

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS**  
**ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO -**  
**CURSO EM JORNALISMO**

Franciele Nunes Gomes

Yorrana Cristina Durão Martins Maia

**PolitiKês: uso do TikTok como meio de comunicação para um jornalismo independente**

**GOIÂNIA**

**2022**

Franciele Nunes Gomes  
Yorrana Cristina Durão Martins Maia

**PolitiKês: uso do TikTok como meio de comunicação para um jornalismo independente**

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Pontifícia  
Universidade Católica de Goiás como requisito final para a  
conclusão do curso de Jornalismo, orientado pelo Professor  
Dr. Rogério Pereira Borges.**

**GOIÂNIA**

**2022**

Franciele Nunes  
Yorrana Cristina Durão Martins Maia

**PolitiKês: uso do TikTok como meio de comunicação para um jornalismo independente**

**Trabalho de Conclusão de Curso. Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Escola de Direito, Negócios e Comunicação: Curso de Jornalismo, sob orientação do Prof. Dr.  
Rogério Pereira Borges.**

**Trabalho de Conclusão de Curso Aprovado em 12/12/2022 para obtenção do título de  
Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.**

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Orientador - Prof. Doutor Rogério Pereira Borges**

---

**Profa. Doutora Déborah Rodrigues Borges**

---

**Profa. Mestre Sabrina Moreira de Moraes Oliveira**

## **AGRADECIMENTOS**

### Yorrana Maia

Estaria mentindo se negasse que ao longo do ano pensei diversas vezes em desistir deste trabalho de conclusão de curso. A ideia de usar uma nova linguagem para concluir minha graduação em Jornalismo se impregnou em mim logo no início do curso. Eu queria propor algo novo, apesar de na época não formular exatamente o “o que”. Ao pôr em prática aquilo que havia idealizado, me deparei com a brutal verdade de que uma ideia não corresponde à realidade, o que acabou me levando a questionar minhas próprias habilidades. E isso, somado a todas adversidades que precisei enfrentar este ano, me fizeram desejar o doce aroma da desistência.

Se escrevo estes agradecimentos, é justamente porque devo o mérito deste trabalho a todas as pessoas que me incentivaram a continuar. A começar pela Victoria Lacerda que me acompanhou não só durante o TCC, como também por toda a iniciação científica, e escutou minhas lamentações e ansiedades. Quero agradecer também à Vitória Hully e à Juliana dos Santos, que estiveram ao meu lado desde o início do curso, às quais, pela amizade, sou imensamente grata. Meus mais sinceros agradecimentos vão aos meus amigos Vinícius Mariano, que me ajudou a criar a logo do produto, e a Maria Clara Cabral, que me ajudou com as imagens de alguns vídeos, e também ao meu orientador Rogério Borges, que do início ao fim se mostrou completamente compreensível e soube melhor do que ninguém apaziguar meus medos e inseguranças em relação ao trabalho. Meus agradecimentos também vão à Franciele Nunes, que divide a autoria do trabalho comigo.

Entretanto, quero dedicar toda a minha parte deste trabalho à minha irmã. Após sobreviver a um atropelamento este ano e precisar passar por diversas cirurgias para poder andar novamente, ela me ensinou o verdadeiro preço de desistir, algo que ela nunca fez. Não conheço ninguém mais resiliente do que a Samara Maia, cuja esperança e otimismo me fizeram perceber que muitas vezes não é a ideia que deve se submeter à realidade, e sim o contrário.

### Franciele Nunes

O tão sonhado sonho dos meus pais se tornou realidade. Entrei na graduação e ali se iniciavam os 4 anos mais desafiadores da minha vida. O meu maior medo desde do início era o temido por praticamente todos os estudantes: “Trabalho de conclusão de curso”. Pensar em um tema no decorrer desses anos foi algo difícil até que iniciei meu primeiro estágio no Teatro Sesi e ali me encontrei movida pela arte e cultura. Então a partir desse encontro decidi criar um projeto (long form) que mostrasse para as pessoas a história desses espaços culturais e a importância que eles

possuem na nossa capital. Parecia tudo perfeito até que descobri que estava gerando uma vida. Foi algo inesperado e assustador pois não estava incluso nos meus sonhos ser mãe. Mas era simples eu sendo uma pessoa a favor do aborto poderia simplesmente abortar e continuar seguindo com os meus sonhos. Infelizmente eu não tenho as respostas, mas eu não consegui seguir adiante com esse processo, Mesmo odiando o fato de ser mãe e estar gerando uma vida, decidi não abortar e enfrentar toda situação que estava por vir. No entanto, eu não imaginaria que essa decisão afetaria de forma extrema minha saúde mental. Ao longo desses nove meses fui tomada pela depressão, ansiedade, desejos e tentativas suicidas. No meio dessa turbulência tinha minha ânsia em concluir a graduação e realizar o tão sonhando sonhos dos meus pais. Foram muitas tentativas, algumas entrevistas gravadas, textos escritos, mas infelizmente não conseguimos seguir com o projeto.

Sendo assim, este agradecimento é para vocês que me apoiaram ao longo desses meses. Os meus primeiros agradecimentos são para Yorrana Maia que esteve comigo desde o início não só como colega de classe mas sim como amiga e companheira. Por meio dela surgiu a ideia de juntar os dois trabalhos de conclusão, o meu e o dela. Mas não a agradeço somente pela junção, mas sim pelo fato de estar comigo durante toda gestação e também ser a primeira pessoa a insistir e me dar forças todos os dias para não desistir em plena reta final. Quero agradecer à Vitória Hully e à Juliana Heleno que também estiveram do meu lado durante esse processo. Sou imensamente grata ao meu orientador de TCC Rogério Borges; agradeço pela paciência, sensibilidade e força durante esses meses de trabalho. Agradeço também à professora Débora Borges, que me ouviu e procurou a melhor forma para resolver e amenizar toda a situação.

No entanto, por ironia do destino, eu decido toda parte do meu trabalho à minha filha Maya Gomes. Ela mostrou que sou mais forte do que imaginava e me fez conhecer sentimentos novos através de um sorriso banguelo enquanto eu, em crise de ansiedade pelo TCC, amamentava. Cheguei até aqui por você e irei muito longe com você.

## **EPÍGRAFE**

“Podemos perdoar um homem por fazer uma coisa útil desde que ele não a admire. A única desculpa para se fazer uma coisa inútil é que a admiremos intensamente.”

Oscar Wilde

## RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso, realizado pelas estudantes da Pontifícia Universidade Católica de Goiás Franciele Nunes e Yorrana Maia, configura-se em um produto jornalístico denominado PolitiKês. Trata-se de um informativo sobre as eleições de 2022 publicado única e exclusivamente na rede social chinesa *TikTok*. Como um desdobramento da pesquisa de iniciação científica realizada pela aluna Yorrana Maia sobre as contradições presentes nas práticas de veículos independentes e tradicionais dentro das redes sociais, este trabalho recorre a uma linguagem característica do *TikTok*, aliada às práticas jornalísticas de veículos de comunicação independentes e tradicionais, para propor uma nova forma de produzir e divulgar conteúdo jornalístico sobre política e eleições.

**Palavras-chaves:** Redes sociais; TikTok; internet; jornalismo independente; eleições 2022

# SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b>   | <b>9</b>  |
| <b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b>                                    | <b>12</b> |
| 2.1. HISTÓRIA DA INTERNET  | 12        |
| 2.1.1. O jornalismo independente e tradicional nas redes sociais | 15        |
| 2.1.2. Sobre a rede social                                       | 16        |
| 2.1.3. Recursos e ferramentas                                    | 17        |
| 2.1.4. O público e a segmentação                                 | 19        |
| 2.1.5. Rei e plebe ao mesmo tempo                                | 21        |
| 2.2. AS POSSIBILIDADES PARA O JORNALISMO                         | 23        |
| 2.2.1. Jornalismo no TikTok                                      | 24        |
| <b>3. DESCRIÇÃO DO PRODUTO</b>                                   | <b>27</b> |
| 3.2. PAUTAS  | 28        |
| 3.2. DESCRIÇÃO DOS VÍDEOS  | 32        |
| <b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>                                   | <b>49</b> |
| <b>5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>                             | <b>51</b> |
| <b>6. ANEXOS</b>   | <b>52</b> |

## LISTA DE FIGURAS

|  |           |
|--|-----------|
| Imagem 1. Print mostrando vídeo publicado pelo jornal <i>Le Monde</i> no <i>TikTok</i> ..... | Página 18 |
| Imagem 2. Print mostrando onde encontrar modo claro.....                                     | Página 18 |
| Imagem 3. Print mostrando vídeo em modo claro.....   | Página 18 |
| Imagem 4. Cobertura da Manifestação dia 9 de abril.....                                      | Página 32 |
| Imagem 5. Recortes da manifestação dia 9 de abril.....                                       | Página 33 |
| Imagem 6. Manifestação pró-bolsonaro do dia 7 de setembro de 2022.....                       | Página 34 |
| Imagem 7. Manifestação do Grito dos Excluídos .....  | Página 35 |
| Imagem 8. Meio ambiente (REDD + parte 1 ).....   | Página 37 |
| Imagem 9. Meio ambiente (REDD + parte 2).....  | Página 37 |
| Imagem 10. Meio ambiente (REDD + parte 3).....   | Página 38 |
| Imagem 11. Propostas para área de segurança pública (parte 1).....                           | Página 39 |
| Imagem 12. Propostas para área de segurança pública (parte 2).....                           | Página 40 |
| Imagem 13. Proposta para área de cultura.....  | Página 40 |
| Imagem 14. Teatro Goiânia e Batismo Cultural (parte 1).....                                  | Página 41 |
| Imagem 15. Teatro Goiânia e Batismo Cultural (parte 2).....                                  | Página 42 |
| Imagem 16. Introdução à Lei de Cotas.....  | Página 43 |
| Imagem 17. Entrevista com estudantes.....  | Página 44 |
| Imagem 18. Representatividade negra nas eleições.....  | Página 44 |
| Imagem 19. Trajetória da estudante Franciele Nunes até a faculdade.....                      | Página 45 |
| Imagem 20. Sobre as convenções políticas.....  | Página 46 |
| Imagem 20- 21. Sobre as propagandas políticas.....   | Página 46 |
| Imagem 22. Sobre as urnas eletrônicas.....   | Página 47 |
| Imagem 23. Vídeo cômico.....   | Página 48 |

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso apresenta um informativo sobre as eleições de 2022 no *TikTok*. PolitiKês (@politikes), como é denominado, aborda não somente o processo eleitoral em si, mas temas derivados do assunto geral, como a política ambiental e as mudanças climáticas, a inclusão racial e a Lei de Cotas, o questionamento das urnas eletrônicas, a alta taxa de violência policial, as manifestações civis, as propostas para a cultura, entre outros.

Com inspiração, principalmente, na produção dos jornais internacionais *Le Monde* e *The Washington Post*, dois dos primeiros a se adaptarem ao *TikTok* para produção de conteúdo jornalístico, mas sem deixar de lado a influência e os ditames estabelecidos pelos próprios usuários da rede social, foram produzidos 21 vídeos no total. As produções são divididas por sete temas ou editorias: Manifestações, Meio Ambiente, Inclusão Racial, Espaços Culturais, Sobre as Eleições, Proposta dos Candidatos e Vídeos Cômicos.

A editoria de Manifestações é composta por cinco vídeos. Um é uma cobertura da manifestação do dia 9 de abril na Praça do Trabalhador, em Goiânia, onde a representante do Movimento Negro Unificado de Goiás, Iêda Leal, foi entrevistada. O segundo traz recortes e sobreposições de fotos deste dia. Já o segundo e o quarto vídeo mostram as manifestações de grupos de esquerda e grupos de direita realizadas no dia 7 de setembro. O último vídeo da editoria é um carrossel de fotos da manifestação pró-bolsonaro do dia 7 de setembro, realizada em Goiânia. Alguns dos vídeos foram indexados por meio de hashtags e hiper linkagem para criação de uma narração em série sobre uma determinada pauta.

A editoria de Meio Ambiente é composta por uma série de três vídeos que tratam sobre o assunto da Redução de Emissões Provenientes de Desmatamento e Degradação Florestal (REDD), e traz como entrevistado o professor da Universidade Federal de Goiás (UFG) Diego Tarley. Já Inclusão Racial levanta a temática sobre a Lei de Cotas e o acesso de estudantes negros nas universidades e a representatividade negra nas eleições de 2022. Essa editoria é composta por quatro vídeos.

Espaços culturais aborda, em três vídeos, a questão da importância cultural de espaços como o Teatro Goiânia e quais as propostas dos candidatos ao governo de Goiás para essa questão. Por sua vez, Sobre as Eleições, trata sobre questões mais técnicas relacionadas ao processo eleitoral: o início das propagandas políticas e convenções partidárias, e o voto eletrônico. Essa editoria é composta por três vídeos.

A editoria de Proposta dos Candidatos traz dois vídeos sobre as propostas dos candidatos ao governo de Goiás para diminuir a alta taxa de violência policial em Goiás, e um vídeo que está tanto dentro da editoria de Espaços Culturais quanto desta por tratar sobre as propostas dos candidatos para preservação dos espaços culturais em Goiás. Já Vídeo Cômico traz apenas um vídeo com intuito de aliar a linguagem cômica com a jornalística, consoante o trabalho já realizado pelo jornal norte-americano *The Washington Post* no *TikTok*.

Diante das rápidas mudanças comunicacionais proporcionadas pelo avanço das tecnologias de informação, torna-se relevante pensar em novos meios para o jornalismo alcançar nichos de público que lhe escapam. A grande maioria dos usuários do *TikTok* são jovens e adolescentes que não irão folhear uma página do jornal impresso durante o café da manhã ou esperar determinado horário para assistir o telejornal na televisão. Trata-se de um público tão acostumado com a velocidade da informação e com a lógica da rolagem infinita, que encontra dificuldade em ler reportagens extensas ou assistir documentários com mais de 10 minutos.

Defender os mesmos modelos de produção jornalísticas anteriores às redes sociais e negar novos formatos de produção de reportagens e notícias é ignorar um público que logo será o principal protagonista do mercado. Será que o *paywall* e as assinaturas de jornais conseguirão atrair um público que cresceu diante de conteúdos gratuitos, quando ele se tornar o principal consumidor do mercado? Essa discussão, com certeza, não se encerra neste trabalho de conclusão de curso, entretanto, o produto apresentado nesta pesquisa busca fornecer uma possibilidade de produção e divulgação de conteúdo jornalístico, por meio de uma nova linguagem e em um meio de comunicação amplamente utilizado por um público pouco explorado pelo jornalismo tradicional.

Como uma extensão da pesquisa de iniciação científica da estudante Yorrana Maia, que analisou as práticas de veículos independentes e tradicionais dentro das redes sociais, o *PolitiKês* reúne influências das práticas de veículos que se originaram dentro das redes sociais, como *Mídia Ninja* e *Jornalistas Livres*, e de jornais que adaptaram sua linguagem diante do desenvolvimento de novas tecnologias de informação, como *Le Monde* e *The Washington Post*. Contudo, a linguagem adotada nos vídeos é uma influência direta da participação do público dentro do *TikTok*. Consoante isso, foram produzidos vídeos com ilustrações digitais e materiais, gravações dentro de locais fechados e em espaços públicos, com e sem entrevistados, mas sempre seguindo uma certa dinamicidade para adaptar a linguagem jornalística ao meio de comunicação utilizado. Como se percebe, as práticas jornalísticas mais tradicionais também foram contempladas, tais como entrevistas e apurações, além de checagem de informações e pesquisas necessárias para a melhor contextualização de temas complexos. As questões éticas referentes ao jornalismo, como dar espaço a visões contraditórias sobre o mesmo assunto, a procura por pluralidade de fontes e o cuidado na

abordagem de assuntos delicados também foram devidamente observadas. Trata-se, portanto, de um veículo informativo, de cunho jornalístico, produzido e difundido de acordo com uma plataforma midiática que traz desafios à profissão em razão das inovações que lhe são inerentes. Ademais, todas as produções foram realizadas em Goiás, durante o ano eleitoral de 2022.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. HISTÓRIA DA INTERNET

De acordo com Castells (2020), a partir da década de 1970 as novas tecnologias da informação - nos campos de microeletrônica, computadores e telecomunicações - difundiram-se amplamente, acelerando o desenvolvimento e contribuindo para a construção de um novo paradigma. As inovações não se limitam somente a essa época. Já em 1947, os físicos Bardeen, Brattain e Shockley inventaram o dispositivo comumente chamado de chip, que possibilitou o processamento de impulsos elétricos em velocidade rápida e em modo binário de interrupção e amplificação, permitindo a codificação da lógica e da comunicação com e entre as máquinas (CASTELLS, 2020, p. 95).

A evolução tecnológica no campo da microeletrônica ocorreu de modo rápido e contínuo, o que possibilitou a utilização de máquinas na rotina diária dos indivíduos. O primeiro computador inventado, na universidade da Pensilvânia, em 1946, pesava 30 toneladas, possuía 18 mil válvulas e foi construído sobre uma estrutura metálica de 2,75 m de altura, ocupando a área de um ginásio esportivo. Quando foi acionado, o consumo de energia foi tão alto que as luzes da Filadélfia piscaram. Em 1971 surgiu o microprocessador com capacidade de incluir um computador em um chip. Isso, segundo Castells (2020), colocou o mundo da eletrônica e o próprio mundo de “pernas para o ar”.

Em 1975, Ed Roberts construiu o Altair, uma caixa de computação. Um objeto ainda primitivo, mas construído com o intuito de reduzir o tamanho do computador e associá-lo a um microprocessador. O Altair foi a base para o design do Apple I e, posteriormente, do Apple II. Este último foi o primeiro microcomputador de sucesso comercial. Lançada em 1976, com três sócios e um capital de US\$ 91 mil, a Apple Computers foi o anúncio da era da difusão do computador, alcançando a marca de US\$ 583 milhões em venda em 1982. (CASTELLS, 2020, p. 98)

A empresa norte-americana International Business Machines Corporation (IBM) reagiu e, em 1981, lançou sua versão do microcomputador com o nome Computador Pessoal (PC), que se tornou o nome genérico dos microcomputadores. Como o PC foi desenvolvido com tecnologia de terceiros, logo ficou vulnerável à clonagem, fato que permitiu a produção do microcomputador em larga escala, principalmente na Ásia (ibidem).

Segundo o autor, as telecomunicações também passaram por grandes mudanças com a combinação das tecnologias de “nós” (roteadores e comutador eletrônico) e novas conexões (tecnologias de transmissão). O pesquisador também cita os avanços em optoeletrônica e a

tecnologia de transmissão por pacotes digitais como fatores que promoveram um aumento na capacidade das linhas de transmissão, passando de cinquenta circuitos de voz compactada nos primeiros cabos telefônicos, em 1956, para 85 mil circuitos transportados pelos cabos de fibra ótica, em 1995 (CASTELLS, 2020, p. 100). “Essa capacidade de transmissão com base em optoeletrônica, combinada com arquiteturas avançadas de comutação e roteamento, como ATM (modo de transmissão assíncrono) e TCP/IP (protocolo de controle de transmissão/protocolo de interconexão), é a base da internet” (ibidem).

Para Castells, a criação e o desenvolvimento da internet nas últimas décadas é fruto da “fusão singular de estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural” (2020, p. 100). Com intuito de criar um sistema de comunicação invulnerável a ataques nucleares, a Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (Arpa), do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, desenvolveu uma tecnologia de comunicação de “troca de pacotes”, sejam eles mensagens de texto, imagens, sons ou dados, independente de centros de controle: a Arpanet, a primeira rede de computadores. “A universalidade da linguagem digital e a pura lógica das redes do sistema de comunicação geraram as condições tecnológicas para a comunicação global horizontal” (CASTELLS, 2020. p. 101).

A tecnologia que inicialmente atendia desejos militares não tardou em despertar os interesses acadêmico e pessoal. Outras redes foram criadas com fins científicos e usadas para manter a comunicação entre universidades e cientistas, e outras eram mantidas para troca de mensagens pessoais. Na década de 1980, “a rede das redes se formou” (CASTELLS, 2020. p. 101) com o nome inicial de Arpa-Internet e, posteriormente, como Internet. A nova rede se tornou primordial para a comunicação global mediada por computadores (CASTELLS, 2020, p. 430), e logo se popularizou, provocando grandes mudanças não só em nível comunicacional, como também no nível econômico, social e cultural.

Expor todas as consequências da Internet neste referencial teórico necessitaria de uma quantidade de páginas equiparável ao de *A Sociedade em Rede*. Dada a inviabilidade disso, vamos nos concentrar nas relações entre os participantes da comunicação. Pierre Lévy (1999), por exemplo, distingue três grandes categorias daquilo que denominou como “dispositivos comunicacionais”: o um-todos, no qual um centro emissor envia suas mensagens para um grande número de receptores passivos, como a imprensa, o rádio e a televisão; o um-um, que permite contatos pessoais entre os interlocutores, como o correio e o telefone; e o todos-todos, no qual todos os participantes recebem e enviam mensagens, colaborando para a construção de um contexto comum. “Os mundos virtuais para diversos participantes, os sistemas para ensino ou trabalho

cooperativo, ou até mesmo, em uma escala gigante, a WWW, podem todos ser considerados sistemas de comunicação todos-todos” (LÉVY, 1999. p. 65)

O filósofo francês traz a ideia de uma comunicação global horizontal possibilitada pelo ciberespaço, um meio de comunicação de “caráter plástico, fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo e virtual da informação” (LÉVY, 1999. p. 94), em que todos contribuem ativamente no compartilhamento de conhecimentos e construção de um contexto comum. A ideia não difere muito da exposta pelo sociólogo espanhol, que admite a horizontalidade da comunicação possibilitada pela Internet e difusão das novas tecnologias de informação. Contudo, Castells (2020) aponta que existem desigualdades presentes na rede. Apesar da rápida popularização da Internet, o acesso a ela varia de acordo com a renda financeira, o nível de escolaridade e a posição geográfica (p. 432).

Ademais, o rápido desenvolvimento das tecnologias de informação nos Estados Unidos, principalmente, ocasionou em uma concentração de poder em determinados nós. Ao contrário de outros meios de comunicação, como a TV, de acordo com Castells (2020), os consumidores da Internet também são produtores, fornecendo conteúdo e dando “forma a teia” (CASTELLS, 2020, p. 437). Assim, o sociólogo espanhol observa que no momento em que as outras sociedades entraram na constelação da Internet, encontraram uma comunicação moldada pelos primeiros consumidores.

Mas, atendo-se à ideia de que os receptores também são eles próprios emissores na Internet, deparamos com a premissa de Jenkins, Green e Ford (2014), na obra *Cultura da Conexão*. Para os autores, os conteúdos não são mais compartilhados por alguns poucos produtores - que possuem majoritariamente, se não todo, interesse comercial. O novo modelo de comunicação possui “um mix de forças de cima para baixo e de baixo para cima determina como o material é compartilhado, através de culturas e entre elas, de maneira muito mais participativa (e desorganizada)” (JENKINS, GREEN & FORD, 2014. p. 24). Havendo, assim, uma mudança no modelo de ‘circulação’ de informação, para ‘distribuição’.

Essa mudança - de distribuição para circulação - sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginados antes. (Ibidem)

Apesar da horizontalidade e escala global da comunicação em rede, os autores analisados para este referencial teórico concordam num aspecto: as comunidades online e a segmentação do público são fatores característicos dessa era pós-industrial. Não só o público está cada vez mais

participativo no processo comunicacional, por meio da Internet e das mídias digitais, como também está dividido em grupos de interesse em comum. Jenkins, Green & Ford (2014) utilizam o termo “cultura participativa” para se referirem à variedade de grupos que funcionam na produção e distribuição de conteúdos para atender os interesses do coletivo. Nota-se isso, por exemplo, no segmento estudantil que contribuiu na cobertura jornalística de manifestações políticas para as redes sociais do Jornalistas Livres, num processo que configura tanto a colaboração do público para a construção do conteúdo na mídia e a gratificação deste por contribuir, quanto ao trabalho gratuito que os estudantes oferecem à um veículo de comunicação que não possui outro meio de pagar pela colaboração a não ser pela atribuição de mérito.

Essa interação e horizontalidade de estrutura comunicacional são características das redes sociais. Segundo Martino (2014), o termo “redes sociais” foi criado pelas Ciências Sociais para estudar tipos de relações sociais, e o modelo de análise social foi transposto para o espaço virtual, com certas mudanças de conceito. Citando diferentes autores, Martino (2014) ressalta que há formas diferentes de nomear e compreender o fenômeno, mas pode-se chegar a características primordiais das redes sociais conectadas pela internet.

Redes sociais podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes. Apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a ideia de rede ganhou mais força quando a tecnologia auxiliou a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas pelas interação via mídias digitais” (MARTINO, 2014, p.62)

A dinâmica, segundo o autor, refere-se à forma de interação entre os participantes de uma rede social. Pode ser tanto um movimento presente em uma rede, quanto a quantidade e o tipo de conexões, ou o fluxo de pessoas que entra e deixa a rede. “Cada rede social tem sua própria dinâmica, e isso está ligado de alguma maneira à própria arquitetura da tecnologia sobre a qual é construída a interação social” (MARTINO, 2014, p.63).

A dinâmica do e-mail, citado pelo autor como uma das mais antigas de redes sociais, possui uma dinâmica diferente que o Twitter, por exemplo, por possuir uma troca de mensagens mais lenta e um tamanho de mensagem maior. A popularização do *TikTok*, durante a pandemia, apresentou uma dinâmica bastante diferente da consolidada pelo *Instagram* e *YouTube*, com vídeos menores, recomendação de conteúdos de pessoas não seguidas e possibilidade de utilizar músicas para dublagens.

### **2.1.1. O jornalismo independente e tradicional nas redes sociais**

Este trabalho de conclusão de curso é um desdobramento da iniciação científica realizada entre 2021 e 2022, dentro da pesquisa do professor Rogério Borges intitulada “Mudanças

Estruturais das Práticas Jornalísticas na Era Digital: Critérios de Noticiabilidade, Valores-Notícia, Papel das Fontes e Construção do Discurso Jornalístico”. A pesquisa de iniciação científica, que resultou em um artigo submetido e aprovado no Intercom 2022, analisou as práticas e os conteúdos produzidos pelas redes de comunicação *Mídia Ninja* e *Jornalistas Livres* e pelos jornais *Folha de S. Paulo*, *Estadão* e *O Globo*, chegando à conclusão de que tanto os veículos independentes quanto os tradicionais parecem sofrer uma mútua influência dentro das redes sociais.

Desde o surgimento desses veículos de comunicação independentes (a *Mídia Ninja* em 2013, e o *Jornalistas Livres* em 2015), observou-se uma série de alterações profundas. Da transmissão ao vivo do incêndio do Museu Nacional, no Rio de Janeiro, em 2018, na qual a pessoa que segura o celular se limita apenas a apontar a câmera para o acontecimento, a *Mídia Ninja* passou para a realização de lives estruturadas, como as produzidas durante a COP-26, em que a prática utilizada se aproxima da já conhecida pelo público nas transmissões ao vivo da televisão, onde os comentaristas revezam falas e trazem informações adicionais às imagens transmitidas para que não haja um vácuo na transmissão. (MAIA; BORGES, 2022)

Em contrapartida, jornais tradicionais como *Folha de S. Paulo*, *Estadão* e *O Globo*, originários do impresso que precisaram se adaptar aos novos modelos comunicacionais impostos pelo avanço das tecnologias de comunicação, adotaram práticas antes usuais da *Mídia Ninja*, como a cobertura de protestos de rua entre os manifestantes e o emprego de lives durante as entrevistas. Já a utilização de conteúdo colaborativo, isto é, vídeos e imagens produzidos pelos próprios manifestantes durante os protestos, é uma prática recorrente do *Jornalistas Livres* que foi empregada também pela *Folha de S. Paulo*. (MAIA; BORGES, 2022)

O que se nota é uma influência mútua entre práticas e conteúdos dentro das redes sociais, contrariando assim não só a independência à mídia tradicional que as redes de coletivo defendem ter, como também o distanciamento do jornalismo “ativista” – e, em certa medida, da própria imparcialidade – que jornais tradicionais clamam ter. (MAIA; BORGES, 2022)

### 2.1.2. Sobre a rede social

A rede social *TikTok*<sup>1</sup> foi criada em 2016 pela startup chinesa *ByteDance*, criada por Zhang Yiming, em 2012, a partir da aquisição do aplicativo *Musical.ly*. Atualmente, o *TikTok* é um dos aplicativos mais baixados na *App Store* e possui mais de 800 milhões de usuários ativos no planeta. (PEREIRA; MONTEIRO. 2021)

---

<sup>1</sup> O nome da rede social é encontrado tanto com espaço entre as palavras, ‘Tik Tok’, quanto sem, ‘TikTok’. Por questões de padronização, será adotada a segunda nomenclatura.

A aplicação é organizada com conteúdo em formato multimídia e os ‘*TikTokers*’, os usuários da rede social, podem fazer o upload de vídeos de 15 segundos, 60 segundos, e até 3 minutos<sup>2</sup>. (PEREIRA; MONTEIRO. 2021). O *app* oferece os recursos ‘costurar’ e ‘dueto’, que permitem aos indivíduos produzirem conteúdo em cima de outro vídeo publicado. Ademais, sua plataforma possui duas interfaces: a ‘*for you*’, onde aparecem vídeos que o algoritmo calcula ser do interesse do usuário, e a ‘seguindo’, onde aparecem somente as publicações das pessoas que o usuário escolheu seguir.

De acordo com Monteiro (2020), o aplicativo apresentou um crescimento a partir de 2019, mas se popularizou ao redor do mundo com a obrigatoriedade do distanciamento/isolamento social provocado pela pandemia da Covid-19. É gratuito e possibilita a visualização de vídeos de forma anônima, se acessado pelo *desktop*, mas requer *login* para visualizar e publicar qualquer conteúdo por *smartphone*. (MONTEIRO, 2020)

Convertida em 75 línguas e presente em 150 países, a aplicação se sobressai das demais mídias sociais por alcançar uma faixa etária mais jovem. Cerca de 66% de seus usuários têm menos de 30 anos, uma geração de jovens conectados com idade majoritariamente entre 15 e 25 anos, que se caracteriza por conviver com diversas ferramentas digitais, de fácil uso, e majoritariamente gratuitas. (PEREIRA; MONTEIRO. 2021).

### 2.1.3. Recursos e ferramentas

Além de permitir que os usuários gravem conteúdo no próprio aplicativo, o *TikTok* fornece ferramentas de edição de vídeo. É possível gravar em diferentes velocidades (recurso usado tanto para produzir vídeos em *slow motion* quanto acelerados); utilizar filtros para alterar a tonalidade das imagens; além de editar o formato do nariz e rosto; mudar a tonalidade da pele e disfarçar suas imperfeições; clarear os dentes; e aplicar maquiagem, como base, máscara de cílios e contorno.

As músicas, os áudios e os efeitos, no entanto, são os recursos mais utilizados no *TikTok*. Popularizou-se na aplicação as ‘dublagens’, vídeos em que as pessoas fazem uma espécie de teatralidade para interpretar algum áudio, uma influência do antigo aplicativo *Musical.ly*.

A rede social também possui uma navegação por busca que permite ao usuário procurar vídeos por temas e assuntos. Assim, ao escrever “um dia de chuva”, por exemplo, na barra de procura, o resultado irá mostrar vários vídeos em português sobre o tema. O resultado seria diferente em outro idioma. Esse recurso se difere um pouco do *Instagram*, que apenas permite a busca por contas, *hashtags*, música e localização.

---

<sup>2</sup> A partir do segundo semestre de 2022, o *TikTok* passou a permitir o upload de vídeos de até 10 minutos, uma prática já característica do IGTV do Instagram.

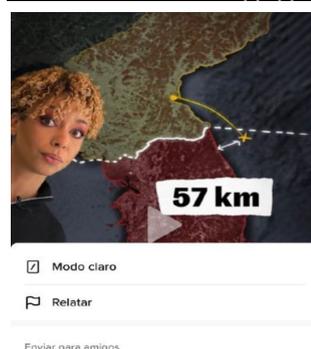
*Hashtags*, músicas e efeitos são os principais hiperlinks no *TikTok*. O aplicativo agrupa todos os vídeos que partilham a mesma tags, permitindo que o usuário explore demais conteúdos ao clicar em uma hashtag ou música.

Ao longo do ano de 2022, o *TikTok* realizou algumas mudanças em sua plataforma e interface. A mais recente delas é o botão ‘modo claro’, que permite que o usuário omita as informações excessivas presentes na tela e possa visualizar o vídeo sem interferências visuais.



**Imagem 1 - Print de tela do celular mostrando um vídeo publicado pelo jornal *Le Monde* no *TikTok***

No vídeo é possível perceber a interface padrão da plataforma, com botões de curtida, comentário, salvamento e compartilhamento ao lado, e a legenda e o áudio utilizado na parte inferior.



**Imagem 2 - Print de tela do celular mostrando a opção do modo claro**

A opção ‘modo claro’ pode ser acessada pelo próprio usuário ao clicar e segurar na tela. Esse modo por ser acionado e desativado consoante o desejo da pessoa.



**Imagem 3 - Print da tela do celular mostrando o vídeo com ‘modo claro’ ativado**

Ao clicar na opção ‘modo claro’ os botões na lateral e a legenda e áudio desaparecem, deixando uma interface menos poluída de informações. No canto inferior direito da tela, é possível ver o botão que desativa esse modo.

Além da possibilidade de alterar a interface de visualização, o *TikTok* também possibilitou a publicação de vídeos em um outro formato. Desde sua criação, a rede social permite a publicação e compartilhamentos de vídeos no formato 9:16, que corresponde à tela vertical do celular. No entanto, uma recente atualização - por volta do fim de outubro de 2022 - permite a publicação de vídeos na horizontal e possibilita que o usuário escolha como assistir a publicação. Isto é, na rolagem da plataforma, um vídeo publicado com esse recurso irá aparecer como um retângulo - sem ocupar toda a tela vertical - e com o botão 'tela cheia' embaixo.

Ao clicar, o vídeo automaticamente irá preencher toda a tela horizontal da tela, fazendo com o que o usuário assista ao vídeo com celular "deitado" (uma experiência já comum em outras redes sociais, como o *YouTube*, e plataformas de streaming). Outra novidade, já disponível para todos os usuários, é o botão de 'republicar', que permite repostar um vídeo publicado por outra pessoa dentro da rede social. Esse recurso se assemelha ao 'retweet' do *Twitter*. O *TikTok* também passou a possibilitar a publicação de fotos em 'carrossel'. Assim como no Instagram, o usuário pode publicar diferentes imagens em sequência.

#### **2.1.4. O público e a segmentação**

De acordo com Castells (2020), o público é segmentado e não uma massa homogênea consumidora de mensagens. Para o sociólogo, a evolução das mídias e tecnologias de informação causou uma segmentação cada vez maior da audiência em ideologias, valores, gostos e estilos de vida. Mesmo na época de predominância da televisão, nos finais dos anos 1990, a descentralização, diversificação e adequação ao público-alvo já eram parâmetros cruciais de funcionamento para o meio de comunicação (p. 424).

Com a rápida instauração da internet sobre todas as esferas sociais, a segmentação não se alterou. "O meio de comunicação interativo universal via computador da Era da Informação", como define Castells (2020, p. 432), possui um acesso desigual que varia de acordo com a renda, o nível de escolaridade e a posição geográfica (mais presente nos grandes centros urbanos, consoante dados dos anos 1990 apresentados pelo autor). Apesar da sua universalidade ser limitada, a internet se propagou como nenhum meio de comunicação, alterando profundamente a comunicação como um todo.

A internet tem tido um índice de penetração mais veloz do que qualquer outro meio de comunicação na história: nos Estados Unidos, o rádio levou trinta anos para chegar a sessenta milhões de pessoas; a TV alcançou esse número de difusão em quinze anos; a internet o fez em apenas três anos após a criação da teia mundial (CASTELLS, 2020, p.437)

Ao contrário dos outros meios de comunicação de massa como o rádio e a televisão, o público/receptor que utiliza a internet possui uma característica a mais: o poder de se tornar produtor e difusor de conteúdo. Para o sociólogo espanhol, é o próprio público que ao produzir e fornecer conteúdo ajuda a dar “forma a teia” (CASTELLS, 2020, p. 437). Pierre Lévy possui uma proposição semelhante ao designar a relação entre os participantes da comunicação, a qual chamou de ‘dispositivo comunicacional todos-todos’, isto é, o ciberespaço “permite que comunidades constituam de forma progressiva e de maneira cooperativa um contexto comum” (LÉVY, 1999, p. 65)

Lévy coloca a comunicação realizada pela imprensa, rádio e televisão na categoria de dispositivo comunicacional ‘um-todos’, um único centro emissor distribuindo sua mensagem para um público disperso e passivo (2010, p. 65).. Em um mundo em que nenhum jornal, rede televisiva ou emissora de rádio está entre as 50 contas mais seguidas no *TikTok* ou *Instagram* (na rede social de propriedade da Meta, os jornais não ocupam nem os 100 mais seguidos)<sup>3</sup>, vemos que essa hierarquia e controle da comunicação se dispersou.

Jenkins, Green e Ford, em *Cultura da Conexão* (2014), ressaltam que os conteúdos não são mais distribuídos por alguns poucos produtores com interesses comerciais. A comunicação na rede está sujeita a “mix de forças” não hierárquicas e influenciada por uma cultura mais participativa, onde qualquer pessoa decide se passa adiante ou não um conteúdo com um *retweet*, um *like*, ou um *compartilhamento*.

Essa mudança - de distribuição para circulação - sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginados antes. (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p.24)

No entanto, apesar de o público ter se tornado mais segmentado e a mensagem mais diversificada, as empresas de comunicação mostram-se mais comerciais e oligopolistas do que nunca, com os maiores conglomerados das chamadas big techs, que dominam e inovam nas tecnologias da informação, concentrados nas mãos de poucos (CASTELLS, 2020, p. 425). O autor faz essa ponderação ainda sobre a televisão, ressaltando que, apesar de a programação de um canal para o outro não ter muitas diferenças, o poder de escolher o que assistir ainda cabe à audiência.

Embora os meios de comunicação realmente tenham se interconectado em todo o globo, e os programas e mensagens circulem na rede global, não estamos vivendo em uma aldeia

<sup>3</sup> Dados em <https://socialblade.com/tiktok/top/50/most-followers>; <https://socialblade.com/instagram/top/100/followers> e <https://socialblade.com/instagram/top/50/followers>

global, mas em domicílios sob medida, globalmente produzidos e localmente distribuídos. (CASTELLS, 2020. p. 425)

Com a internet não é diferente. O desenvolvimento de novas tecnologias, como os smartphones, e da própria rede, mais disseminada e consumida até pelas parcelas com menor poder aquisitivo, permitiu que não só a troca de informação seja quase instantânea, como também ocorra em todas as partes do mundo conectado, de um modo personalizado e individual, mas global. Tanto Castells (2020) quanto Jenkins (2014) concordam que a mensagem da era pós-industrial é direcionada a grupos específicos (nichos), que participam ativamente no processo comunicacional.

Consoante ao exposto, cabe ao jornalismo se adequar a essa nova era comunicacional pós-industrial, e reconhecer que não opera mais em um sistema centralizado de comunicação, e sim dentro de uma rede dispersa de fluxo de informação. Convergir as técnicas e estilos jornalísticos com as linguagens e formatos usados pelos nichos de audiência presentes na internet é um fator fundamental para a sobrevivência da profissão.

### **2.1.5. Rei e plebe ao mesmo tempo**

A comunicação mediada pela internet trouxe algo novo para a sociedade pós-industrial: as comunidades online. Manuel Castells (2020) apresenta diversos estudos que exploram o lado sociológico e psicológico da influência dessas comunidades no indivíduo. Perda dos lados com o “mundo real”, depressão, solidão, são alguns dos pontos observados pelos pesquisadores. Mas uma análise de todos os estudos publicados sobre comunidades virtuais entre os anos de 1996 e 1999, feita por Barry Wellman e colaboradores, chegou ao termo “comunidades pessoais”.

As redes ou grupos sociais online começam com a característica de serem especializados, feito entre pessoas que compartilhem um interesse em comum. Porém, com o tempo, o que parecia ser uma comunicação especializada sobre determinado tópico, torna-se uma rede mais ampla e afetiva, que fornece apoio psicológico ou material para os seus integrantes.

A internet pode contribuir para a expansão dos vínculos sociais numa sociedade que parece estar passando por uma rápida individualização e uma ruptura cívica. Parece que as comunidades virtuais são mais fortes do que os observadores em geral acreditam. Existem indícios substanciais de solidariedade recíproca na Rede, mesmo entre usuários com laços fracos entre si. De fato, a comunicação online incentiva discussões desinibidas, permitindo assim a sinceridade. O preço, porém, é o alto índice de mortalidade das amizades online, pois um palpite infeliz pode ser sancionado pelo clique na desconexão - eterna (CASTELLS, 2020, p.442)

As redes sociais possuem características distintas que atraem determinados segmentos de públicos. O Facebook, por exemplo, se popularizou pela possibilidade de criar comunidades virtuais voltadas para um tema específico, e hoje é mais utilizado por pessoas de maior faixa etária. O

Instagram estreou no mercado em 2010 com a proposta de se tornar uma rede social de compartilhamento de fotos, e acabou sendo utilizado como ferramenta de marketing de empresas e influenciadores, que viram a oportunidade de criar uma “vitrine virtual” no feed.

O *TikTok*, criado com a intenção de compartilhar vídeos curtos, se viu inundado de uma diversidade de conteúdos a partir do momento em que diversos segmentos de público passaram a utilizar a rede social. Apesar de se popularizar pelos conteúdos musicais, o *TikTok* também se tornou berço de um grupo de usuários (não celebridades) que utilizaram as ferramentas do aplicativo e a grande distribuição do algoritmo para produzir conteúdos inovadores, explorando o lado narrativo do *app*.

Uma das características que difere a experiência com o *TikTok* das demais redes é a possibilidade que os usuários possuem em narrar e compartilhar histórias. A aplicação, de fato, se popularizou por seus vídeos rápidos e apelativos. Um exemplo são as ‘dancinhas’, coreografias simples feitas para uma música *trend* do momento. Entretanto, nota-se que algumas pessoas exploram o lado narrativo do aplicativo.

O norte-americano Baron Ryan é um desses. Com 2,5 milhões de seguidores, e mais de 61 milhões de curtidas, Ryan caracteriza seu perfil como ‘uma coleção de histórias curtas’. Em até três minutos, o *tik toker* explora temas filosóficos, com diferentes personagens caracterizados, e uma linguagem muito próxima da cinematográfica.

Em um de seus vídeos, intitulado *Conversation with the future* (conversa com o futuro, em tradução livre), Ryan interpreta dois personagens, duas versões da mesma pessoa, no início e no fim da vida, que conversam durante uma partida de xadrez. O homem mais novo questiona o seu ‘eu’ mais velho se eles realizaram uma série de coisas que desde os 14 anos sonhavam em fazer. “Não era isso que queríamos”, diz o senhor. Inicia aí uma série de discordâncias que faz com que o mais novo perceba que está fadado ao esquecimento. “Você não se lembra de ser eu, não é?”, interpela. “Você foi há muito tempo atrás”, responde o mais velho. <[https://www.tiktok.com/@americanbaron/video/7023525061042638085?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=6961462705505355269](https://www.tiktok.com/@americanbaron/video/7023525061042638085?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=6961462705505355269)>

Já a fotógrafa brasileira Luisa Dörr utiliza o *TikTok* como um diário de pequenas histórias sobre as pessoas que vivem perto da região da Mata Atlântica, na Bahia. Com um olhar artístico, Dörr retrata uma atividade, ou rotina de um personagem. As imagens são lentas, mostrando as vezes o personagem posado, e os sons são do próprio ambiente. Sem a utilização de nenhuma edição elaborada, a fotógrafa conta a história do Edson, que há 18 anos trabalha com material reciclável; da Janete, que desde os 13 anos de idade vende flores na cidade; e Teacher, um pescador profissional com mais de 30 anos de profissão. Luisa Dörr possui 16 mil seguidores no aplicativo, e

mais de 200 mil curtidas.

[https://www.tiktok.com/@luisadorr/video/7085836995552939269?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=pt-BR](https://www.tiktok.com/@luisadorr/video/7085836995552939269?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR)

Outra particularidade narrativa encontrada no *TikTok* são as histórias em *looping*, que ficaram bem populares na aplicação. Como a plataforma repete o vídeo assim que ele chega no final, alguns usuários começaram a usar isso como um recurso narrativo. Eles transformam a última fala/cena como o fator que desencadeia a ação/fala no início do vídeo e, dessa forma, a história fica ‘presa’ em uma narrativa sem fim. A norte-americana Sierra Holloway conseguiu mais de 14 milhões de curtidas em seu perfil produzindo vídeos assim.

Em seu vídeo que rendeu mais visualizações (17,8 milhões), na primeira cena, vemos um homem, em seu apartamento, se abaixando para colocar um disco de vinil no tocador. A música então começa, e logo em seguida alguém passa rapidamente pelo corredor, em segundo plano. Intrigado, o personagem resolve investigar, mas acaba sendo puxado para fora do apartamento. Ele cai ao lado de uma claraboia, se aproxima e ao olhar para o interior vê um homem em pé segurando um disco de vinil. Assim o vídeo termina na mesma ação que o inicia, completando o *looping*.  
[https://www.tiktok.com/@scorpiosierra/video/6886970725664689414?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=pt-BR](https://www.tiktok.com/@scorpiosierra/video/6886970725664689414?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR)

Em *Cultura da Conexão*, os autores sinalizam para uma mudança do fluxo de informação, onde o público não é visto mais apenas como um audiência passiva, ou um grupo de consumidores, mas como “pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia” (JENKINS; GREEN; FORD. 2014, p. 24)

## 2.2. AS POSSIBILIDADES PARA O JORNALISMO

Diferente das demais redes sociais, o algoritmo do *TikTok* distribui os vídeos publicados para um número maior de usuários. Por meio da *for you*, vemos vídeos de pessoas não famosas alcançarem centenas ou mesmo milhares de visualizações porque o algoritmo distribui o alcance entre quem não segue o indivíduo. Isso permitiu que os conteúdos produzidos por pessoas como Baron Ryan, Luisa Dörr e Sierra Holloway chegassem a milhões de curtidas. Pode-se dizer, portanto, que a aplicação chinesa fornece as ferramentas e o espaço para que o público molde e reconfigure a mídia.

Esse é o caso da norte-americana Charli D’Amelio, 18, que se tornou a personalidade mais seguida na aplicação, com mais de 140 milhões de seguidores.

Charli começou a publicar vídeos com apenas 16 anos, em 2019, e começou a somar centenas de seguidores por dia, principalmente a partir de 2020. Ela começou como uma

adolescente que fazia de *upload* de seus vídeos de coreografia - as famosas ‘dancinhas’ do *TikTok* - e, atualmente, possui mais de 10 bilhões de curtidas na rede social. O sucesso repentino e estrondoso de Charli no meio digital repercutiu na grande mídia: a Walt Disney Company lançou uma série, em setembro de 2021, na sua plataforma de streaming Hulu, para retratar o cotidiano de Charli e sua irmã Dixie, também influenciadora digital. A série “*The D’Amelio Show*” já tem previsão de segunda temporada. Segundo a *Forbes*<sup>4</sup>, juntas as irmãs faturam mais de 27,5 milhões de dólares por ano.

O caso de D’Amelio pode ser um exemplo extremo, mas por meio dele percebe-se que o *TikTok* não só possibilita indivíduos de se tornarem celebridades fazendo nada mais do que ‘dancinhas’ em frente do celular, como também transforma o engajamento digital em retorno financeiro. Evidente que o jornalismo não se encaixa nessa categoria de entretenimento, mas as possibilidades de alcance e fonte de renda presentes na rede social oferecem ao jornalista a oportunidade de trabalhar e construir carreira apenas com um celular e uma conexão à internet.

Sem contar que a própria linguagem e formato da aplicação requerem uma nova forma de comunicar uma notícia ou fato. Jornais históricos como *Le Monde* (586. 9 mil seguidores; 7.1 milhões de curtidas) e *The Washington Post* (1.4 Milhões de seguidores; 58.4 Milhões de curtidas) exploram uma linguagem jornalística adaptada a esse meio de comunicação digital. Com uso de gifs, materiais de papelaria, edições rápidas, no caso do *Le Monde*, e encenações humorísticas e uso de personagens, no caso do *The Washington Post*, as duas grandes empresas de comunicação já ocupam esse espaço na internet.

Talvez um único profissional de jornalismo não alcance o mesmo número de seguidores que o *Le Monde* e *The Washington Post*, mas somente o fato de um jornalista independente ocupar gratuitamente o mesmo espaço que jornais mundiais já é significativo. Ademais, casos como o de Charli D’Amelio demonstram que o *TikTok* não requer muita estrutura nos vídeos dos usuários. Com uma comunicação de nicho, convergência das técnicas jornalísticas com a linguagem da rede social, um celular e uma conexão com a internet, é possível construir um informativo no *TikTok*.

### **2.2.1. Jornalismo no *TikTok***

Alguns jornais perceberam a oportunidade de se ocupar uma rede social que, até então, era pouco comentada, mas possuía grande potencial. Foi o caso do *The Washington Post*, que contratou,

---

<sup>4</sup> Dados disponíveis em <https://www.forbes.com/sites/abrambrown/2022/01/07/top-earning-tiktokers-charli-dixie-damelio-addison-rae-bella-poarch-josh-richards/?sh=200a119d3afa>

em 2019, o produtor de vídeos e escritor Dave Jorgenson para criar uma conta no *TikTok*. Utilizando uma linguagem cômica, o produtor de vídeo passou a ser a “cara do jornal” na rede social.

Nota-se nos vídeos produzidos por Dave Jorgenson que o objetivo não é atrair o público para o site ou outro meio de comunicação do jornal. Cada vídeo possui caráter informativo completo por si só. Com encenação de personagens, músicas, efeitos sonoros e edição dinâmica, Jorgenson apostou em vídeos cômicos para transmitir informação. A repercussão dos seus conteúdos fez sucesso e o jornal alcançou mais de 1 milhão de seguidores e 59 milhões de curtidas. O produtor de vídeo, inclusive, foi entrevistado pela FOX 5, em março de 2022, sobre como fazer sucesso no *TikTok*, e publicou o livro “*Make a TikTok Every Day*” (*Faça um TikTok Todo Dia*, em tradução livre), em 2021.

Em um dos vídeos, por exemplo, que alcançou 1,3 milhão de visualizações, para informar que a União Europeia decretou que todos os carregadores de smartphones e tablets devem ser universalmente compatíveis até 2024, Jorgenson encena três personagens. Uma pessoa que tenta carregar o celular mas não encontra nenhum carregador compatível, a *Apple*, que tenta vender o cabo por 19 dólares, e a própria União Europeia, que anuncia sua decisão. Em um diálogo entre esses três personagens, mais o acréscimo da legenda do vídeo, o público consegue se informar sobre o assunto.

Jorgenson ainda utiliza o recurso narrativo de *looping* para encerrar o vídeo e dar caráter cômico ao conteúdo. Depois de a personagem que representa a União Europeia explicar sobre a universalização dos cabos de carregadores até 2024, a primeira personagem que procurava por um carregador para o seu celular indaga sobre como ficará a situação nos Estados Unidos. A resposta informal, que pode ser traduzida para “aí complica”, confere o caráter cômico ao vídeo e faz com que a primeira personagem volte a procurar por um carregador, iniciando o *looping* do vídeo. <[https://www.tiktok.com/@washingtonpost/video/7106986004061490478?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@washingtonpost/video/7106986004061490478?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)>

Pode sim haver uma discussão se os vídeos produzidos por Dave Jorgenson conferem um valor maior ao entretenimento do que informativo, porém há de se considerar que a preocupação com a checagem está presente em seu trabalho. Ademais, a comicidade do conteúdo não diminuiu a autoridade do jornal na plataforma, pelo contrário, fez com que a conta do *The Washington Post* se tornasse um dos mais bem sucedidos, com 1.4 milhões de seguidores e 59 milhões de curtidas.

Já o *Le Monde* possui uma adaptação exemplar do conteúdo jornalístico para o *TikTok*. Edições dinâmicas, uso de objetos ilustrativos como materiais de papelaria, jogos de tabuleiros, porta-retratos, desenhos e linguagem informal. Com quase 600 mil seguidores, o *Le Monde* trata

diversos temas na rede social, desde os resultados da eleição legislativa a pautas de curiosidade, como “porque as girafas têm pescoços longos?”.

O principal a se notar nos vídeos do jornal francês é como o texto é muito bem ilustrado pelas imagens e elementos gráficos no vídeo. Em um vídeo que relata como a França extorquiu o Haiti e contribuiu no empobrecimento do país (uma ex-colônia), por exemplo, a jornalista Syrielle Mejjas usa livros de História, mapas do Haiti, ilustrações e fotos da época e um fundo de madeira antiga para distribuir os elementos, além de moedas de cobre e uma caneta tinteiro antiga para escrever.

<[https://www.tiktok.com/@lemondefr/video/7105297753596529926?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=fr](https://www.tiktok.com/@lemondefr/video/7105297753596529926?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=fr)>

O perfil do *TikTok* do *Le Monde* não é utilizado como recurso de captação de leitores para o site, apesar de o jornal contar com assinaturas. A rede social é um meio de comunicação do jornal, usado para tratar sobre temas diversos com um determinado segmento de público. Um exemplo disso é a pauta sobre uma orca que morreu no rio Sena. A matéria do site foi publicada no dia 30 de maio de 2022, e atualizada no dia seguinte, seguindo todos os critérios do texto jornalístico, com a morte do animal já no lead.

No dia 31 de maio, publicaram um vídeo sobre o assunto com a seguinte frase de abertura: “era uma vez uma orca que se perdeu no Sena”. O vídeo conta a história do mamífero e as tentativas de resgate fracassadas, por meio de desenhos ilustrativos, até o final trágico. Em nenhum momento da publicação, ou em alguma parte da legenda, foi feito um convite para acessar o site para se ter mais informações sobre o caso.

<[https://www.tiktok.com/@lemondefr/video/7103962219695623430?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=fr](https://www.tiktok.com/@lemondefr/video/7103962219695623430?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=fr)>

O também francês *Le Figaro*, ao contrário do *Le Monde*, chama o público para o site ao final do vídeo no *TikTok*. Um exemplo é a publicação do dia 9 de junho, em que a jornalista fornece o lead e mais algumas informações adicionais de três notícias do dia: uma adolescente de 13 anos morta por seu amigo, a confusão no final de uma partida da *Champions League* na França, e do tratamento com imunoterapia que ajudou 14 pacientes a se curarem do câncer. Apesar de fornecer informações suficientes para as pessoas se inteirarem das notícias, a jornalista termina dizendo algo semelhante a um “isso é tudo por hoje. Se quiserem saber mais basta entrar no site, ou ler o jornal”, em tradução livre. *Le Figaro* possui um pouco mais de 17 mil seguidores.

<[https://www.tiktok.com/@lefigarofr/video/7107314797070404870?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@lefigarofr/video/7107314797070404870?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)> .

### 3. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O produto foi pensado não a partir de um plano de comunicação ou estratégia de comunicação, mas a partir de uma ideia – e uma vontade, sobretudo – de trabalhar com uma nova linguagem dentro do jornalismo. A pesquisa de iniciação científica realizada pela estudante Yorrana Maia contribuiu com a perspectiva criar veículos de comunicação de forma independente dentro das redes sociais. A escolha do *TikTok* como meio de comunicação proveio, principalmente, pelo fator da atualidade, por ser uma rede social que começou a fazer sucesso mundial a partir de 2020, e pelo entendimento de que essa plataforma continuará hegemonicamente presente na internet. Além, claro, das vantagens que o algoritmo dessa rede social proporciona aos pequenos usuários, proporcionando um maior alcance na distribuição das postagens.

Com inspiração na origem da *Mídia Ninja* e *Jornalistas Livres* (objetos da pesquisa de iniciação científica), e em meio a um contexto político de extrema polarização e um dos processos eleitorais mais conturbados desde 1988, escolheu-se as eleições como principal assunto a ser abordado no produto. Juntou-se a isso as práticas realizadas pelos jornais *Le Monde* e *The Washington Post* no *TikTok*, além das praticadas pelos próprios usuários dentro da rede social. A posterior junção do trabalho com a estudante Franciele Nunes, no início do segundo semestre de 2022, contribuiu para a ampliação do escopo do assunto, não o limitando mais somente ao processo eleitoral em si, mas ampliando-o para a política e as suas diversas formas de discussão, seja por meio das questões relacionadas à representatividade racial e a Lei Cotas, seja por meio da apresentação de espaços culturais na cidade e a memória histórica que carregam. Assim nasceu o PolitiKês (@politikes).

O produto é composto por um assunto geral (as eleições de 2022) que, por sua vez, é dividido em temas diversos (as editorias), que podem ou não serem compostas por séries (seqüências de vídeos indexados por meio de hashtags e hiper linkagem). O informativo no *TikTok* é dividido em sete linhas editoriais: Manifestações, Meio Ambiente, Inclusão Racial, Espaços Culturais, Sobre as Eleições, Proposta dos Candidatos e Vídeos Cômicos. Cada linha editorial é composta por séries que podem ou não se relacionar com outras linhas editoriais. As séries funcionam como uma continuidade narrativa, em que diferentes vídeos – indexados por meio de hashtags, hiperlinkados nos comentários das postagens, e etiquetados no perfil – agregam informações ao tema abordado na série. Como exemplo, vemos a série da linha editorial Meio Ambiente, REDD +, composta por três vídeos que se complementam e, assim, possibilitam que o

tema possa ser abordado de uma forma mais detalhada do que apenas um vídeo de três minutos possibilitaria. Ao todo são 21 vídeos.

A parte cultural do produto se encaixou através da junção dos trabalhos de conclusão de curso da aluna Franciele Nunes e Yorrana Maia. Tal junção ocorreu logo após a aluna Franciele Nunes descobrir um gravidez inesperada, que acabou atrasando o seu projeto. Apesar do atraso, a junção dos trabalhos adicionou mais duas editorias para o produto que já estava sendo desenvolvido pela aluna Yorrana Maia, completando assim as 7 áreas de cobertura do informativo. A alteração também trouxe novas propostas para o projeto, como temas culturais e raciais, também abordados no âmbito da política. Dentro das pautas culturais foi utilizada a mesma ideia que já havia sido proposta no projeto inicial do trabalho, aproveitando fontes já ouvidas e temáticas, como uma reportagem sobre o Teatro Goiânia e o Batismo Cultural da capital.

Antes da junção, o produto anterior tinha como proposta relatar a história de três importantes espaços culturais em Goiás: o Teatro Goiânia, o Centro Cultural Martim Cererê e o Teatro Sesi. Isso seria feito no formato de longform, uma reportagem multiplataforma, com uma série de episódios disponíveis com imagens, vídeos, podcasts e textos. A ideia do projeto surgiu logo após a aluna Franciele Nunes iniciar seu primeiro estágio no Teatro Sesi e ter contato com artistas regionais, conhecendo a história e relevância desses espaços e da cultura de Goiânia. Isso despertou a vontade de construir um projeto que mostrasse ao público que todas as pessoas têm direito à cultura, seja de forma a produzi-la ou simplesmente utilizá-la. Tais espaços culturais permitem que seus usuários possam encontrar o conhecimento através de sua participação em suas rotinas. Porém, percebe-se a desvalorização e falta de reconhecimento desses locais. O Teatro Goiânia e o Centro Cultural Martim Cererê foram escolhidos em razão da relevância histórica e cultural que têm para Goiás. Já o Teatro Sesi, apesar de ser privado e novo na capital, já recebeu diversos artistas, apresentações e pessoas marcantes da cultura regional e nacional. Os esforços efetuados quanto à ideia original da longform, entretanto, não foram totalmente descartados. Ainda que as reportagens sobre o Martim Cererê e o Teatro Sesi não tenham sido finalizadas, a do Teatro Goiânia ganhou as devidas adaptações de linguagem e edição e compõe os conteúdos do trabalho agora apresentado.

### **3.2. PAUTAS**

Dentro cada uma das editoriais, foram estabelecidas pautas consoante a atualidade e pertinência em relação ao assunto do produto: as eleições de 2022. Para a editoria de Manifestações, as pautas talvez tenham sido as mais fáceis, visto que consistem apenas na cobertura dos atos, que

são políticos em sua essência. Essas pautas foram pensadas para seguir a prática dos veículos Mídia Ninja e Jornalistas Livres, que foram fundados já dentro das redes sociais a partir de coberturas de manifestações de rua. Ao todo foram pautados três vídeos – e um subsequente que, em referência à linguagem do jornal impresso, funcionou como uma correlata da matéria principal, isto é, três coberturas de manifestações políticas.

O primeiro deles, realizado pela aluna Yorrana Maia, trata-se da cobertura do ato contra o governo Bolsonaro no dia 9 de abril de 2022 e é o único em que há uma entrevista. A entrevistada é Iêda Leal, a representante do Movimento Negro Unificado em Goiás, que discursou durante a manifestação, por isso foi escolhida como fonte para o vídeo. As outras pautas referentes a essa editoria são de cobertura dos atos do dia 7 de setembro de 2022, realizados tanto pela direita - pauta feita por Yorrana Maia - quanto pela esquerda - pauta feita pela Franciele Nunes. A distribuição das pautas entre as duas alunas ocorreu unicamente por motivos de localização: para Yorrana Maia, seria mais fácil cobrir o ato que ocorreu no Parque Vaca Brava, em Goiânia, do que o de Aparecida de Goiânia, e vice-versa.

Para a editoria de Meio Ambiente, buscou-se abordar o tema de questões climáticas, visto que na ocasião o relatório do Painel Intergovernamental sobre Especialistas em Mudanças Climáticas (IPCC), que apontou um “caminho sem volta” para a humanidade, havia acabado de ser publicado, mas relacionando-o com o assunto geral do produto, política. Por isso, os três vídeos referentes ao meio ambiente tratam sobre Redução de Emissões provenientes de Desmatamento e Degradação Florestal (REDD), e o mecanismo de compensação financeira para o combate ao desmatamento. O entrevistado é o professor doutor Diego Tarley, que possui pesquisas na área de climatologia. Todos os vídeos foram realizados pela aluna Yorrana Maia.

Consoante o desenrolar das eleições de 2022, viu-se a necessidade de produzir conteúdos que tratassem sobre o processo eleitoral e questões referentes a ele. Desse modo, a editoria Sobre as Eleições abarca vídeos com um caráter mais explanatório sobre temas referentes às campanhas eleitorais, às convenções políticas e ao voto eletrônico.

A editoria sobre os Espaços Culturais inicia através da junção dos trabalhos de conclusão de curso das alunas Franciele Nunes e Yorrana Maia. Baseada no antigo trabalho da aluna Franciele Nunes, pautas como “A importância dos espaços culturais” e as propostas políticas para tais espaços por parte de candidatos a governador de Goiás, buscaram mostrar a história e a relevância desses locais para a construção do patrimônio histórico do Estado.

Essa editoria é dividida em duas partes. A primeira trata sobre o espaço cultural em si, o Teatro Goiânia, evidenciando sua importância histórica e cultural para a cidade. Já a segunda parte aborda o tema sobre as propostas dos candidatos em relação aos espaços culturais. Dessa forma,

trata-se de uma editoria composta por uma série de dois vídeos sobre o Teatro Goiânia e um vídeo que, apesar de estar sequencialmente relacionado com as outras matérias, é indexado também como parte da editoria Proposta dos Candidatos.

A pauta sobre o Teatro Goiânia foi dividida em dois episódios. O primeiro deles produzido pela aluna Franciele Nunes. Dentro do primeiro episódio podemos conhecer um pouco da história do Batismo Cultural de Goiânia, realizado em 1942, evento que durou 10 dias e trouxe como marco a inauguração simbólica da capital, com a entrega de obras como a do próprio Teatro Goiânia. O segundo episódio, produzido pela aluna Yorrana Maia, mostra ao público o papel simbólico do Teatro Goiânia para a capital. As pautas foram divididas, pois a aluna Franciele Nunes tinha dado à luz recentemente. A fonte selecionada pela aluna Franciele Nunes para os dois vídeos foi o atual coordenador do Teatro Goiânia, Josemar Callefi.

Em continuidade à série cultural, a pauta sobre as propostas políticas para os espaços culturais, também produzida pela aluna Franciele Nunes, aproveitou o período de eleições para analisar quais candidatos a governador de Goiás teriam promessas voltadas para a melhoria e valorização desses locais. Para a elaboração das pautas, utilizou-se como fontes os planos de governo disponibilizados pelos candidatos.

Já a editoria sobre Inclusão Racial foi dividida em três vídeos: o que é lei de cotas; quem usa lei de cotas; entrevista e representatividade negra nas eleições. Em decorrência da gravidez da aluna Franciele Nunes e de sua indisponibilidade de realizar as atividades, apenas a entrevista com a primeira estudante Dara Camargo e o vídeo sobre a representatividade negra nas eleições foram gravados pela estudante.

O primeiro vídeo da editoria Inclusão Racial introduz a série sobre Lei de Cotas. A pauta foi pensada apenas para contextualizar sobre o assunto, fornecendo as informações pertinentes sobre o que é a lei e por que ela deve ser revisada. O material foi idealizado para ser uma espécie de chamada para a produção subsequente: a entrevista com os estudantes. Por isso, não há fontes entrevistadas e ao final foi feito o convite “assista ao próximo vídeo”. O tema da série foi escolhido por três motivos: o primeiro, devido à atualidade, consoante a necessidade de revisar a lei ainda em 2022; o segundo, referente à pouca presença do assunto sobre cotas e inclusão racial nos debates, nas sabatinas e nas campanhas eleitorais; e por fim, devido à inclusão da estudante Franciele Nunes, que possui lugar de fala para tratar sobre o tema.

A segunda parte da série sobre Lei de Cotas traz depoimentos de três jovens universitários: Dara Camargo, estudante de Letras da Universidade Federal de Goiás (UFG) e cotista; Layla Rubia, estudante de Educação Física da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GO) e beneficiária do ProUni e Lei de Cotas; e Ilan Alves, estudante de Educação Física da PUC-GO e

beneficiário do ProUni. A pauta foi feita com o intuito de humanizar o tema que frequentemente aparece na mídia mais tradicional por meio de números e porcentagens, dando prioridade à imagem e voz dos próprios estudantes.

Dando sequência à editoria de Inclusão Racial, foi pautado o tema sobre representatividade negra nas eleições. Apesar de não estar diretamente ligado à série sobre a Lei de Cotas, o vídeo abrange o tema de inclusão racial para os espaços políticos. Produzida pela aluna Franciele Nunes, a pauta sobre representatividade negra nas eleições teve um significado importante, uma vez que trata de questões referentes ao racismo, o que impacta diretamente a estudante, uma mulher preta que sabe das dificuldades impostas por uma sociedade racista como é a brasileira, algo que também fere sua história e sua ancestralidade. Desse modo, aproveitando o ano eleitoral, a pauta trouxe como fonte somente pesquisas em sites voltados para o noticiário, como o *Poder 360*, que acompanhou e ressaltou todos os candidatos negros dessas eleições.

Dialogando com a abordagem anterior, a pauta “Trajetória até a universidade” tem como intuito acompanhar o dia a dia de uma estudante negra, bolsista e de baixa renda, a própria aluna Franciele Nunes, o que traz para o informativo um pouco de imersão jornalística na forma como trata do assunto, fazendo com que o depoimento pessoal da própria jornalista ganhe destaque. Ela se propôs a gravar sua jornada diária de sua casa até a universidade, revelando cada dificuldade do caminho. Todo produzido pela aluna Franciele Nunes, o vídeo mostrou de forma muito pessoal as dificuldades enfrentadas pela estudante. O vídeo teve como fonte a própria aluna e foi inspirado na série de conteúdos para o *TikTok* da influencer Maria Nogueira Lima, estudante que relata seu cotidiano na universidade.

A editoria Proposta dos Candidatos é dividida entre uma série, referente à área de segurança pública, e um vídeo que, por tratar sobre a área de cultura, possui o tema relacionado com as demais produções da editoria de Espaços Culturais. A série sobre segurança pública, produzida pela estudante Yorrana Maia, foi pensada a partir da prática comum no *TikTok* de comentar notícias ou entrevistas realizadas por terceiros. Geralmente, um usuário realiza o *upload* da foto de uma matéria para o efeito do fundo verde, fornecido pela rede social, e comenta a matéria com sua imagem na frente, ou ‘costura’ – um recurso do *TikTok* que consiste em mostrar o início do vídeo de outros usuários no seu próprio conteúdo – e realiza os comentários posteriormente.

O formato apresentado neste produto, entretanto, se difere do usual na rede social, por trazer uma produção mais elaborada do que comentar matérias em fundo verde. A pauta sobre propostas para combater a violência policial no Estado de Goiás foi, de fato, levantada a partir das sabatinas realizadas pelo jornal *O Popular* e *Rádio CBN* com os postulantes ao Palácio das Esmeraldas, em 2022,, mas buscou-se o objetivo de contextualizar o tema, ao invés de apenas realizar comentários

sobre o material produzido por terceiros. Desse modo, o primeiro vídeo traz um contexto maior, com trecho de um filme francês, dados sobre o Anuário de Segurança Pública e exemplo de um caso recente de violência policial. O segundo vídeo encerra a sequência com as propostas dos candidatos não apresentadas no primeiro vídeo, além de um esclarecimento sobre a produção ser apenas um resumo das entrevistas e dos planos de governo.

Por fim, a última editoria do informativo no *TikTok*, Vídeos Cômicos, é composta de apenas uma produção que traz justamente o caráter que o nome dessa parte evidencia. A ideia de fazer um vídeo cômico com caráter informativo surgiu a partir de referências aos vídeos produzidos pelo jornal norte-americano *The Washington Post*. A pauta refere-se às vaias que o então candidato ao governo Ronaldo Caiado recebeu durante discurso para o público do agronegócio.

A abordagem presente no vídeo é baseada em uma coincidência entre os acontecimentos com o governador, a carreata realizada pelo então presidente e candidato à reeleição Jair Bolsonaro, e a venda dos ingressos para o show da banda de rock Guns N' Roses, em Goiânia. Pode-se dizer que foi um dia agitado nas redações de jornais locais, e a estudante de jornalismo Yorrana Maia – que realizava, na ocasião, estágio obrigatório no *O Popular* – buscou unir os três temas noticiados pela mídia em um único vídeo, proporcionando assim uma abordagem diferente daquela transmitida nos meios de comunicação.

## 3.2. DESCRIÇÃO DOS VÍDEOS

### 1- Manifestações

#### Manifestação do dia 9 de abril



O vídeo das manifestações contra o governo Bolsonaro, realizadas em 9 de abril de 2022, possui influência das coberturas de protestos feitos pela Mídia Ninja e Jornalistas Livres. Com apenas um celular e um microfone de lapela nas mãos, a intenção era retratar o protesto civil de uma perspectiva mais próxima possível dos manifestantes, inclusive participando ativamente do ato e interagindo com os integrantes da União Estadual dos Estudantes (UEE) e União da Juventude Socialistas (UJS), entidades nas quais uma das autoras do trabalho, Yorrana Maia, atuou entre 2021 e início de 2022.

A edição do material, contudo, seguiu uma linha um pouco diferente das redes de comunicação independentes, procurando unir o formato jornalístico padrão (que responde às

perguntas clássicas do lead, quais sejam, o que? quem? quando? onde? por que? como?) com a linguagem dinâmica das redes sociais. Houve uma preocupação com a entrega da informação para além das imagens, por isso há na narração a informação sobre a ocorrência de atos em diferentes cidades do País e quais eram as pautas reivindicadas pelos manifestantes naquele dia. A entrevista com Ieda Leal, representante do Movimento Negro em Goiás, foi uma produção feita no local – sem acordo prévio ou agendamento – por ter-se entendido necessário trazer uma fonte legítima sobre o tema abordado para a pauta. Além disso, foram utilizadas imagens feitas de cima do carro de som para mostrar a quantidade de pessoas presentes no ato.

Quanto aos detalhes mais técnicos da gravação e edição, as transições entre imagens foram feitas intencionalmente para simular o movimento de uma câmera, para trazer uma dinamicidade ao vídeo; a única música de fundo utilizada aparece durante as perguntas, quando não há off, para alternar com a narração e impedir que haja um silêncio durante o vídeo. A música escolhida é um trecho retirado de um vídeo de manifestação da União Nacional dos Estudantes, para ambientar a produção com tambores, comumente presentes em manifestações – incluindo a retratada na reportagem. A fonte gráfica utilizada (Larkan) foi escolhida para ser padrão em todos os vídeos. O roteiro e edição foram feitos pela aluna Yorrana Maia, e a captação de imagens contou com a ajuda voluntária da estudante de Direção de Artes da Universidade Federal de Goiás, Maria Clara Cabral.

Pensando-se em questões de indexação e distribuição do conteúdo por meio de hashtags, optou-se por termos que apontem a localidade, ‘#Goiânia’, o assunto do vídeo e da entrevistada, ‘#manifestações’ ‘#protesto’ e ‘#movimentonegro’, o posicionamento político do vídeo para alcançar um nicho específico que é mais provável de interagir com a publicação, ‘#elenão’, e o assunto geral do produto, as eleições de 2022. Quanto à legenda da publicação, buscou-se ser o mais breve e objetivo possível devido à falta de espaço que a plataforma dá às legendas dos vídeos.

*Legenda: Manifestantes ocupam Praça do Trabalhador, em Goiânia, para protestar contra o governo Bolsonaro, no dia 9 de abril*

*#Goiânia #manifestações #protesto #movimentonegro #elenão #eleições*

### Vídeo de recortes



Por volta de maio e junho, aproximadamente, um vídeo em que uma menina apresenta as fotos como se fossem colagens sobrepostas viralizou no *TikTok*. Logo em seguida, vídeos que mostravam fotos como recortes sobrepondo uma à outra viraram tendência na rede social. A ideia do vídeo, portanto, é justamente

alinhar o informativo com a linguagem estabelecida pelos próprios usuários dentro da rede social.

Para se fazer os recortes foi preciso cumprir algumas etapas. Primeiro, selecionou-se as fotos que seriam utilizadas (7 no total). Todas tiveram que ser recortadas para se enquadrarem no mesmo formato 9:16 (padrão do *TikTok*), e então foram transferidas para o Canva, onde se retirou o fundo das imagens. No início, buscou-se realizar a remoção do fundo por meio de aplicativos e sites gratuitos, mas o resultado não se mostrou satisfatório, por isso a versão paga do Canva foi utilizada.

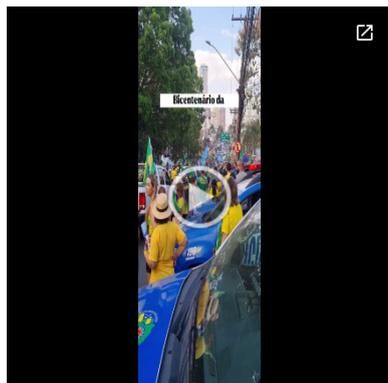
As fotos recortadas foram salvas como PNG e transferidas para o aplicativo de edição de vídeo (durante todo o trabalho de conclusão de curso, o CapCut, um app gratuito, foi o único utilizado para editar os vídeos). No editor de vídeo, foi preciso fazer o upload tanto da foto PNG (sem o fundo branco), quanto da foto original, e posicioná-las de forma que uma sucedesse a outra. Realizado o posicionamento das imagens, escolheu-se uma música no banco de áudio do próprio editor de vídeo que combinasse tanto com a transição das imagens quanto com o assunto retratado (manifestação). As batidas presentes na música escolhida parecem ter se adequado a esses quesitos. O roteiro e edição foram feitos pela aluna Yorrana Maia, e a captação de imagens contou com a ajuda voluntária da estudante de Direção de Artes da Universidade Federal de Goiás, Maria Clara Cabral.

Para a legenda, o termo “literal” seguido de um ponto de interrogação foi usado como uma brincadeira pelo fato haver apenas recortes de foto que retratam uma parte da manifestação que ocorreu no dia 9 de abril em Goiânia (um recorte, portanto). Como recurso de indexação de distribuição por meio de hashtag foram usadas palavras para a localidade e assunto retratados (#Goiânia, #manifestações, e #protesto), para o posicionamento político e enquadramento de público (#elenão), para mostrar que o vídeo foi feito por causa da tendência do momento (#trend), e para sinalizar o assunto geral do produto nas eleições de 2022.

*Legenda: Um recorte (literal?) do ato na Praça do Trabalhador, em Goiânia, no dia 9 de abril.*

*#Goiânia #manifestações #protesto #elenão #trend #PolitiKês*

### Manifestação pró-bolsonaro do dia 7 de setembro de 2022



Assim como o primeiro vídeo sobre manifestações, este representa uma união entre as práticas dos veículos independentes, como Mídia Ninja e Jornalistas Livres, com a prática de empresas da área consideradas tradicionais. Isso consiste, basicamente, no fato de noticiar a manifestação entre os participantes do ato, mas não se limitar somente a ela, trazendo informações adicionais ao que está relatando.

Todas as fotos e os vídeos do ato realizado em Goiânia são oriundos do trabalho da estudante Yorrana Maia, que foi até a manifestação pró-Bolsonaro e captou as imagens por meio de uma câmera profissional e um celular. As informações adicionais sobre a manifestação em Brasília tentam contextualizar a manifestação, para não transmitir a falsa informação de que se tratou de um ato isolado.

No entanto, o vídeo não é totalmente excludente de passionalidade. Além de ressaltar que havia manifestantes contrários ao Supremo Tribunal Federal e bajuladores das Forças Armadas, o vídeo traz uma entonação satírica ao enfatizar a frase do candidato à reeleição Jair Bolsonaro por meio dos termos “pouco usuais” para um Presidente da República, como a palavra “imbrochável”.

Roteiro, produção, gravação e edição foram realizados pela estudante Yorrana Maia. A legenda apenas explicita os fatos narrados no vídeo e a indexação é feita por meio das hashtags “#eleições2022”, “#goiânia”, “#PolitiKês” “#manifestações” e “#protesto”.

*Legenda: Manifestantes pró-bolsonaro se reúnem no Parque Vaca Brava, em Goiânia, no dia 7 de setembro*

*#eleições2022 #goiânia #PolitiKês #manifestações #protesto*

### Manifestação do Grito dos Excluídos



O conteúdo sobre o Grito dos Excluídos traz um vídeo informativo com imagens em movimento para ilustrar a manifestação contra o governo de Jair Bolsonaro. Para tal, foram utilizados materiais capturados pessoalmente pela estudante Franciele Nunes no local da concentração, em Aparecida de Goiânia. Ademais, também foi empregada uma música de fundo e narração. No início da gravação podemos observar os manifestantes caminhando pelas ruas do Setor Independência Mansões e também podemos ouvir gritos em conjunto. Tal ação foi utilizada do modo como foi para trazer ao público o sentimento de emoção política e realidade ao assistir o registro.

Roteiro, produção, edição e imagens foram realizados pela aluna Franciele Nunes. Para chegar a esse resultado, ela esteve presente no dia 7 de Setembro de 2022 no local do protesto para cobrir toda concentração, captando imagens e narrando em texto o que presenciou. Em seguida, utilizou-se o CapCut para editar o vídeo e acrescentar a música de fundo e narração.

Quanto à legenda buscou-se apenas explicitar o tema abordado no vídeo. A indexação na rede social é feita por meio das hashtags específicas para a independência do Brasil #7deSetembro, #eleições2022, #gritodosexcluidos e #PolitiKês

*Legenda: 7 de setembro é marcado pela manifestação “Grito dos excluídos”*

*#7deSetembro, #eleições2022, #gritodosexcluidos #protesto #manifestações #aparecidadegoiania #PolitiKês*

### Vídeo com fotos em carrossel

Por volta do fim de outubro e início de novembro de 2022, o *TikTok* adicionou uma nova possibilidade de compartilhar fotos e vídeos em sua plataforma: o carrossel. O formato logo fez sucesso entre os usuários, e publicações desse gênero se tornaram comuns na “for you” (aba em que o algoritmo da rede social sugere vídeos ao usuário).

Com o intuito de se adequar à linguagem da rede social e as tendências ditadas pelos usuários da plataforma, utilizou-se algumas fotos captadas durante a manifestação bolsonarista do dia 7 de setembro para fazer uma publicação em formato de carrossel. Entretanto, a música escolhida ‘Apesar de Você’, do Chico Buarque, segue a linha editorial de posicionamento contrário ao governo de Jair Bolsonaro.

Apesar desse posicionamento no PolitiKês não ser tão explícito como em veículos como a Mídia Ninja e Jornalistas Livres, alguns termos e imagens empregados em alguns vídeos foram selecionados com esse intuito. Desse modo, por ser sequência de fotos de manifestantes bolsonaristas, escolheu-se uma música que faz parte da história de resistência à ditadura militar, e que atualmente é utilizada por movimentos sociais de esquerda, para deixar claro que o vídeo não se trata de uma homenagem aos defensores do bolsonarismo.

As imagens foram captadas pela aluna Yorrana Maia, que também realizou a publicação em formato de carrossel. A legenda apenas traz esclarecimentos sobre do que se tratam as fotografias e traz no início um link para o vídeo que dá mais informações sobre a manifestação do dia 7 de setembro. As hashtags utilizadas são #protesto, #manifestações, #eleições2022, #PolitiKês.

## **2- Meio ambiente**

### REDD+ parte 1



Com inspiração na prática do jornal francês *Le Monde* dentro da rede social, buscou-se neste vídeo agregar diferentes recursos

audiovisuais (como stop motion, gifs, efeitos visuais e bg) para dar dinamismo e aproximar um assunto sério como o REDD+ e a preservação das florestas para a linguagem do *TikTok*.

A gravação no parque teve o objetivo de ambientar a passagem com o assunto abordado e mudar o cenário do vídeo. O roteiro e edição foram feitos pela aluna Yorrana Maia, e as gravações contaram com a ajuda voluntária da estudante de Direção de Artes da Universidade Federal de Goiás, Maria Clara Cabral.

O vídeo é introdutório da série sobre o meio ambiente, que pretende mostrar como o aumento do desmatamento na Amazônia durante o governo Bolsonaro provocou consequências nacionais e internacionais. Devido ao limite de tempo imposto pelo suporte da rede social, que permite vídeos de até 3 minutos, a série foi dividida em três partes. Seguindo a linha editorial do informativo sobre as eleições de 2022, a série traz as críticas do professor Diego Tarley sobre a gestão dos atuais governantes e como os próximos eleitos devem tratar a questão.

Quanto à legenda do vídeo e às hashtags utilizadas, buscou-se manter objetividade sobre o assunto tratado com o emprego do verbo call-to-action “entenda” e uma construção de frase que desperte interesse no usuário. As hashtag foram escolhidas para serem usadas em toda a série do REDD+ (#MeioAmbiente #REDD+ #PolíticaAmbiental, #eleições2022 e #PolitiKês). Já nos comentários, é possível acessar diretamente o segundo vídeo da série sobre REDD+ por meio de hiper linkagem.

*Legenda: Entenda o que é REDD+ e por que países europeus não gostam da política ambiental do governo Bolsonaro. Parte 1*

*#meioambiente #REDD+ #políticaambiental #eleições2022 #PolitiKês*

### REDD+ parte 2



Continuando o assunto introduzido no primeiro vídeo, a parte dois da série sobre meio ambiente apresenta a entrevista com o professor da Universidade Federal de Goiás Diego Tarley. O vídeo utiliza a mesma música como bg e imagens para retratar os assuntos tratados pelo entrevistado.

Durante a explanação do entrevistado, optou-se por não utilizar uma música de fundo para não interferir no entendimento da fala. Para haver um intervalo entre diferentes falas, as perguntas aparecem escritas diante de um fundo que representa a natureza.

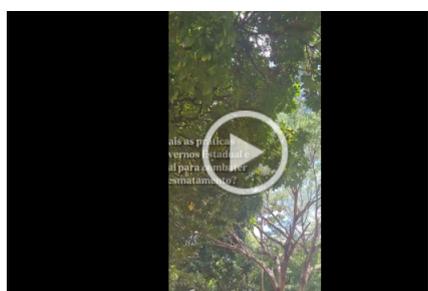
O roteiro e edição foram feitos pela aluna Yorrana Maia, e as gravações contaram com a ajuda voluntária da estudante de Direção de Artes da Universidade Federal de Goiás, Maria Clara

Cabral. A legenda mantém o assunto apresentado no primeiro vídeo, para manter a continuidade na série, mas é modificada para sinalizar que nesse vídeo há uma entrevista. As hashtags utilizadas foram as mesmas do primeiro vídeo.

*Legenda: Entenda o que é REDD+ e veja as consequências do desmatamento no Brasil, de acordo com especialista. Parte 2*

*#MeioAmbiente #REDD+ #PolíticaAmbiental #eleições2022 #PolitiKês*

### REDD+ parte 3



A parte final da série sobre o meio ambiente traz somente perguntas e respostas do entrevistado. O vídeo encerra o assunto tratado nos últimos dois vídeos por meio da fala do especialista entrevistado com uma previsão sobre o que esperar caso o desmatamento continue. A música foi utilizada somente durante as perguntas, para não interferir na fala do entrevistado. O roteiro e edição foram feitos pela aluna Yorrana Maia e as gravações contaram com a ajuda voluntária da estudante de Direção de Artes da Universidade Federal de Goiás, Maria Clara Cabral.

A legenda mantém o assunto apresentado no primeiro vídeo, para manter a continuidade na série, e sinaliza as questões tratadas sobre as consequências climáticas extremas provocadas pelo desmatamento. As hashtags utilizadas foram as mesmas do primeiro vídeo. Já nos comentários, é possível acessar diretamente o terceiro vídeo da série sobre REDD+ por meio de hiper linkagem

*Legenda: Entenda o que é REDD+ e o que pode acontecer caso o desmatamento continue no Brasil. Parte 3*

*#MeioAmbiente #REDD+ #PolíticaAmbiental #eleições2022 #PolitiKês*

## **3 - Propostas dos candidatos**

### Propostas para área de segurança pública (parte 1)



A linha editorial deste vídeo destoa um pouco da apresentada dos demais. Trata-se de um tema sério que foi abordado com o mesmo tom. Das transições entre os vídeos, da não utilização de música de fundo, às roupas escolhidas (uma blusa preta de gola alta, uma

calça verde e cabelo preso), todos os elementos contidos no vídeo foram pensados para demonstrar a seriedade do assunto tratado. Contudo, a linguagem da rede social não foi ignorada.

Além do recurso de troca de ângulos de câmera – para tentar simular a quebra da quarta parede<sup>5</sup> – foram usados caracteres, sobreposição de imagens e vídeos, animações nas fotos e transições, com o objetivo de manter o dinamismo apresentando nos outros vídeos do produto. O roteiro, edição e gravação foram feitos pela aluna Yorrana Maia.

A legenda apenas resume o tema abordado no vídeo, e as hashtags servem para hiperlinkar a série de propostas de candidatos (que também envolve a área cultural), a política em Goiás (que envolve as séries da área cultural e representatividade negra) e as eleições de 2022 (o assunto geral). O “Pt 1” indica que há uma continuação.

*Legenda: Goiás é o terceiro Estado com a maior taxa de mortalidade por confrontos policiais. Veja o que os candidatos ao governos pensam sobre isso. Pt 1*

*#propostadoscandidatos #goiás #políticaspúblicas #eleições2022 #PolitiKês*

### Propostas para área de segurança pública (parte 2)



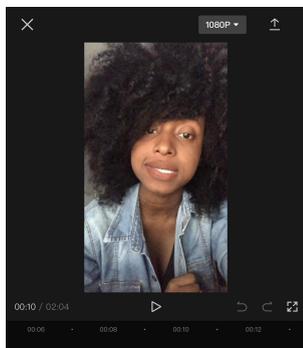
Assim como o primeiro, esse vídeo buscou seguir uma linha editorial mais séria devido ao assunto abordado. As transições entre os vídeos são mais simples, e se optou pela não utilização de música de fundo. Imagens dos candidatos, dos planos de governo e vídeo da sabatina do jornal *O Popular* e rádio *CBN Goiânia* também foram utilizados. O roteiro, edição e gravação foram feitos pela aluna Yorrana Maia.

A legenda apenas resume o tema abordado no vídeo, e as hashtag servem para hiperlinkar a série de propostas de candidatos (que também envolve a área cultural), a política em Goiás (que envolve as séries da área cultural e representatividade negra) e as eleições de 2022 (o assunto geral). A hiper linkagem deste vídeo com o primeiro na série é feita por meio da legenda, que apresenta o vídeo como “respondendo a politikes”. Ao clicar no nome ‘politikes’, o usuário é direcionado ao primeiro vídeo da série.

<sup>5</sup> O termo ‘quarta parede’ é empregado principalmente na dramaturgia, referindo-se a uma técnica de interpretação que não limita a representação cênica ao palco e atores, fazendo com que o público seja também participante. A técnica foi empregada originalmente pelo dramaturgo alemão Bertold Brecht. De acordo com o texto ‘A ubiquidade do Teatro: um diálogo entre Peirce e Brecht’, presente na obra *Pragmatismo, filosofia da mente e filosofia da neurociência* (ARAÚJO ... [et al.], 2017, p.128), Brecht apresenta um contraponto ao teatro dramático da época, cujo foco era no indivíduo e na introspecção psicológica, apresentando “um novo teatro que revela e realça a coletividade” (ARAÚJO ... [et al.], 2017, p. 128). O Teatro Épico de Brecht ficou conhecido por resgatar o diálogo com o público, retirando-o da passividade, apresentar posturas críticas à sociedade, e desenvolver uma “complexa arquitetura dramaturgica da cena” (ARAÚJO ... [et al.], 2017, p.129). No cinema contemporâneo, a quebra da quarta parede é um recurso utilizado pela atriz, escritora e roteirista inglesa Phoebe Waller-Bridge, criadora e estrela da série ‘Fleabag’.

*Legenda: Veja as propostas dos candidatos ao governo de Goiás para a área de segurança pública.  
Pt 2 #propostadoscandidatos #goiás #políticaspúblicas #eleições2022\*#PolitiKês\**

### Propostas para a área de cultura



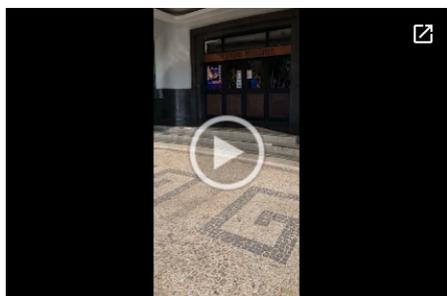
Voltado para pauta cultural, este vídeo tem como objetivo mostrar para o público alguns candidatos ao governo de Goiás nas eleições de 2022 que adicionaram em seus respectivos planos de governo propostas de melhorias e desenvolvimento nos espaços culturais públicos e privados. Para a criação do vídeo foi utilizada uma linguagem objetiva e direta, como se fosse uma troca de conversa entre duas pessoas, recurso muito comum em redes sociais, tais como o *TikTok*. Para complementar, foram utilizadas imagens do site do Senado Federal das quais selecionamos para o conteúdo apenas três imagens de candidatos a governador que traziam propostas pertinentes para os espaços culturais. Na edição, a transição de proximidade e jogo de câmera sem música de fundo foram recursos empregados, dando mais dinamismo ao material jornalístico.

Este vídeo faz parte da série sobre os espaços culturais, quando também dá-se a junção entre os temas dos trabalhos de conclusão de curso das alunas Franciele Nunes e Yorrana Maia.

Roteiro, produção, gravação e edição foram realizados pela estudante Franciele Nunes. A legenda traz um questionamento se há propostas para os espaços culturais. Nos comentários, é possível acessar o segundo vídeo da série por meio de hiperlinks. A indexação é feita por meio das hashtags “#eleições2022” #cultura #espaçosculturais e #PolitiKês

## **4- Espaços Culturais**

### Teatro Goiânia e Batismo Cultural (parte 1)



Com inspiração nos conteúdos produzidos pelo jornal *Le Monde* no *TikTok*, este vídeo sobre o Teatro Goiânia e sua história procurou não só trazer dinamicidade, como também proximidade com o usuário da rede social. É interessante pensar que no *TikTok*, pelo fato de ser uma rede social e as publicações serem vistas sobretudo pela tela do celular (mais próximas do rosto), trazem uma sensação maior de proximidade do que as produções audiovisuais de telejornais, por exemplo.

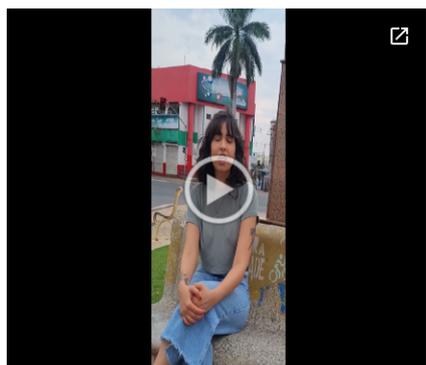
O uso do primeiro para iniciar o vídeo com a virada da cabeça, como se estivesse falando com alguém parado ao lado, buscou trazer essa sensação de proximidade e atrair a atenção do usuário. Já havia um roteiro pré-estabelecido para a gravação (que foi realizada em dois dias), e uma ideia inicial do posicionamento e espaços que seriam utilizados para as filmagens. Contudo, foram feitas algumas improvisações no local devido à movimentação dos funcionários dentro do teatro.

A edição foi utilizada para trazer dinamicidade ao vídeo, com utilização de transições mais evidentes, animações de textos, jogo de câmera e utilização de fotos de arquivos. Como o tema tratado no vídeo é voltado para a cultura, optou-se por utilizar também uma música de fundo.

Pensou-se nesse vídeo como a introdução da série sobre espaços culturais que informam as propostas dos candidatos para valorizar esses espaços. Aqui começa a junção entre os temas dos trabalhos de conclusão de curso das alunas Franciele Nunes e Yorrana Maia. O roteiro, gravação e edição deste vídeo foram feitos por Yorrana Maia. A entrevista realizada no dia da gravação – e utilizada no segundo vídeo da série – e as passagens foram feitas pela Franciele Nunes.

Por se tratar apenas de um vídeo introdutório, a legenda apenas instiga o usuário a ver o vídeo para compreender o assunto, e as hashtags utilizadas não remetem às eleições de 2022. A indexação do vídeo é feita por meio das hashtags que são utilizadas ao longo da série: #cultura #espaçocultural #goiânia #teatrogoiânia #PolitiKês. *Legenda: O Teatro Goiânia é mais importante do que você imagina #cultura #espaçocultural #goiânia*

### Teatro Goiânia e Batismo Cultural (parte 2)



Este vídeo é o resultado de uma correção de uma produção anterior, em que se percebeu uma certa incongruência em relação aos demais vídeos do produto devido à qualidade da sonora coletada. Por sua fala mais calma e um tanto alongada, foi preciso ocupar vários minutos do vídeo para o entrevistado. O resultado não ficou satisfatório por fugir da dinamicidade apresentada nas demais produções e da própria ideia do produto de alinhar a linguagem do jornalismo com a linguagem da rede social. Desse modo, um novo vídeo foi feito (este apresentado), com passagens gravadas no Teatro Goiânia alguns dias após a entrevista.

A ideia, portanto, consiste em diminuir o tempo de fala do entrevistado, limitando-o a alguns pontos importantes e completando a informação por meio de passagens no local. Aproveitou-se, contudo, algumas imagens realizadas para o vídeo anterior, como a lateral e interior do prédio, além da própria entrevista.

A alternância de câmera para simular uma quebra de quarta parede também foi empregada durante as gravações das passagens. Recorreu-se, também, a efeitos sonoros durante algumas transições para acentuar as mudanças de imagens e trazer ainda mais dinamicidade à produção. Neste vídeo, ao contrário do primeiro da série cultural, optou-se pela não utilização de música de fundo, devido às alternâncias presentes entre sonoras e passagens (por isso, os efeitos sonoros pareceram mais apropriados).

Durante a apresentação do entrevistado, recorreu-se a uma linguagem característica do documentário: utilizar uma imagem da pessoa em silêncio com um áudio dela própria se apresentando. A intenção do produto, de certo modo, consiste em mostrar que, apesar de se tratar de uma rede social com limites técnicos, é possível utilizar diferentes recursos linguísticos, audiovisuais e estilísticos para se construir uma narrativa apropriada ao meio.

Vale ressaltar que a qualidade do áudio neste vídeo está um pouco insatisfatória devido aos ruídos presentes na rua naquele momento. Para gravar a uma certa distância e poder alterar a posição da câmera, optou-se pela não utilização do microfone lapela, e com isso, os ruídos captados na gravação precisaram ser removidos automaticamente pelo editor de vídeo (o que não garante uma grande qualidade, mas ameniza o fator).

O roteiro do primeiro vídeo foi feito pela aluna Franciele Nunes, e as gravações e edição por Yorrana Maia. Já o segundo vídeo (apresentado), contou com roteirização e edição de Yorrana Maia e gravação voluntária da estudante de Direção de Artes da Universidade Federal de Goiás, Maria Clara Cabral.

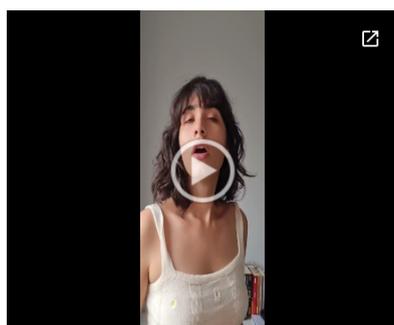
Para a legenda, buscou-se ser mais objetivo possível e as informações empregadas nesse espaço ajudam na indexação do vídeo na série dedicada à cultura, que abrange espaços culturais e proposta de candidatos sobre esses espaços.

*Legenda: O Teatro Goiânia tem mais valor do que você imagina.*

*#cultura #espaçocultural #goiânia #teatrogoiânia #PolitiKês*

## **5- Inclusão Racial**

### Vídeo introdutório sobre Lei de Cotas



Com o intuito de introduzir a série sobre inclusão racial, este vídeo aborda o tema sobre a Lei de Cotas, que é complementado com os depoimentos dos estudantes no próximo vídeo. A abordagem é objetiva, apenas com os aspectos mais pertinentes sobre o tema, e acontecimentos recentes, como a celebração dos 10 anos da existência da política afirmativa no Congresso Nacional.

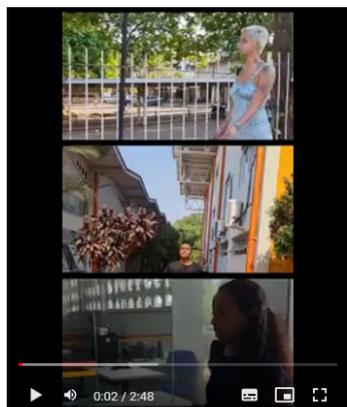
Nesta produção, por se tratar de um tema que não requer formalidade na linguagem, buscou-se elementos que combinassem com os assuntos escolaridade, ensino e estudantes. Por isso, utilizou-se a imagem de uma folha de caderno como fundo de alguns vídeos, selecionou-se fontes que representassem a escrita (cursiva e de forma), cores vibrantes como amarelo, laranja, azul e vermelho, e elementos gráficos como marca-texto e pedaços de papéis para acrescentar como detalhes. Durante as ilustrações sobre o funcionamento da Lei de Cotas - que foram feitas no Canva e editadas no CapCut -, recorreu-se a um efeito sonoro que simulasse uma escrita no papel.

O roteiro, gravação e edição foram feitos pela estudante Yorrana Maia. A legenda traz a pergunta expressa no início do vídeo, para ressaltar o assunto da postagem. Por fim, na indexação foram escolhidas hashtags introdutórias da série para serem utilizadas em todos os outros vídeos relacionados, por isso o caráter mais abrangente.

*Legenda: Você sabe o que é a Lei de cotas?*

*#leidecotas #cotas #inclusãoracial #PolitiKês*

#### Vídeo sobre entrevista com estudantes



Este vídeo traz três entrevistas de estudantes beneficiados pela Lei de Cotas ou Prouni para compor a série sobre inclusão racial. A primeira entrevista, com a estudante da Universidade Federal de Goiás, foi realizada na Praça Universitária por Franciele Nunes e Yorrana Maia, já as demais foram feitas no Campus II da Pontifícia Universidade Católica de Goiás por Yorrana Maia.

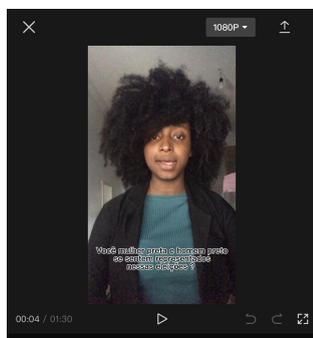
Com roteiro produzido por Franciele Nunes, o vídeo objetiva retratar apenas os depoimentos dos entrevistados, por isso não há uso de passagens ou narração que não sejam pelas vozes deles. O único fato que destoava desse objetivo é a enunciação de algumas perguntas pela entrevistadora (Yorrana Maia). Isso é decorrente de uma decisão realizada durante a edição do material (feita pela aluna Yorrana Maia). Diferente dos vídeos em que aparece a entrevista de Ieda Leal e Diego Tarley, em que as perguntas apresentadas em caracteres diante de um fundo diferente auxiliam na construção da narrativa desejada, neste a própria alternância entre as falas dos três entrevistados foi utilizada como uma ferramenta narrativa. Portanto, optou-se por deixar, em algumas partes, a enunciação da pergunta feita pela voz da entrevistadora para melhor entendimento do público.

A legenda segue o padrão de objetividade elencado nos demais vídeos do produto. Já a indexação do vídeo ocorre pelas hashtags escolhidas para a série de inclusão racial.

*Legenda: Estudantes beneficiários da Lei de Cotas e ProUni falam sobre inclusão racial e financeira na educação*

*#leidecotas #cotas #inclusãoracial #PolitiKês*

### Vídeo sobre representatividade negra nas eleições



Dando continuidade à junção dos trabalhos e a série “Lei de cotas”, este vídeo trouxe uma pauta de extrema importância nas eleições de 2022: a luta constante em prol da igualdade racial. Desse modo, o vídeo tratou de um assunto sério de uma forma sutil. Foi utilizado no produto frases de impacto e questionamentos. Tais frases vêm destacadas na legenda para explicitar o tema abordado. Para complementar o vídeo, foram selecionadas imagens do site do Congresso Nacional de alguns candidatos negros mencionados na matéria. Ademais, também foram empregados efeitos de transições e jogo de câmera na edição do conteúdo.

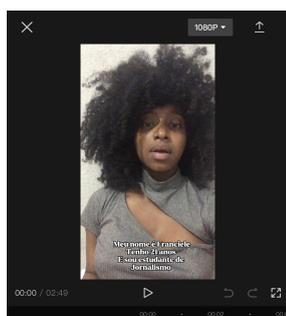
Houve também a decisão de ressaltar o cabelo e a roupa da aluna Franciele Nunes, dando maior representatividade e relevância ao tema abordado e mostrando que a repórter tem lugar de fala para tratar da questão e prima pela identidade que deve permear o debate. Roteiro, produção e edição foram realizados pela aluna Franciele Nunes. Utilizou-se o CapCut para editar o vídeo e acrescentar as imagens, legendas de destaques e narração. A legenda questiona e aborda o tema principal do vídeo. A indexação é feita por meio das hashtags política e de representativa.

*#eleições2022” #candidadosnegros #igualdaderacial.*

*Legenda: "Há Representatividade negra nas eleições?"*

*#eleições2022 #candidadosnegros #igualdaderacial*

### Vídeo sobre a trajetória da estudante Franciele Nunes até a faculdade



Inspirado na série de conteúdos da estudante e influencer Maria Nogueira Lima, este vídeo sobre a trajetória da aluna Franciele Nunes de sua casa até a universidade procurou não só mostrar todo o seu trajeto, como também revelar as dificuldades que alunos como ela enfrentam, algo que é retratado na frase inicial da matéria: “Ser estudante não é fácil, ainda mais quando você é pobre, bolsista e mora longe”.

O uso do relógio marcando o tempo durante todo o percurso foi pensado como uma forma de trazer mais impacto ao vídeo, mostrando assim a distância até o destino final e o quanto tempo leva para cumpri-lo. A edição também pensou nas transições leves, sem jogos de câmera, e gravação direta com efeitos de aceleração e narração, toda edição foi feita no Cap Cut.

Roteiro, produção, gravação e edição foram realizados pela estudante Franciele Nunes. A legenda apenas resume o tema abordado no vídeo, e as hashtags também #Faculdade #universidade #percurso

*Legenda: Meu percurso até a universidade*

#Faculdade #universidade #percurso

## 6- Sobre as eleições

### Vídeo sobre as convenções políticas



O vídeo retrata uma tentativa de realizar uma animação com recortes imagéticos para ilustrar o tema do início das campanhas eleitorais. Para tal, foram utilizados materiais de bancos de imagens e da internet, animações nos elementos e efeitos sonoros, como o som característico da confirmação do voto nas urnas eletrônicas. Ademais, também foi empregada uma música de fundo.

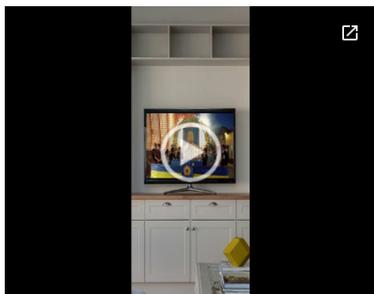
Apesar de não se tratar de uma produção totalmente humorística, o vídeo não exclui esse teor na linguagem, recorrendo a imagens para agregar um certo valor cômico (como a foto de Lula aparecendo no canto superior durante a menção de alianças entre membros do MDB com o então candidato à Presidência).

O roteiro, produção e edição foram realizados pela aluna Yorrana Maia. Para chegar a esse resultado, recorreu-se ao Canva Pro para encadear imagens, textos e demais elementos gráficos para poder animá-los. Em seguida, utilizou-se o CapCut para editar o vídeo e acrescentar a música de fundo.

Quanto à legenda buscou-se apenas explicitar o tema abordado no vídeo e convidar o usuário a visualizar. A indexação na rede social é feita por meio das hashtags mais gerais, “#entenda” e “#candidatos”, e mais específicas, “#convençõespolíticas”, “#eleições2022” e “#PolitiKês”.

*Legenda: Começa o período das convenções políticas, vêm entender o que é isso #entenda #convençõespolíticas #candidatos #eleições2022 #PolitiKês*

### Vídeo sobre as propagandas políticas



Com o intuito de mesclar a linguagem informativa com a cômica, consoante as práticas do jornal *The Washington Post* no *TikTok*, foram utilizados diferentes recursos neste vídeo. O primeiro deles consiste em um trecho da novela *O Bem Amado*, que foi utilizado para não só captar a atenção do usuário, como também situar o tema abordado ao longo do vídeo.

Também foram utilizados memes de políticos (imagens cômicas que fizeram sucesso na internet) durante as campanhas eleitorais e um trecho de um debate entre candidatos do Piauí (o vídeo mostra uma candidata dizendo ‘ah, você quer me calar?’) que, na ocasião das gravações deste vídeo, viralizou na rede social. Os caracteres escolhidos possuem cores diferentes das usadas nos demais vídeos, para agregar ao objetivo de fazer um conteúdo descontraído. Também se optou por realizar algumas ilustrações pelo Canva para proporcionar uma alternância e não limitar o vídeo somente às imagens da apresentadora.

O início do material traz uma breve apresentação, que foi utilizada como uma vinheta de abertura. Entretanto, essa apresentação não foi utilizada nos demais vídeos, por considerarmos que o formato da apresentação não se adequa ao restante da reportagem como ocorreu nesta produção. As aberturas das matérias, portanto, variam, mas todas tentam apresentar o assunto tratado, seja por meio de frases como “hoje não vamos falar de...” ou “você sabia que...?”.

O roteiro, a produção, a gravação e a edição foram realizados pela estudante Yorrana Maia. A legenda apenas resume o assunto abordado no vídeo, e a indexação é feita por meio das hashtags “#entenda”, “#campanhaspolíticas”, “#eleições2022” e “#PolitiKês”. *Legenda: As propagandas e campanhas políticas vão começar e com elas... os memes dessas eleições*  
#entenda #campanhaspolíticas #eleições2022 #PolitiKês



### Vídeo sobre as urnas eletrônicas

Com inspiração nos vídeos produzidos pelo jornal *Le Monde* no *TikTok*, buscou-se uma produção em que diversos recursos audiovisuais, gráficos e até mesmo de papelaria fossem utilizados. Para isso, recorreu-se a imagens e vídeos da internet, cadernos, canetas e uma caixa para simular uma urna, além de uma ilustração produzida no

Canva a partir de um mapa e dados fornecidos pelo International Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA).

O tema abordado estava com uma grande repercussão na ocasião, por conta da reunião do presidente Jair Bolsonaro com diversos embaixadores, em que o presidente questionou o sistema eleitoral do Brasil. Dado o assunto central deste produto ser as eleições de 2022, percebeu-se ser de grande relevância produzir um vídeo sobre as urnas eletrônicas.

Roteiro, produção, gravação e edição foram realizados pela estudante Yorrana Maia. A legenda já aborda o fato que a fala do presidente Jair Bolsonaro estava errada e traz o contraponto “outros países também usam urnas eletrônicas”. A indexação é feita por meio das hashtags “#urnaseletrônicas”, “#votoimpresso”, “#eleições2022” e “#PolitiKês”. *Legenda: Ao contrário do que o presidente Jair Bolsonaro disse, outros países também usam urnas eletrônicas durante as eleições #urnaseletrônicas #votoimpresso #eleições2022 #PolitiKês*

## 7 - Vídeo Cômico



Com inspiração nos vídeos humorísticos do jornal *The Washington Post* e em uma linguagem já comum no *TikTok*, este vídeo traz informações sobre acontecimentos políticos por meio de um diálogo entre duas personagens.

A criatividade narrativa é uma característica desta rede social e é bastante explorada pelos seus usuários. Uso de perucas, apetrechos, roupas diferentes e ângulos diversos são alguns dos recursos comumente utilizados no *TikTok* para contar uma história com diferentes personagens interpretados por apenas uma pessoa.

Este vídeo não difere disso. As duas personagens aparecem com roupas diferentes para caracterizar pessoas distintas. Ambas aparecem em posições de câmera distintas: a primeira é mostrada mais à esquerda e olhando para ‘trás’, enquanto a outra está mais à direita e olhando para ‘frente’. Esse recurso foi utilizado para tentar simular um diálogo ocorrido entre duas pessoas em pé em uma fila.

A imagem do fundo, com créditos do fotógrafo Wildes Barbosa, de fato é da fila para compra dos ingressos para o show do Guns N’ Roses. A estudante Yorrana Maia foi até o local para realizar uma pauta para o jornal *O Popular* (na ocasião em que realizava estágio obrigatório) e entrevistou as pessoas que permaneceram horas na fila para conseguir os ingressos. O dia, entretanto, coincidiu com a vinda do presidente Jair Bolsonaro à Goiás e o discurso do então candidato ao governo Ronaldo Caiado, no qual foi vaiado.

A ideia do vídeo, portanto, provém do desejo de aliar uma experiência no jornal – que consistiu na primeira vez que a estudante saiu da redação para cobrir uma pauta – com um acontecimento político. Para tanto, pensou-se em um vídeo humorístico e irônico para conciliar as seguintes informações: fãs da banda californiana ficaram até 4 horas na fila para comprar ingressos; presidente Jair Bolsonaro esteve em Goiás e participou de carreatas no mesmo dia; Ronaldo Caiado foi vaiado enquanto tentava discursar e precisou esperar alguns minutos para poder falar.

O roteiro, produção, gravação e edição foram realizados pela aluna Yorrana Maia. A legenda escolhida mescla um pouco do humor e da linguagem das redes sociais, ao não pontuar a última frase. A indexação é feita por meio das hashtags “#eleições2022”, “#goiânia” e “#PolitiKês”.  
*Legenda: Vaias, carreatas, discurso político e Guns N’ Roses. Que dia foi esse? #eleições2022 #goiânia #PolitiKês*

## 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

### Yorrana Maia

Iniciei a graduação em Jornalismo com a intenção de seguir uma carreira literária, mas terminei o curso com 21 vídeos publicados em um protótipo de informativo independente dentro de uma rede social relativamente nova. Não sei explicar ao certo em que ponto meu interesse pelo jornalismo literário foi sobrepujado – em parte – pela curiosidade com as tecnologias de informação e as novas linguagens possibilitadas pelos diversos meios de comunicação que surgem e são atualizados a todo momento no ciberespaço.

Apesar de ser o primeiro trabalho de conclusão de curso sobre um informativo no *TikTok* apresentado na PUC-GO, tenho a absoluta certeza que ele logo ficará ultrapassado. Anseio para ver projetos jornalísticos criados para a *Twitch*, *Be Real*, realidade virtual e para os meios de comunicação que irão surgir com a implantação do 5G no Brasil. Contudo, concluo este trabalho com a satisfatória percepção de que se tratou de uma ação experimental. Apesar de possuir a fundamentação teórica realizada durante a iniciação científica e a referência de grandes veículos de comunicação dentro da rede social, produzir vídeos para o *TikTok* se mostrou uma experiência completamente nova para mim.

Pude realizar vídeos cômicos, como o que fala sobre o então candidato ao governo de Goiás ser vaiado por ruralista durante um discurso, realizar vídeos baseados em *trends* da rede social, como o que simula recortes fotográficos, além de produções com uma linguagem totalmente diferente da ensinada dentro da universidade. Poder escolher abordagens diversas para um tema bastante comentado durante o ano de 2022 (as eleições) foi, de fato, uma experiência desafiadora.

Acredito que minhas principais dificuldades com este trabalho de conclusão de curso sejam derivadas da inexperiência com produtos audiovisuais. Mesmo não tendo cumprido tudo o que foi imaginado inicialmente para este produto, creio que a ideia propulsora do PolitiKês – utilizar uma rede social como meio de comunicação gratuito e de grande alcance como alicerce para um jornalismo independente – tenha sido, senão completamente, ao menos em parte, concretizada. E com isso, me alegra pensar que o perfil jornalístico em uma rede social recente que agora é entregue à avaliação da banca pode ser visto como um protótipo de um veículo de comunicação independente.

### Franciele Nunes

A parte cultural deste informativo inicialmente não foi pensada como produto para o *TikTok*, no entanto os 4 vídeos publicados dentro da plataforma se encaixaram perfeitamente no que estava

proposto antes da junção. Um dos pontos positivos foi que através da união dos trabalhos de conclusão de curso, tive a oportunidade de gravar pautas políticas e nelas incluir o que já estava posposto no meu antigo tema, que seria uma longform sobre espaços teatrais em Goiânia.

Durante esse período, meus maiores desafios foram realizar as edições (áudio, Bg, enquadramento, entrevista e linguagem) pois não tinha experiências com edição e criação de conteúdos para o *TikTok*. Mas acredito também que essa necessidade que surgiu a partir da junção do que já havia apurado com esta nova plataforma configura-se num ponto positivo, pois pude aprender um pouco mais e inovar o que estava proposto anteriormente. Porém, o maior dos desafios foi mesmo lidar com a saúde mental no puerpério e a total indisponibilidade de tempo para concluir as edições e a parte teórica da maneira desejada, visto que não tive uma rede de apoio durante a maternidade. Apesar das dificuldades, consegui finalizar e entregar minha parte do trabalho. Sendo assim, entrego o TCC com satisfação, pois a criação da plataforma PolitiKês traz para nossa profissão um novo formato de jornalismo sem perder a credibilidade que o ofício exige.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, I. **Jornalismo no TikTok**. Trabalho de Conclusão de Curso Jornalismo - ECA/USP. 2020. Disponível em: <<https://www.jornalismoetiktok.com/>>. Acesso em: 5 de março de 2022.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 22ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

DA SILVA MONTEIRO, Jean Carlos. **Tiktok como novo suporte midiático para a aprendizagem criativa**. Revista Latino-Americana de Estudos Científicos, p. 05-20, 2020.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARTINO, Luís Mauro. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes e redes. 2ª edição. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014.

PEREIRA, Alexandre André Santos; DA SILVA MONTEIRO, Jean Carlos. **Jornalismo No TikTok, Check!**. Revista Latino-Americana de Estudos Científicos, p. 77-90, 2021.

RIMOLI, Ariane Porto Costa. **A ubiquidade do teatro**: um diálogo entre Peirce e Brecht. In: ARAÚJO, Arthur et al. Pragmatismo, filosofia da mente e filosofia da neurociência. São Paulo: ANPOF, 2017. p. 125-139. Disponível em: <https://www.anpof.org.br/wlib/arqs/publicacoes/26.pdf#page=125>. Acesso em: 16 nov. 2022

## 6. ANEXOS

## Anexo 1 – Documentos RAG



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE  
GOIÁS  
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO  
INSTITUCIONAL  
Av. Universitária, 1669 | Setor Universitário  
Cidade Postal 06 | CEP 74605-910  
Goiânia | Goiás | Brasil  
Fone: (62) 3946.3083 ou 3089 | Fax: (62)  
3946.3090  
www.pucgoias.edu.br | prodin@pucgoias.edu.br

## RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

## Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Yessiana Cristina Duxão Martins Maia  
do Curso de Journalismo, matrícula 20191012700-796,  
telefone: (62) 99829-7549 e-mail yessianomartinsmaia@gmail.com, na  
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 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  
Política: uso do TikTok como meio de comunicação para um  
journalismo independente  
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, 28 de novembro de 2020.

Assinatura do(s) autor(es): Yessiana Cristina D.M. Maia

Nome completo do autor: \_\_\_\_\_

Assinatura do professor-orientador: Rogério Pereira Borges

Nome completo do professor-orientador: Rogério Pereira Borges



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE  
GOIÁS  
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO  
INSTITUCIONAL  
Av. Universitária, 10691 Setor Universitário  
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010  
Goiânia | Goiás | Brasil  
Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62) 3946.3080  
www.pucgoias.edu.br | prodin@pucgoias.edu.br

## RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

### Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante **Franciele Nunes Gomes** do Curso de Jornalismo, matrícula **20191012700168**, telefone: **(62)\_995204696** e-mail **\_fn427037@Gmail.com**, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 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

**PolitiKês: uso do Tik Tok como meio de comunicação para um jornalismo independente**

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, 28 de novembro de 2022.

Assinatura do(s) autor(es):

Nome completo do autor: **Franciele Nunes Gomes**

Assinatura do professor-orientador:

Nome completo do professor-orientador:

## Anexo 2 – Roteiros

### 1- Vídeo sobre urnas eletrônicas

#### **Roteiro de texto e imagem**

*Vídeo e áudio do Bolsonaro falando que só dois países adotam urnas eletrônicas*

*Imagem close de mão segurando papel e depositando na caixa. Ao fundo, voz “só dois países usam urnas eletrônicas?”. Imagem do papel entrando na caixa, transição, abertura da caixa e imagem contra plongée.*

-Isso é falso. Na verdade, mais de 40 países realizam a votação ou contagem de votos por meios digitais.

*Transição rápida. Imagem frontal, sentada*

Grandes democracias, como a Índia, que em 2019 realizou a maior eleição do mundo, utilizam máquinas de votar para decidir a disputa das vagas nas assembleias regionais e nacional. Máquinas são utilizadas em grandes democracias como Índia e Estados Unidos. De acordo com o Instituto para democracia e assistência eleitoral, uma organização intergovernamental, o uso de meios eletrônicos para lançar ou contar votos é o que define o voto eletrônico. O IDEA possui um levantamento sobre o uso desse sistema eleitoral com dados de 123 países.

O Instituto para democracia e assistência eleitoral, uma organização intergovernamental, possui um levantamento sobre o uso do voto eletrônico com dados de 123 países.

*Imagens do gráfico feitos no canva*

57% desses Estados nunca utilizaram meios eletrônicos em seu processo eleitoral. A maioria desses países estão no continente africano. Outros na Ásia, Europa e América do Sul.

Já 21% usam meios eletrônicosb n em eleições nacionais ou regionais ou nas duas. Países como França, Espanha, Austrália, Índia, Canadá, México e Estados Unidos.

Em amarelo, o gráfico traz os 16% dos países que nunca usaram voto eletrônico, mas atualmente estão realizando testes para implementar a tecnologia no processo eleitoral

*Imagens frontal sentada com a caixa usada na primeira cena à frente*

No Brasil, o primeiro Código Eleitoral de 1932 previa o uso de máquinas de votar para substituir o voto impresso.

*Imagens lateral*

O projeto começou a ser desenvolvido pelo próprio Tribunal Superior Eleitoral em 1995, quando o órgão formou uma comissão técnica liderada por pesquisadores do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais e do Centro Técnico Aeroespacial para desenvolver a tal máquina de votar.

Os pesquisadores tinham alguns objetivos claros para esse dispositivo eleitoral: ele teria de ser capaz de eliminar qualquer intervenção humana dos procedimentos de apuração e totalização dos resultados, e garantir maior segurança e transparência no processo eleitoral.

*Imagem frontal com imagem da urna eletrônica no fundo*

O resultado foi a urna eletrônica, que desde 1996 é usada nas eleições nacionais, estaduais e municipais. Uma tecnologia feita por pesquisadores brasileiros, em comissão montada pelo próprio TSE e pensada para funcionar especificamente no nosso país. Sem contar que a urna possui teclado semelhante ao do telefone para deixar a eleição acessível para pessoas analfabetas e com deficiência visual.

*Imagem em contra plongée realçando a caixa preta*

Então, é falso que apenas dois países fora o Brasil utilizam tecnologia eletrônica nas eleições. Essa maneira de contabilizar votos é vista por órgãos nacionais e internacionais como uma forma segura e transparente. Voltar a usar o voto impresso seria um retrocesso não só na eficiência e segurança do processo eleitoral, como também na democracia, já que analfabetos e deficientes visuais ficariam impedidos de votar.

*Um vídeo do ministro barroso falando sobre o voto impresso.*

Fim

*Imagem do celular abaixando com se estivesse entrando dentro da urna*

*Imagem preta.*

## 2 - Vídeo sobre as convenções políticas

### **Roteiro - fala**

Entre os dias 20 de julho e 5 de agosto, os partidos precisam realizar convenções para oficializarem os nomes que serão candidatos a presidente e vice-presidente da República. Esse evento é um compromisso burocrático requerido pelo TSE, mas fundamental para o processo eleitoral.

É a partir dessas convenções que as coligações e federações partidárias são apresentadas. Isto é, a união entre diferentes partidos políticos em torno de uma única candidatura. Desde 2017, as coligações são permitidas somente em eleições majoritárias, como presidente, senador, governador e prefeito. Já as federações partidárias, criadas na reforma eleitoral de 2021, permitem que os partidos se unam para apoiar qualquer candidato, desde que essa união permaneça durante todo o mandato.

O PT foi o primeiro partido a realizar convenção nacional, no dia 21 de julho. Sem a presença de público nem da imprensa, a reunião foi feita apenas para cumprir as exigências da Justiça Eleitoral e lançar o ex-presidente Lula como candidato à presidência, que de acordo com a última pesquisa do DataFolha (colocar na legenda info sobre a pesquisa) possui 47% da intenção de votos. Alguns dias mais tarde, o PSB oficializou a candidatura de Geraldo Alckmin à vice-presidência, formando assim a chapa Lula-Alckmin, que recebe o apoio da Federação Brasil da Esperança (formada pelo PT, PCdoB e PV) e da Federação PSOL-Rede.

Já no dia 24, o PL organizou um verdadeiro show na convenção nacional. Em todos os sentidos. Teve dupla sertaneja cantando somente uma música de campanha; presidente da câmara dos deputados usando camisa com nome de Bolsonaro; ataque ao Supremo Tribunal Federal; convocação para ato do dia 7 de setembro; e mais, muito mais... A convenção no Maracanãzinho oficializou Bolsonaro, que possui 28% das intenções de votos, como candidato à presidência e o general Walter Souza Braga Netto como vice. A reeleição do presidente possui apoio do partido Progressista, o PP.

Por outro lado, o MDB resolveu fazer uma convenção nacional virtual para lançar Simone Tebet como candidata à presidência, no dia 27. Sem um vice ainda, Simone possui apenas 2% das intenções e enfrenta divisões internas, já que algumas lideranças do MDB anunciaram apoio ao ex-presidente Lula. O PSDB e Cidadania anunciaram apoio à senadora.

Com 8% dos votos, e também sem vice definido. Ciro Gomes, ex-governador do Ceará e candidato à presidência na eleição passado, foi lançado pelo PDT para concorrer às eleições presidenciais deste ano, no dia 29 de julho.

## **Roteiro - imagens**

### ***Bloco 1***

*imagens das datas no papel sendo colocadas no fundo*

Entre os dias 20 e 5 de agosto

*sequência de plateia de costas, bancada de discurso, e imagem de candidato a presidente e vice*

Os partidos precisam realizar convenções para oficializarem os nomes que serão candidatos a presidente e vice-presidente da República.

*sequência de folha de papéis, imagem do tse com o nome do tribunal em cima, seta curvada que termina em uma urna eletrônica*

Esse evento é um mero compromisso burocrático requerido pelo Tribunal Superior Eleitoral, mas fundamental para o processo eleitoral.

*som da urna confirmando*

*imagens necessárias bloco 1: datas 20 e 5 de agosto, plateia, mesa de discurso, candidatos a vice e presidente, pilha de papel, imagem do TSE, seta curvada, urna eletrônica*

### ***Bloco 2***

*imagem lateral de uma pessoa discursando para uma plateia (colocar plateia e político separados*

Também é a partir dessas convenções que as coligações e federações partidárias são oficializadas.

*imagem de um aperto de mãos seguido de uma seta apontando para o político discursando*

O que significa, a união entre diferentes partidos políticos em torno de uma única candidatura.

*imagens necessárias b2: plateia sentada de perfil, político discursando em tribuna de perfil, aperto de mãos, seta*

### **Bloco 3**

O PT foi o primeiro partido a realizar convenção nacional, no dia 21 de julho. Sem a presença de público nem da imprensa, a reunião foi feita apenas para cumprir as demandas da Justiça Eleitoral e lançar o ex-presidente como candidato. De acordo com a última pesquisa do DataFolha, Lula possui 47% das intenções de votos. Alguns dias mais tarde, o PSB oficializou a candidatura de Geraldo Alckmin à vice-presidência, formando assim a chapa Lula-Alckmin, que recebe o apoio da Federação Brasil da Esperança (formada pelo PT, PCdoB e PV) e da Federação PSOL-Rede.

imagens necessárias para b3: símbolos dos partidos PT, PSB, PCdoB, PV, PSOL e Rede; publico; reportéres; simbolo de não; simbolo de aprovado; papel; foto de lula e geraldo; número 47%; nome Federação Brasil da Esperança; Federação PSOL-REDE

### **Bloco 4**

Já no dia 24 de julho, o PL organizou um verdadeiro show na convenção nacional. Em todos os sentidos. Teve convocação para ato do dia 7 de setembro; dupla sertaneja cantando música de campanha; presidente da câmara dos deputados usando camisa com nome de Bolsonaro; ataque ao Supremo Tribunal Federal; e mais, muito mais... A convenção no Maracananzinho oficializou a candidatura de Jair Bolsonaro à presidência, com 28% das intenções de votos, e do general Walter Souza Braga Netto como vice. A reeleição do presidente possui apoio do partido Progressista, o PP.

imagens necessárias para b4: símbolos do PP e PL; dupla sertaneja; arthur lira com camisa do bozo; bozo discursando; plateia dos gados; reticências; imagem do bozo e braga; número 28%

### **Bloca 4**

Por outro lado, o MDB resolveu fazer uma convenção virtual para lançar Simone Tebet como candidata à presidência. Sem um vice ainda, Simone possui apenas 2% das intenções de voto e enfrenta divisões internas, já que algumas lideranças do partido anunciaram apoio ao ex-presidente Lula. O PSDB e Cidadania oficializaram aliança com a senadora.

imagens necessárias para b4: símbolos dos partidos MDB, PSDB e Cidadania; numero 2%; simone tebet

### **Bloco 5**

Com 8% das intenções de votos, Ciro Gomes, ex-governador do Ceará e candidato à presidência na eleição de 2018, foi lançado pelo PDT para concorrer às eleições deste ano. Sem aliança com outros partidos, o PDT ainda não definiu quem irá ocupar a vaga de vice na chapa encabeçada por Ciro.

imagens necessárias para b5: 8%; ciro gomes; símbolo do PDT; ponto de interrogação

### 3- Vídeo sobre início das campanhas eleitorais

#### **Roteiro - texto e imagem**

imagem na tv

Eu estou aqui para representar o povo brasileiro!

tilt e imagem da tv desligado - corte - imagem de frente sentada no sofá com controle à mostra

Já sabe né? No dia 16 de agosto, começou o período das propagandas eleitorais. Mas, sabia que elas são apenas uma entre vários tipos?

imagem minha segurando o celular

Oi! Meu nome é Yorrana e hoje nós vamos falar sobre os tipos de propaganda política

imagem minha sentada em cima da mesa, lateral da tela, com espaço em branco onde serão acrescentados imagens e caracteres

Primeiro, vamos esclarecer : propaganda política é toda ação destinada a convencer o cidadão de uma ideologia política ou para conseguir votos.

olha para o lado

Existem três tipos de propaganda política: a partidária, a intrapartidária e a eleitoral.

imagem só dos caracteres e ilustrações

A primeira tem a finalidade de divulgar ideias, programas e propostas dos partidos políticos. Ela é genérica, não menciona nomes de candidatos e é veiculada só nos anos não eleitorais, para obter novos filiados ao partido. (pegar um exemplo de propaganda partidária)

A propaganda intrapartidária é realizada dentro do próprio partido. É quando um filiado tenta convencer os demais a indicar o seu nome para concorrer a um cargo. Essa propaganda só pode ser feita 15 dias antes das convenções partidárias, ou seja, 15 dias antes do partido escolher os seus candidatos e só pode ser feita de modo silencioso, sem ajuda da mídia.

Já a propaganda eleitoral é destinada a população em geral e tem o objetivo de conseguir votos. Nela estão incluídos os comícios, as campanhas, distribuição de panfletos, santinhos e tudo mais.

imagem de frente para , close no rosto, a câmera sentada na mesa e fundo branco

Inclusive é desse período de campanhas eleitorais que a internet é agraciada com ótimos memes. Como a Dilma saboreando um cachorro quente; um eleitor deixando o Aécio no vácuo; uma mulher dando um beijo na boca do José Serra; e Eduardo Paes caindo do skate. Agora é só esperar para ver quais memes vão surgir nessas eleições

aparece a imagem de cada meme a medida que são nomeados

imagem lateral - caracterizada de outra maneira e segurando a capinha do celular -

Eh, na verdade, já apareceu o primeiro meme eleitoral deste ano (entrega a capinha)

imagem olha para o lado confusa, pega a capinha e olha como se estive vendo o vídeo

Ah mas você quer me calar?! (meme)

imagem de frente para a câmera

Enfim, os partidos estão liberados para fazerem propaganda eleitoral, e no dia 26 de agosto o rádio e a televisão vão transmitir a propaganda eleitoral gratuita de segunda-feira a sábado.

#### 4- Vídeo sobre Teatro Goiânia e Batismo Cultural

##### **Roteiro - texto e imagem**

imagem inicial do Teatro Goiânia, passa para o movimento do trânsito e então para a apresentadora de perfil olhando para o prédio do teatro. Ela vira a cabeça para a câmera e diz:

Sabia que a cultura tem papel muito importante na história de Goiânia?

corte para imagem de dentro do Teatro

Foi aqui dentro do Teatro Goiânia que a capital foi oficialmente inaugurada.

imagem panorâmica do interior do prédio

corte para apresentadora sentada e falando próxima a câmera (como se contasse uma curiosidade a um amigo)

A inauguração de Goiânia, em 1942, ocorreu em meio a uma série de solenidades, realizadas no Cine-Teatro (hoje conhecido como Teatro Goiânia)

O evento ficou conhecido como “Batismo Cultural”

Mas, Pedro Ludovico não queria qualquer evento para a inauguração. Ele queria que a nova capital de Goiás se tornasse assunto no país inteiro.

mudança de ângulo, apresentadora agora fala com outro perfil

Para isso ele realizou uma grande festa que durou 10 dias e reuniu governadores, intelectuais, ministros, cerca de 600 estrangeiros, além do próprio presidente da República, Getúlio Vargas.

imagem andando em direção à câmera em um corredor, no Teatro

E assim, em 1942, ocorreu uma extensa programação cultural com eventos, apresentações artísticas, atividades de lazer e diversão e inauguração de espaços públicos. Mas, o grande marco foi o dia 5 de julho.

imagem do Teatro Goiânia, ou imagens históricas se houver

Logo na alvorada, as pessoas foram acordadas com fogos de artifício, era o início do dia que ficou conhecido como Batismo Cultural. O Teatro Goiânia foi inaugurado nesse dia.

imagem da apresentadora em frente do Teatro

Construído no estilo de arte déco, o Teatro expressa bem os ideais sociais e políticos presentes em todo o planejamento de Goiânia.

imagem do Teatro e sonora de alguma entrevista que se encaixa no roteiro

imagens históricas (se houver), ou imagem da própria apresentadora

No dia do Batismo Cultural, o primeiro prefeito de Goiânia, Venerando de Freitas Borges, recebeu das mãos de Pedro Ludovico a chave simbólica da cidade. Em seguida houve a apresentação da peça “Deus lhe Pague”, estrelada pela atriz Eva Todor.

imagem da apresentadora do lado de fora do prédio

Seria de se esperar que um prédio tão importante para a história de fundação da atual capital de Goiás fosse bem preservado. Mas, será que existe uma preocupação do governo em preservar esse patrimônio cultural? (chamada para vídeo 2)

imagem desliza para o lado para encerrar mostrando o Teatro

5- Vídeo sobre importância do Teatro Goiânia (com sonora de entrevistado)

### **Roteiro vídeo e imagem**

*apresentadora sentada no banco em frente do Teatro, vira a cabeça e começa a falar*

Já parou pra pensar que têm construções em Goiânia com um valor muito grande? E não, não estou falando sobre riqueza.

*entra sonora do entrevistado*

- sou josemar callefi..... (tirar parte do estou realizando um sonho) - deixar o áudio dele falando o nome e entrar com caracteres apresentando o como coordenador do Teatro Goiânia
- fala dele sobre a arquitetura art déco e batismo cultural

*corta para apresentadora*

*(imagem na lateral do prédio, em pé)*

Goiânia possui o maior acervo de arquitetura art déco do país, e o Teatro Goiânia é um importante elemento para a capital. Não só pela sua estrutura, mas pelo seu significado histórico...

foi aqui dentro do Teatro que Goiânia foi inaugurada (*tentar pegar imagem de dentro*)

*entra sonora*

- fala dele sobre o sucateamento....

*falar sentada na lateral que dá para a entrada do teatro*

Em 2003, o teatro foi tombado como patrimônio histórico pelo Iphan (*colocar caracteres no vídeo com o nome Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan)*). (*mudar direção da cabeça*) O que significa que é responsabilidade do Governo Estadual e não do município, cuidar da preservação desse espaço.

*(falar olhando para frente)*

É época de eleição de governadores, e quantas vezes você escutou os candidatos falarem sobre preservação do patrimônio histórico? Ou importância de construir memória histórica? (*falar isso sentada*)

*(em pé andando de lado)*

Claro, você pode me dizer que existem outras pautas importantes, como desemprego, fome, alto nível de violência policial. Todas são pautas muito importantes.... Mas, será que a preservação de espaços culturais deveria ficar de fora do debate?

*(câmera acompanhando o movimento até eu parar e ela passar para minha frente)*

Afinal, um povo sem memória é um povo sem identidade

*(câmera se afastando comigo parada, pegando mais o Teatro e fim)*

## 6- Manifestação do dia 7 de setembro de 2022

### **Roteiro - texto**

No dia do bicentenário da independência do Brasil, 7 de setembro, manifestantes se reuniram em diversas cidades do país em apoio ao presidente Jair Bolsonaro (PL). Em Goiânia, o ato ocorreu no Parque Vaca Brava, por volta das 16h da tarde, encabeçado pelo candidato ao governo Major Vitor Hugo.

Entre as camisas da seleção brasileira, era possível ver cartazes contra ministros do Supremo Tribunal Federal e escutar gritos contrários ao ex-presidente Lula. No parque, alguns manifestantes tiraram fotos com homens fardados, e se reuniram ao redor dos carros e ônibus que passavam pelo local.

Em Brasília, o presidente discursou em um trio elétrico para milhares de manifestantes que se aglutinavam em frente da Esplanada dos Ministérios. Para os seus eleitores, Jair Bolsonaro disse ser contra o aborto e a legalização das drogas, afirmou que o país é majoritariamente cristão e que ele como político irá combater “pra valer” a corrupção. Depois disso, o presidente puxou um grito pouco usual em manifestações.

Partidos da oposição, como PT, União Brasil e PDT, questionam as ações de Jair Bolsonaro durante o 7 de setembro, segundo eles o presidente usou a máquina pública para realizar campanha eleitoral. Há também o questionamento sobre o uso de empresas estatais de comunicação durante os atos cívicos, já que o discurso do presidente foi transmitido ao vivo pela TV Brasil. A Coligação Brasil Esperança (formada por partidos como PT, PCdoB e PV) e a presidenciável Soraya Thronicke (União Brasil) entraram com ações no Tribunal Superior Eleitoral.

De acordo com matéria do Correio Braziliense, publicada no dia 12 de setembro, o ministro Benedito Gonçalves do TSE considerou válido o pedido feito pela coligação e proibiu o presidente de usar imagens dos atos cívicos na propaganda eleitoral.

Especialistas ouvidos pela matéria da BBC Brasil, publicada no dia 14 de setembro, dizem que o presidente fez uso político e eleitoral do evento que custou mais de 3 milhões de reais, apesar de ainda não haver um consenso de que o ato teve ilegalidade.

### **Roteiro - imagem**

#### *imagem de abertura na manifestação em gyn*

No dia do bicentenário da independência do Brasil, 7 de setembro, manifestantes se reuniram em diversas cidades do país em apoio ao presidente Jair Bolsonaro (PL)

#### *imagem de dentro do parque vaca brava*

Em Goiânia, o ato ocorreu no Parque Vaca Brava, por volta das 16h da tarde, encabeçado pelo candidato ao governo Major Vitor Hugo. *(pausa com vídeo do major no trio elétrico)*

vídeo do cara com o cartaz fora STF e foto da mulher com cartaz

Por entre as camisas da seleção brasileira, era possível ver cartazes contra ministros do Supremo Tribunal Federal .... *(pausa com a foto)* .... e escutar gritos contrários ao ex-presidente Lula. *(vídeo deles gritando lula ladrão)*

#### *imagens da manifestação em Brasília*

Em Brasília, o presidente discursou em um trio elétrico para milhares de manifestantes que se aglutinavam em frente da Esplanada dos Ministérios.

#### *imagens do bozo no trio elétrico*

Para os seus eleitores, Jair Bolsonaro disse ser contra o aborto e a legalização das drogas, afirmou que o país é majoritariamente cristão e que ele como político irá combater “pra valer” a corrupção. Depois, disso o presidente puxou um grito pouco usual em manifestações. *(vídeo dele gritando imbrochável)*

#### *imagens das manifestações*

Depois dessas manifestações em diversas cidades do Brasil, partidos da oposição, como PT, União Brasil e PDT questionam as ações de Jair Bolsonaro durante o 7 de setembro por uso da máquina pública para realizar campanha eleitoral e a utilização indevida dos meios comunicação, já que o discurso do presidente foi transmitido ao vivo pela TV Brasil. A Coligação Brasil Esperança (formada por partidos como PT, PCdoB e PV) e a presidenciável Soraya Thronicke (União Brasil) entraram com ações no Tribunal Superior Eleitoral.

#### *imagens das matérias*

De acordo com matéria do Correio Braziliense, publicada no dia 12 de setembro, o ministro do TSE considerou válido o pedido feito pela coligação e proibiu que o presidente de usar imagens dos atos cívicos na propaganda eleitoral. Especialistas ouvidos pela matéria da BBC Brasil, publicada no dia

14 de setembro, dizem que o presidente fez uso político e eleitoral do evento que custou mais de 3 milhões de reais, apesar de que ainda não há um consenso de que o ato teve ilegalidade.

## 7- Roteiro “Propostas políticas para os espaços culturais “

-Franciele sentada olhando para o lado se vira para câmera e pergunta

Como vocês já sabem as eleições estão chegando e será que nossos espaços culturais estão inclusos no plano de governo dos candidatos de Goiás ?

- Franciele novamente sentada olhando para sua esquerda se vira e responde

A eleição para governador de Goiás terá nove candidatos. Não é possível que nenhum apresentará uma proposta voltada para os espaços culturais.

- Jogo com a câmera de perguntas e respostas: Franciele se vira novamente para direita e responde

Calma calma eu li que a candidata a governadora de Goiás Cíntia Dias (PSOI) propôs em seu plano de governo grandes melhorias e inovações para os Espaços culturais estaduais e municipais, Espaços culturais privados e produtos culturais.

- Jogo de câmera foca no rosto com a expressão de surpresa

Sério? E quais são essas propostas ?

- jogo de câmera virar para meu rosto expressão de resposta e explicação

A candidata ressalta a importância da riqueza cultural para nosso estado ela deixa claro que a cultura precisa ser potencializada e desenvolvida ao ponto de ser incorporada ao patrimônio histórico e cultural da humanidade.

- jogar imagens do documento disponível no Google, e imagens relacionada a cada proposta. Jogar por cima de cada resposta

além disso ela coloca em vigor as propostas de fomento a cultura como;

\* Fundo de Arte e Cultura (FAC) e Lei Goyazes

\* propostas de circulação de bens materiais e imateriais da produção cultural goiana;

\* municipalização: trabalhar junto aos municípios para implementação de políticas públicas locais de fomento à cultura - formação e política cultural;

\* construção de equipamentos culturais - construção, política de gestão;

\* Fomento aos pontos de cultura e/ou grupos artísticos próximos aos cidadãos e comunidades locais;

\* fomento a promoção de eventos: festivais, feiras de cultura, festas;

\* mapeamento da produção cultural nos municípios: fomento e implementação de outros fazeres artísticos;

- Jogo de pergunta e resposta corta a câmera para Franciele com expressão superprosa

Realmente A Cíntia tem ótimas propostas para valorização do nosso patrimônio cultural, além dela você ficou sabendo de mais algum governador ?

- jogo de câmera

Sim, além dela temos o que propõe Fortalecimento dos equipamentos culturais de memória em Goiás, como museus e centros culturais

- imagens de museus e centros culturais por cima da minha fala

- Corta para meu rosto finalizando a resposta

Além da criação de centros educativos de arte comunitária regionalizados, com o estudo de música, teatro, dança, artes plásticas e audiovisual de forma pública, gratuita e de qualidade;

- Corta novamente para meu rosto concluindo a resposta

Além desses dois governadores temos Ronaldo Caiado, com novas propostas, Wolmir Amado(PT) e Vinícius Paixão (PCO) que também trazem um plano cultural para suas propostas

- Corta para eu sentada no jogo de perguntas e respostas

Certo irei analisar cada proposta desses candidatos. Pois Nossos espaços culturais já existentes precisam ser valorizados e colocados como prioridade, lugares tão importantes não podem perder o seu valor não é mesmo?!

8- Vídeo sobre representatividade negra nas eleições

- Início centralizado no meu rosto

Você mulher preta e homem preto se sente representados nessas eleições ?

- Movimentar a câmera para outro ângulo centralizado no meu rosto

Vocês ouviram algum candidato branco apresentando alguma proposta voltadas para igualdade racial ?

- Movimentar a câmera para outro ângulo centralizado no meu rosto

- Pois é. De acordo com os dados do instituto Sou da Paz 80% das mortes violentas no país são de jovens negros.( mostrar print do anuário) e imagens de ataques aos negros)

- Movimentar a câmera para outro ângulo centralizado no meu rosto

Mas como sabemos isso não é novidade para ninguém. Não é mesmo?! Atualmente a bancada negra-antirracista ainda é pouco expressiva no parlamento que hoje é composto de 75% de pessoas brancas

(Mostrar imagens de candidatos brancos)

- Movimentar a câmera para outro ângulo centralizado eu em pé conversando com a câmera

Para estimular que as eleições tenham mais candidatos negros, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) determinou este ano que os votos dados a mulheres e pessoas negras valem o dobro de pontos na distribuição do fundo eleitoral para os partidos. medida do TSE já apresentou efeitos nessas eleições que, ao todo, possui 26.398 candidaturas negras.

- Movimentar a câmera para outro ângulo centralizar eu sentada no sofá apresentando os candidatos

Dentre esses candidatos temos no  
sudeste ( mostrar foto dos candidatos durante minha fala)

\* Dandara Tonantzin 1334 Preta, periférica e feminista, é pedagoga e mestra em educação. Luta pelo movimento estudantil e sócias.

\* No sul Renato Freitas 13123 (PT – PR) Renato Freitas que foi eleito vereador de Curitiba com mais de 5 mil votos nas eleições de 2020. Tem 37 anos, é advogado e mestre em Direito Penal, Criminologia e Sociologia da Violência pela Universidade Federal do Paraná. Tem se dedicado principalmente a pautas relacionadas à segurança pública, emprego e renda, moradia, educação e cultura.

\* no norte Francly Júnior 13550 (PT – AM) historiadora, feminista e membro do Coletivo das Dandaras, do Fórum Permanente de Mulheres de Manaus (FPMM) e da Associação das Mulheres Brasileiras (AMB). Foi candidata ao cargo de vereadora em Manaus em 2020 e este ano é candidata a deputada estadual pelo Amazonas.

\* No nordeste Robeyoncé Lima 5000 (Robeyoncé Lima Primeira advogada trans, negra e nordestina a conseguir o nome social na carteirinha da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). em defesa dos direitos da comunidade LGBTQIA+. É codeputada estadual no coletivo Juntas Codeputadas. Atualmente é candidata a deputada federal por Pernambuco.

\* E aqui no centro- Oeste temos a Manu Jacob 500 (PSOL) Professora, negra e socialista. A candidata à Senadora sai em defesa dos direitos da classe trabalhadora, da luta das mulheres, do povo preto, da comunidade LBBTQIA+ e do meio ambiente. Uma das referências importante da esquerda em Goiás.

- Movimentar a câmera para outro ângulo centralizado no meu rosto

E agora conhecendo um pouco de alguns dos candidatos negros você se sentiu representado ??

- Movimentar a câmera para outro ângulo centralizado no meu rosto

Sentir a gente até se sente mais sabemos que ainda estamos longes de ser eleitos. E ainda estamos longes de sermos representados com prioridade no posto presidencial, mas será que um dia teremos esse privilégio?!

- Finalizar Movimentando a câmera para outro ângulo centralizado no meu rosto com a expressão de dúvida

## 9- Vídeo sobre depoimentos de estudantes beneficiários da Lei de Cotas e ProUni

Início

Vinheta de introdução

- imagem de introdução, dividir a tela em três colocar imagens da Dara atravessando a rua, e os dois alunos caminhando até o local da entrevista

-Mudança de ambiente Adicionar apresentação dos Alunos:

- Dara: ( vídeo da apresentação dela foi você que gravou não está no meu celular para eu marcar o tempo)

- Layla: 0:14 até 0:20

- Ilan: 0:05 até 0:12. 0:09 até 0:26

- Plano paisagem cortar para imagens dos alunos no quadra de futebol

- Cortar para apresentação dos alunos sobre a Bolsa

- ilan: 0:09 até 0:26

- Layla 0:26 até 0:33

- adicionar em seguida relato da Dará sobre racismo ( vídeo 2:51 que inicia com a fala “ você poderia relatar um pouco do que passou na escola”. Usar áudio 0:05 até 0:55)

- Adicionar em sequência um plano geral (os protagonistas aparecem em 1/3 da tela): quando eles estiverem caminho pelo campus, sentados ou lendo um livro

- Adicionar por cima dessas filmagens a resposta dos três sobre o suposto fim do programa de cotas

\* layla 1:48 até 1:56

\* Ian 5:27 até 5:40

\* Dara ( início da resposta no vídeo 2:51 que inicia com a fala “você poderia relatar um pouco do que passou na escola”.) áudio da resposta sobre cotas 2:34 até 2:51. Segundo áudio com a resposta sobre cotas: vídeo 2:03 usar áudio do 0:01 até 0:27 ( por cima da fala jogar imagens dela lendo, de perfil e dentro do campus)

Finalização

- Em seguida adicionar a repostas dos alunos sobre os planos para o futuro

- Primeiro da layla com imagens dela sentada, caminhado e de perfil

- Depois do ilan com imagens dele, em pé de perfil, sentado e caminhando

10- Roteiro sobre vídeo introdutório sobre a Lei de Cotas

Roteiro - falas

*minha imagem*

Você sabe o que é Lei de Cotas?

*vídeo ilustrativo sobre jovens negros nas universidades -*  
<https://www.youtube.com/watch?v=Llf2Jx219Rk> (créditos: Jornal Da Gazeta)

Sancionada em 2012, a lei garante que metade das vagas nas universidades e institutos federais sejam reservadas para estudantes que cursaram todo o ensino médio na rede pública de ensino.

*ilustração no canva*

Dessas vagas reservada para cotas, ainda é feito mais uma separação. Metade são reservados para estudantes com renda familiar menor ou igual a um salário mínimo e meio. Os estudantes que possuem renda familiar superior a esse valor ficam com a outra porcentagem de vagas.

*ilustração do canva*

E em dentro de cada subdivisão de renda, também são reservadas vagas para os candidatos autodeclarados pretos, pardos e indígenas. Em 2016, a Lei foi alterada, passando a reservar vagas para pessoas com deficiência também.

*minha imagem*

Mas, completaram 10 anos de Lei de Cotas e ela precisa passar por uma revisão para avaliar se possui eficácia como política pública ou não. O prazo para a revisão termina neste ano, o que significa que o Congresso Nacional precisa debater se o sistema de cotas funcionam para poder chegar a discussão de uma ampliação da lei.

*imagem do congresso debatendo alguma coisa*

No dia 29 de agosto, o Plenário do Senado celebrou os dez anos da legislação, em sessão presidida pelo senador Paulo Paim (PT). Os senadores, representantes de movimentos civis e pesquisadores ressaltaram que a Lei de Cotas abriu às portas das universidades para negros, indígenas e pessoas com deficiência, além de estudantes com baixa renda.

*imagem fala do Senador Paulo Paim (PT-RS) no discurso de abertura da sessão - 13'50 (de 2010 a 2019) 14'03" (400%)*

*minha imagem*

Mas, não se preocupe: a lei de cotas não deixará de existir com o fim do prazo da revisão. Mas, ainda sim é importante revisá-la já que uma ampliação dessa lei pode beneficiar muitos jovens.

*minha imagem*

Você deve estar se perguntando porque essas cotas são benéficas e qual diferença elas fazem para os estudantes. Bem, essas perguntas eu vou deixar outras pessoas responderem.

## 11- Roteiro do vídeo sobre propostas para a área de segurança pública

### **Roteiro**

*fundo com tv antiga e cena do filme*

usar trecho de La Heine em que há o diálogo “eles servem para nos proteger” / “mas, quem vai nos proteger deles?” - <https://www.youtube.com/watch?v=6PRvLSdijNI> (min 30’05” - 30’30”)

*tilt - transição*

*imagem plano superior*

A polícia foi feita para nos proteger, mas quem nos protege da polícia ? Essa pergunta foi feita no filme francês O Ódio, de 1995, mas pode muito bem ser usada hoje em dia

*mudança para plano um pouco maior para mostrar os caracteres ao lado - as letras devem aparecer com meu vídeo*

De acordo com o anuário brasileiro de segurança pública deste ano, de todas as mortes violentas intencionais no país, 12,9% são decorrentes de abordagens policiais.

*mudança de câmera para mais perto*

Goiás é o terceiro estado brasileiro com a maior taxa de letalidade policial, com 8 mortes para cada 100 mil. Uma taxa bem acima da nacional, que é de 2,9 mortes a cada 100 mil habitantes.

*virada de câmara para falar mais perto*

Com certeza você já viu na imprensa alguma notícia sobre isso.

*pegar imagens de matérias de jornais (ou reportagens de tv)*

em novembro de 2021, Chris Wallace, de 24 anos, foi agredido por dois policiais militares enquanto ia com um amigo a pé até uma distribuidora de bebidas. Chris tinha câncer e morreu seis dias após as agressões

no início de 2022, sete policiais militares invadiram as chácaras de Saviano Souza e Ozanir Batista e mataram quatro homens que estavam no local trabalhando. A versão apresentada pela PM diz os que policiais foram investigar uma denúncia de tráfico de drogas e foram recebidos a tiros no local,

mas moradores contestaram essa versão nas redes sociais e denunciaram as mortes. O jornal O POPULAR mostrou que ao menos 58 disparos de fuzis e pistolas diferentes foram efetuados pelos policiais militares, e desde o dia 25 de fevereiro os agentes estão presos e aguardando julgamento.

*mostrar matéria e vídeo*

o caso mais recente é de Henrique Alves Nogueira, de 28 anos, que foi encontrado morto em uma estrada de chão no dia 11 de agosto. A Polícia Militar alegou que Henrique foi morto durante confronto com a polícia, mas imagens da câmera de segurança mostram que o jovem foi posto na viatura da polícia desarmado

*imagem lateral*

É época de eleição, e como o governador é o comandante em chefe das forças policiais no Estado, hoje nós vamos falar um pouco sobre os planos dos candidatos ao governo para reduzir essa taxa em Goiás. Para isso nós vamos usar informações tanto dos planos de governos, quanto as sabinas realizadas pelo jornal O POPULAR e a rádio CBN Goiânia

*imagem frontal - com a foto dos candidatos ao lado*

Cíntia Dias, do PSOL, não menciona nenhuma proposta para esse problema específico de segurança pública no seu plano de governo. Durante a sabinina fizeram esse questionamento à candidata e ela disse ser contra o armamento da população. Disse que é preciso realizar mais concurso público, e utilizar câmeras nas fardas e viaturas policiais. Ela também defendeu uma maior transparência na divulgação de dados, além do investimento na ciência, qualificação e tecnologia para aumentar o poder de investigação da Polícia Civil.

Já Edgar Diniz, do partido Novo, deixa bem claro no seu plano de governo que as mortes provocadas por confrontos policiais é preocupante e merece atenção. Ele propõe, entre outras coisas, instalação de câmeras nas principais cidades do Estado com softwares de reconhecimento facial; ampliação do investimento na polícia investigativa; fortalecimento de programas voltados para a saúde física e mental dos policiais; contratação de novos policiais; e adoção da transparência como política de estado.

O candidato do Patriota, Gustavo Mendanha, elenca uma série de propostas sobre na área de segurança pública em seu plano de governo, mas não especifica nenhuma para reduzir a letalidade policial. Quando perguntado à respeito, Mendanha disse que, se for eleito, irá priorizar o uso de

tecnologia, instalando câmeras de segurança nas cidades, mas disse que a câmera nas fardas ainda é um assunto que precisa ser discutido

Major Vitor Hugo, do PL, também não menciona diretamente a letalidade policial como um problema a ser resolvido em Goiás. Ele possui várias propostas para os policiais militares e civis e outras propostas para aumentar a sensação de segurança da população goiana. Uma delas é a ampliação dos programas Polícia Comunitária e Conselhos Municipais, para aumentar a participação dos civis em assuntos relacionados a segurança pública.

A professora Helga, por outro lado, aponta que a violência policial que temos no estado é fruto de uma herança da ditadura militar. Para acabar com isso, a candidata do PCB propõe a desmilitarização da polícia a longo prazo. As propostas mais imediatas para reduzir a letalidade policial consistem em: uso de câmeras nas fardas; criações de controle popular sobre a polícia civil e militar; aumento da qualidade de vida do policial militar, com aumento de salário formação continuada e atendimento psicológico pelo SUS.

O professor Pantaleão, da Unidade Popular, diz que a polícia militar precisa passar por um processo de desmilitarização, que envolve treinamento e educação para se tornar uma polícia preventiva e não só ostensiva.

Já o governador Ronaldo Caiado, que busca uma reeleição pela União Brasil, disse que a letalidade policial não é um problema no Estado, e que os policiais precisaram entrar em confronto direto com bandidos fortemente armados. O governador tem uma política de “mão firme” contra a criminalidade e gosta de usar o slogan “bandido ou muda de profissão, ou muda de Estado”.

Vinícius Gomes da Paixão é o candidato do Partido da Causa Operária e defende o mesmo posicionamento que o seu partido, que é o armamento da população para que grupos minoritários tenham o direito à autodefesa.

Por fim, Wolmir Amado, candidato do PT, defende a construção de uma segurança pública mais cidadã, por meio de duas abordagens. A primeira é valorização do policial como trabalhador, com mais concursos públicos, mais equipamentos, fornecimento de atendimento psicológico e psiquiátrico. E a segunda é deixar a população mais tranquila em relação a polícia, para isso ele propõe revisão da matriz curricular da formação dos policiais, a criação de conselhos comunitários para acompanhar o desempenho das atividades policiais, e o uso de câmeras nas fardas.

*imagem lateral*

Esse é apenas um resumo das propostas dos candidatos. Eu sugiro muito que você veja os vídeos completos das entrevistas no facebook do jornal O Popular, e acompanhe os debates e outras entrevistas dos candidatos para saber mais sobre o que cada um propõe. Os planos de governo também estão disponíveis da internet, caso queria dar uma olhada.

*imagem frontal e próxima*

O fato é que a polícia de Goiás é a terceira mais violenta do país e cabe ao eleitor escolher o candidato ou candidata que irá melhor lidar com essa situação.

## 12- Vídeo sobre manifestação do dia 9 de abril

**Roteiro**

Movimentos sociais e sindicais organizaram atos contra o Bolsonaro em diferentes cidades do país.

Entre as pautas estavam o aumento do preço dos alimentos, do combustível e do gás, além do desemprego e o desrespeito aos direitos humanos.

Em Goiânia, a manifestação ocorreu na Praça do Trabalhador, às 16h.

- *sonora: apresentação da entrevistada - intercalar com imagens do discurso dela*

*pergunta em fundo preto com bg de tambores: Por que este ato foi organizado?*

- resposta da entrevistada

*pergunta em fundo preto com bg de tambores: A esquerda está unida contra o Bolsonaro?*

- resposta da entrevistada

Encerramento com imagem da bateria

## 13- Vídeo cômico

**Roteiro fala**

*\*Na fila da bilheteria, a mulher da frente mexe no celular\**

- Cê viu que o presidente Bolsonaro esteve em Goiás hoje? (*Pergunta para a mulher de trás*)
- Eu não... Desde manhã a única coisa que me importa nessa vida é conseguir esses ingressos. E olha que eu entrei ao meio dia certinho, e já tinha esgotado tudo no site.... Até parece que Goiânia inteira vai participar desse show.
- É mas enfim, ele foi embora agorinha, era umas duas e pouco. Participou de uma cerimônia de regularização fundiária organizada pelo Incra, lá em Rio Verde. Mas antes disso, fez outra carreatá com apoiadores.
- De novo isso? - *diz a outra com cara de desprezo*- Acho tão batido.
- E tu não sabe... Caiado foi vaiado nesse evento. O local tava lotado de ruralistas, e toda vez que mencionaram o nome dele, o público gritava "Fora Caiado". Parece que os ruralistas do evento estavam mais com o Victor Hugo, o deputado federal do PL aliado do presidente.
- Mas esse não é o deputado que foi eleito só com 30 mil votos, e que o próprio partido está pensando em apoiar o Gustavo Mendanha ao invés dele?
- É... Mas só sei que o governador ficou três minutos em silêncio e em pé esperando as vaias pararem para poder falar.
- Três minutos?? Isso não é nada, têm quatro horas que tô aqui em pé debaixo desse sol, e não saio daqui sem os ingressos do Guns N'Roses!

#### 14- Roteiro

“Grito dos excluídos”

Obs: imagens gravadas pessoalmente durante a manifestação grito dos excluídos

- Início Movimentar a câmera para outro ângulo centralizado os manifestantes.
- Movimentar a câmera para outro ângulo centralizado o local da manifestação
- Movimentar a câmera para outro ângulo centralizado a placa beira da mata
- Movimentar a câmera para outro ângulo centralizar os manifestantes reunidos na ocupação
- Finalizar Movimentando a câmera para outro ângulo centralizado e fixando no candidato Wolmir Amado ao lado da moradora cozinhando para os manifestantes.

### Anexo 3 – Autorizações de uso de imagem e voz das fontes

As autorizações das fontes para uso de suas entrevistas neste TCC estão arquivadas na Coordenação do Curso de Jornalismo da PUC GOIÁS, observando os dispositivos de sigilo previstos na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).