para agraciar ou ofender?

"O senso de pertencimento" - 01:10 a 01:43 - "muito da situação"

LOC1: Você tem noção de como esses modismos podem ser prejudiciais? /

LOC2: A apresentadora Maísa fala, no programa saia justa do GNT, / sobre como elogiar as pessoas, intitulado de fada sensata, pode ser incapacitante. /

Vídeo 00005 tempo: 09:08 a 09:21

Sonora Maísa

LOC1: Outro modismo bem comum é o exposed, que se trata de expor um acontecimento, embaraçoso ou não, na internet, sendo ele seu ou de outra pessoa. (ilustrar imagens)

LOC2: Esse modismo surgiu como uma brincadeira, mas é muito usado para manchar a reputação das pessoas.

Vídeo 00005 tempo: 09:47 a 10:06

Sonora Camila

"A questão do fada" - 02:01 a 02:42 -
"muito refém à isso"

Sonora (freddie) Vídeo: C0008 - De que forma a plataforma pode auxiliar na repercussão desses modismos?

"As melhores formas" 00:50 a 01:00 "por seres humanos"

LOC1: Apesar das consequências que esses modismos possuem, eles também são capazes de nos juntarmos e defender causas humanitárias e sociais. /

LOC2: Uma dessas ondas que surgiram na internet, / foi a #blacklivesmatter. (ilustrar imagens) /

LOC1: Essa hashtag surgiu após um policial norte americano asfixiar até a morte um cidadão preto. /

LOC2: A hashtag tomou conta das redes sociais, trazendo a mobilização das pessoas contra o preconceito e o racismo. /

Vídeo 00006 tempo: 00:17 a 00:42

Sonora Psicóloga Camila - De que forma eles podem ajudar outras pessoas?

"Tanto o negativo" - 03:13 a 04:11 - "para o mal"

LOC1: Além dessa outra movimentação nas redes sociais foi sobre as queimadas na

Amazônia, em 2019, que tomou proporções mundiais. (Ilustrar foto) /

LOC2: O Ator Leonardo DiCaprio postou em sua rede social chamando atenção para preservação do meio ambiente, através da #prayforamazonia, / além de alguns puxões de orelha ao governo brasileiro, que não tomou medidas preventivas. (Ilustrar com fotos) /

Vídeo 00006 tempo: 02:10 a 02:31

Sonora Freddie Vídeo: C0008 -

"A gente vê" - 02:02 a 02:14 - "justamente aquele posicionamento"

Sonora Psicóloga Camila - Por que as pessoas possuem a comoção em tomar parte por esses modismos

"É como a gente" - 05:55 a 06:30 - "Se esforçam tanto"

Encerramento

LOC1: Apesar das redes sociais serem um ambiente propenso a ataques e preconceito, há também seu lado positivo e divertido. /

LOC2: Tudo depende da forma que a utilizamos. / É uma ferramenta incrível, o que acaba com ela é o usuário. //

Vídeo 00006 tempo: 04:24 a 04:44



RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Lury Benique C. Silva / Mathews Braga Caldeira
do Curso de JORNALISMO, matrícula 20172012760161/20172012700846
telefone: 62-99235-0720 e-mail lurybenique1@outlook.com, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos
Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a
disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
Deu Ponto, Produto Jornalístico para Youtube

gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme
permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato
especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND);
Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou
impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de
graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 11 de Dezembro de 2020.

Assinatura do(s) autor(es): Lury Benique Costa

Mathews Braga

Nome completo do autor: Lury Benique Costa e Silva

Mathews Braga Caldeira

Assinatura do professor-orientador: [Assinatura]

Nome completo do professor-orientador: Denize Daudt dos Santos Bandeira

REFERÊNCIAS

- ABREU, Karen Cristina Kraemer. **HISTÓRIA E USOS DA INTERNET**. Universidade Beira Interior, Portugal, 2009.
- ALVES, Saraia. **Pesquisa aponta que brasileiro consome mais vídeo online que conteúdo da TV aberta**. Brainstorm9, 2019. Disponível: <https://www.b9.com.br/114760/pesquisa-aponta-que-brasileiro-consome-mais-video-online-que-conteudo-da-tv-aberta/> Acesso em: 26 de fev. 2020.
- Avião cai no Cazaquistão e mata pelo menos 15 pessoas**. Agência Brasil. Disponível: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2019-12/aviao-cai-no-cazaquistao-e-mata-pelo-menos-15-pessoas>. Acesso em: 28 de março, 2020.
- BATISTA, João Perles. **Comunicação: conceitos, fundamentos e história**. Faculdades Integradas de Três Lagoas, Minas Gerais, 2007.
- BERLO, David K. **O processo da comunicação**. 7. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991, p.296.
- BIANCHI, Paula e HATJE, Marli. **Mídia e Esporte: os valores-notícia e suas repercussões na sociedade contemporânea**. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- BOGDAN, Robert e BIKLEN, Sari. **Investigação qualitativa em educação, uma introdução à teoria e aos métodos**. Porto: Porto Editora, 1994.
- Brasil é o segundo país no mundo com maior número de crimes cibernéticos**. UOL. Disponível: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2018/02/15/brasil-e-o-segundo-pais-no-mundo-com-maior-numero-de-crimes-ciberneticos.htm>. Acesso em: 29 de setembro, 2020.
- Brasil sofreu 15 bilhões de ataques virtuais no 2º trimestre, diz estudo**. UOL. Disponível: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/reuters/2019/08/06/brasil-sofreu-15-bilhoes-de-ataques-ciberneticos-no-2-trimestre-diz-estudo.htm>. Acesso em: 29 de setembro, 2020.
- BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Tradução: DIAS, Maria Carmelita Pádua. Revisão técnica: VAZ, Paulo. 2a. Edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- BURGESS, Jean e GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. Tradução de Ricardo Giassetti. São Paulo, 2009.
- CALMON, Jorge. Discurso de posse. **Revista da Academia de Letras da Bahia**. Salvador, n.21, p. 85-93. 1962-1970.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web**. Universidade Beira Interior, Portugal, 2001.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. LabCom, Livros, 2014.
- CAPRA, Fritjof. **Vivendo Redes**. In: DUARTE, Fábio; QUANDT, Carlos e SOUZA, Queila (org.) **O tempo das redes**. São Paulo, 2008.

Criados por goianos, aplicativo une quem precisa de serviço com quem quer trabalhar. O Hoje. Disponível: <http://ohoje.com/noticia/economia/n/175913/t/criado-por-goianos-aplicativo-une-quem-precisa-de-servico-com-quem-quer-trabalhar>. Acesso em: 28 de março, 2020.

Deputados discutem parecer à reforma da Previdência; acompanhe ao vivo Fonte: Agência Câmara de Notícias. Câmara dos Deputados. Disponível: <https://www.camara.leg.br/noticias/560265-deputados-discutem-parecer-a-reforma-da-previdencia-acompanhe-ao-vivo>. Acesso em: 28 de março, 2020.

Deputados do PSL e do PT discutem e quase se agriem durante audiência com Moro. IstoÉ. Disponível: <https://istoe.com.br/deputados-do-psl-e-do-pt-discutem-e-quase-se-agriem-durante-audiencia-com-moro/>. Acesso em: 28 de março, 2020.

DURE, Deborah Michell e CEOLIN, Patrícia. **O crescimento do Youtube no brasil e a popularidade do canal nostalgia.** Rio Branco, Acre, 2016.

Em print, Moro mostra que Bolsonaro quis demitir Valeixo por investigar aliados. Carta Capital. Disponível: <https://www.cartacapital.com.br/politica/em-print-moro-mostra-que-bolsonaro-quis-demitir-valeixo-por-investigar-aliados/>. Acesso em: 28 de março, 2020.

Entenda o poder do YouTube. Think With. Disponível: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/entenda-o-poder-do-youtube/>. Acesso em: 31 de março, 2020.

EUA relembram atentados de 11 de setembro de 2001. Veja. Disponível: <https://veja.abril.com.br/mundo/eua-relembram-atentados-de-11-de-setembro-de-2001/>. Acesso em: 28 de março, 2020.

EUA têm quase 2 mil mortos por coronavírus em 24 horas. G1. Disponível: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/04/07/eua-tem-quase-2-mil-mortos-por-coronavirus-em-24-horas.ghtml>. Acesso em: 28 de março, 2020.

Explosão que matou cinco no Norte da Rússia pode ter sido acidente durante teste de míssil nuclear. O Globo. Disponível: <https://oglobo.globo.com/mundo/explosao-que-matou-cinco-no-norte-da-russia-pode-ter-sido-acidente-durante-teste-de-missil-nuclear-23868417>. Acesso em: 29 de março, 2020.

Fóssil de lagarto mais antigo da América do Sul é descoberto em João Pinheiro. G1. Disponível: <https://g1.globo.com/mg/triangulo-mineiro/noticia/2020/05/12/fossil-de-lagarto-mais-antigo-da-america-do-sul-e-descoberto-em-joao-pinheiro.ghtml>. Acesso em: 29 de março, 2020.

GLEICK, James. **Acelerado: A velocidade da vida moderna, desafio de lidar com o tempo.** Tradução: Cristina de A. Serra. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

Instituto na Índia promete 40 milhões de vacinas contra coronavírus em seis meses. IstoÉ. Disponível: <https://www.istoedinheiro.com.br/instituto-na-india-promete-40-milhoes-de-vacinas-contracoronavirus-em-seis-meses/>. Acesso em: 29 de março, 2020.

JUNIOR, Francisco Ramalho. **Da Criação ao Roteiro.** São Paulo, Summus, 2009.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

LAVADO, Thiago. **Uso da internet no Brasil cresce, e 70% da população está conectada.** G1, 2019. Disponível:<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/08/28/uso-da-internet-no-brasil-cresce-e-70percent-da-populacao-esta-conectada.ghtml>. Acesso em: 11 março, 2020.

Live de Marília Mendonça atinge 3,3 milhões de acessos simultâneos e arrecada mais de 200 toneladas de alimentos. G1. Disponível:<https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2020/04/09/live-de-marilia-mendonca-atinge-32-milhoes-em-pico-de-acessos-simultaneos.ghtml>. Acesso em: 29 de março, 2020.

LORENZ, Mirko. **Personalização: Análise aos 6 graus.** In: CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

Manual de Redação da Folha de S. Paulo. Edição 12. Publifolha, São Paulo: 2008.

MARQUES DE MELO, José e ASSIS, Francisco de. **Gêneros jornalísticos no Brasil.** São Bernardo do Campo: UMESP, 2010.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro.** São Paulo: Vozes, 1985.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro.** 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MARQUES, Márcia Siqueira Costa. **O blog como meio de comunicação. Origem, apropriações e horizontes da blogosfera na sociedade contemporânea.** São Paulo, 2012.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web.** UFBA, Bahia, 2001.

MORAES GONÇALVES, Elizabeth, DOS SANTOS, Marli e PORTO RENÓ, Denis. **Reportagem: o gênero sob medida para o jornalismo contemporâneo.** Equador, nº 130, pp. 223-242, 2016.

MORAES, Adriana Teixeira. **Participação popular e os valores notícia no telejornalismo: interação e cidadania.** Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013.

MORAES, Manassés Xavier e AZEVÊDO, Arão de. **Sociedade da Informação: um olhar funcional sobre a sociedade adjetivada de tecnológica.** Universidade Estadual da Paraíba, Paraíba, 2009.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate.** In: VII Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação, Argentina, 2002. Disponível:http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf. Acesso em: 29 de fev. 2020.

PAVLIK, John. **Ubiquidade: Os 7 princípios do jornalismo na era digital.** In: **Webjornalismo. 7 características que marcam a diferença.** Livros LabCom, Portugal, 2014.

PENNA, Octavio Pieranti e EMÍLIO, Paulo Matos Martins. **Nelson Werneck Sodré e “História da Imprensa no Brasil”: uma Análise da Relação entre Estado e Meios de Comunicação de Massa.** Intercom, Universidade Federal de Brasília, Brasília, 2006.

Pesquisa revela que quase 90% das pessoas já acreditaram em fake news. Estadão, 2019. Disponível: <https://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,pesquisa-revela-que-quase-90-das-pessoas-ja-acreditaram-em-fake-news,70002867141>. Acesso em: 20 de março, 2020.

PINTO, Manuel. **Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo.** In Comunicação e Sociedade, Vol 14 (1- 2), Braga: Universidade do Minho, 2000.

Polícia prende, em Goiânia, homem que confessou ter matado 39 pessoas. G1. Disponível: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2014/10/policia-prende-em-goiania-homem-que-confessou-ter-matado-39-pessoas.html>. Acesso em: 29 de março, 2020.

Quase 90% dos brasileiros consomem notícias por meios eletrônicos. Coletiva.net, 2019. Disponível: <https://coletiva.net/comunicacao/quase-90p-dos-brasileiros-consoem-noticias-por-meios-eletronicos-,293658.jhtml>. Acesso em: 20 de março, 2020.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão.** Metamorfoses jornalísticas 2, 1-269, 2009.

Redes Sociais. Brasil escola. Disponível em: <https://www.infoescola.com/sociedade/redes-sociais-2/amp/> Acesso em: 28 de outubro de 2020

RODRIGUES, Luana. **Ranking aponta os blogs mais acessados.** Ela por elas, 2017. Disponível:http://elas.gaz.com.br/conteudos/beleza/2017/03/09/90828-ranking_aponta_os_blogs_mais_acessados.html.php. Acesso em: 25 de fev. 2020.

SANTOS, Fernando. **Nathalia Arcuri: a milionária que começou poupando no recreio.** Azulis, 2019. Disponível: [https://www.azulis.com.br/artigo/dicas-nathalia-arcuri-empresenedores](https://www.azulis.com.br/artigo/dicas-nathalia-arcuri-empresendedores). Acesso em: 29 de fev. 2020.

SCHMITZ, Aldo Antônio. **Classificação das fontes de notícias.** Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2011.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos - Proposta novos Critérios de classificação.** Universidade Federal da Bahia, 2009.

SEQUEIRA, Cleofe Monteiro. **Jornalismo Investigativo.** Ed.: 1, Brasil, Summus, 2005.

SODRÉ, Muniz e FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: Notas sobre a narrativa jornalística.** São Paulo: Summus Editorial, 1986.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Jornalismo impresso.** Porto: Letras Contemporâneas, 2005.

SOUZA, Ritielle. **Efeitos especiais e edição digital.** 2016.

SZASBÓ, Inácio. **Uma abordagem dialética da inteligência coletiva e da informação no ciberespaço.** Universidade Federal da Bahia, 2008.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Comunicação e o Jornalismo: fundamentos para o debate conceitual.** I Seminário de Epistemologia e Pesquisa em Comunicação. Universidade do Vale do Rio Sinos, Rio Grande do Sul, 2010.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

Top 250 youTubers in Brazil sorted by SB Rank. Social Blade, 2019. Disponível: <https://socialblade.com/youtube/user/coisadenerd>. Acesso em: 10 de março, 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo I. Porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, p. 224, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo II. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, 2005.