



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Mariah Mazetti Aquino

#ComFiltro: em busca do consumo consciente nas redes sociais

Brasília
2021

Mariah Mazetti Aquino

#ComFiltro: em busca do consumo consciente nas redes sociais

https://youtube.com/playlist?list=PLuZdCXMEGYxYjQfuLZ1HSLj_KdTuBu2hU

Memorial descritivo da série de reportagem em vídeo “#ComFiltro: em busca do consumo consciente nas redes sociais” apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso, requisito para obtenção do título de bacharela em Jornalismo pela Universidade de Brasília.

Orientadora: Prof^a Dr^a Maria Letícia Renault
Carneiro de Abreu e Souza

Mariah Mazetti Aquino

#ComFiltro: em busca do consumo consciente nas redes sociais

Memorial descritivo da série de reportagem em vídeo “#ComFiltro: em busca do consumo consciente nas redes sociais” apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso, requisito para obtenção do título de bacharela em Jornalismo pela Universidade de Brasília.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a Dr^a Maria Leticia Renault Carneiro de Abreu e Souza
ORIENTADORA

Prof^a Dr^a Fabiana Piccinin
MEMBRO 1

Prof^o Paulo José Araújo da Cunha
MEMBRO 2

Prof^a Dr^a Márcia Marques
SUPLENTE

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho por qualquer meio convencional ou eletrônico para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

AA657# AQUINO, MARIAH MAZETTI
#SemFiltro: em busca do consumo consciente nas redes
sociais / MARIAH MAZETTI AQUINO; orientador Profª Drª Maria
Leticia Renault Carneiro de Abreu e Souza. -- Brasília, 2021.
49 p.

Monografia (Graduação - Jornalismo) -- Universidade de
Brasília, 2021.

1. reportagem. 2. jornalismo audiovisual. 3. infoxicação.
4. mídias sociais. I. Renault Carneiro de Abreu e Souza,
Profª Drª Maria Leticia , orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Não consigo pensar em melhor forma de começar meus agradecimentos do que reconhecendo aqueles que permitiram que eu chegasse onde estou hoje. Simone, Rêiges e Sarah, minha família, que me apoiaram desde bem antes do início da minha graduação em Jornalismo. Me ensinando a ler e escrever bem novinha. Incentivando o meu desejo inesgotável pela leitura. Apoiando minha escolha de curso. E muito mais, pois me faltariam caracteres e palavras capazes de traduzir todo o amor envolvido na minha criação.

À todas as mulheres de força imensurável da minha família. Também aos mais jovens, que vieram depois de mim. Como primeira pessoa da família a ter conseguido entrar em uma universidade pública, tenham certeza de que terão em mim eterno apoio e incentivo.

Aos meus mestres professores. Na estudiosa sempre disposta a começar mais um curso, mais um livro, mais um documentário, existe um pouco de cada um de vocês. Em especial à minha orientadora neste projeto de pesquisa, Prof^ª Dr^ª Leticia Renault. Neste momento turbulento e pandêmico em que vivemos, a sua orientação me ajudou a ter mais clareza em meio a essa pesquisa cheia de altos e baixos. À Prof^ª Dr^ª Dione Moura, diretora da Faculdade de Comunicação e minha professora na disciplina Pré-projeto em Jornalismo, que com cuidado ímpar me conduziu rumo à concepção do meu projeto.

Nenhum trabalho na Comunicação é feito sozinho. Do colunista político mais brilhante, com as melhores fontes, ao estagiário nos primeiros dias de trabalho. O trabalho na Comunicação é essencialmente coletivo, feito a muitas mãos, como uma orquestra bem afinada. Cada conquista é sempre fruto do trabalho em grupo, assim como cada deslize. Por isso, para mim nunca fez sentido o estrelismo ao redor da própria figura que tantos buscam. Comemoro as conquistas de cada amigo como se fossem minhas, com orgulho genuíno.

Minha construção como jornalista, além das competências individuais que aos poucos se aprimoram, é resultado também daqueles que em algum momento me enxergaram como aprendiz. Supervisores de estágio, como Vinicius Nader, Adriana Izel, Rose Angélica, Nely Naomi e Maria Eugênia. Colegas estagiários de redação, de quem levo a amizade com carinho.

Aos amigos feitos durante a graduação, que me receberam como família desde os primeiros dias. Corro o risco de esquecer nomes importantíssimos, mas enumerarei alguns: Marina Julião, Heloísa Schons, Gabriel Escobar, Beatriz Socha, Rebeca Borges, Vinicius Veloso, Allan Michael, Victor Farias, Guilherme Alves, Heloíse Gonçalves, Ayana Saito, Agnes Magalhães, Gabriel Gouveia, Caroline Chavarri, Clara Smith, Pedro Poty, Izabella Beck. Aos meus companheiros de TCC, Ingrid Ribeiro e Daumildo Júnior. Vencemos!

À equipe topou encarar, de forma voluntária e colaborativa, este projeto comigo. Paula Hong, Luiz Curado e Luiza Chagas, meu trabalho não seria o mesmo sem vocês. Obrigada, mais uma vez! Não poderia deixar de agradecer João Miguel Bastos, pela vinheta do projeto, pelo empréstimo de equipamentos quando a FAC/UnB estava fechada devido a pandemia, pelo incentivo desde o começo e por me lembrar sempre o meu propósito e a minha capacidade de concretizá-lo.

RESUMO

A série de reportagem em vídeo “#ComFiltro: em busca do consumo consciente nas redes sociais” é um projeto experimental do tipo Produto de Comunicação para Conclusão de Curso em Jornalismo na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. O projeto tem como objetivo apontar os efeitos do consumo excessivo de informação nas redes sociais e investigar os mecanismos que compõem este cenário. A reportagem também pretende, por meio de entrevistas com especialistas e usuários das mídias sociais, mostrar possíveis caminhos para um consumo consciente no ambiente digital.

Palavras-chave: reportagem, jornalismo audiovisual, infoxicação, mídias sociais.

ABSTRACT

The video reporting series “#ComFiltro: the search for conscious consumption in social media” is an experimental project under the Communications Product for the Conclusion of Undergraduate Studies of Journalism at the Faculty of Communication in the University of Brasilia. This project’s objectives are to point out the effects of excessive consumption of information in social media and to investigate the mechanisms which make up this scenario. This project also intends to, through interviews with specialists and social media users, show possible paths to a conscious consumption in the digital environment.

Keywords: reporting, audiovisual journalism, infoxication, social media.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
1.1 OBJETIVO GERAL	11
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
1.3 JUSTIFICATIVA	12
2. DISCUSSÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA	13
2.1 JORNALISMO AUDIOVISUAL NA WEB	13
2.2 CONSUMO DE INFORMAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS	17
3. CONTEXTUALIZAÇÃO	21
3.1 PANDEMIA DA COVID-19 E INFODEMIA	21
4. MEMORIAL	24
4.1 PRÉ-PRODUÇÃO	24
4.2 PRODUÇÃO	26
4.2.1 Perguntas	26
4.2.2 Entrevistados	26
4.2.3 Condições de gravação	28
4.2.4 Construção da reportagem	29
4.3 PÓS-PRODUÇÃO	29
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32
7. APÊNDICE A: LOGO	34
8. APÊNDICE B: ROTEIRO REPORTAGEM AUDIOVISUAL	35
9. APÊNDICE C: LINK PARA A SÉRIE DE REPORTAGEM	50

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho pretende mostrar, por meio de uma série de três reportagens em vídeo, os efeitos da infociação nas redes sociais e formas de reduzir possíveis impactos negativos. O formato de série de reportagens permite a realização de entrevistas com especialistas e também com o público que é diretamente afetado por estes fenômenos. A escolha por produzir três episódios é também uma tentativa de produção de conteúdo jornalístico adaptado ao ambiente digital sem perder em profundidade.

O título “#ComFiltro: em busca do consumo consciente nas redes sociais” foi criado a partir da ideia de que o trabalho se propõe a analisar criticamente o efeito das mídias sociais, onde muitas vezes filtros de tratamento de imagens são usados. A hashtag #SemFiltro é utilizada nestes ambientes para sinalizar uma foto natural, que não foi modificada. Também representa a busca pela compreensão clara do funcionamento destes ambientes em prol da construção de um consumo mais consciente e saudável da informação.

Na última década, foi possível observar um grande crescimento no uso das redes sociais e a democratização do acesso à internet no Brasil. Segundo o relatório Digital 2020 Brazil, da Hootsuite e We Are Social¹, 150,4 milhões de brasileiros têm acesso à internet, o que corresponde a cerca de 70% da população. Destes, cerca de 140 milhões são usuários ativos das redes sociais, o que corresponde a 66% da população do país.

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) 2019, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)², os brasileiros com acesso a internet nos domicílios somam 82,7% da população. O acesso é feito majoritariamente por telefones móveis (98,6%), seguido por microcomputadores (46,2%) e televisões (31,9%). As maiores finalidades apontadas pelos brasileiros para o uso da internet são enviar ou receber mensagens de texto/voz/imagem (95,7%); conversar por chamadas de voz/vídeo (91,2%) e assistir a vídeos/programas/séries/filmes (88,4%).

O Digital 2020 Brazil aponta ainda que usuários brasileiros da internet de 16 a 64 anos ficam conectados, em média, 9h17min por dia. Neste tempo, estima-se que 3h31min são dedicados às mídias sociais. Esse acesso amplificado deu espaço a fenômenos como a cultura

¹ HOOTSUITE. WE ARE SOCIAL. Digital 2020 Brazil. <<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-brazil-january-2020-v01>> Acesso em: 18.out.2020.

² PNAD Contínua 2019. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf> Acesso em 12.ago.2021

de convergência, descrita por Henry Jenkins (2006. p. 46) como um processo que é tanto corporativo (das marcas, “de cima”, para o público, “para baixo”) quanto do consumidor (de baixo para cima). A mudança deixa a comunicação online mais interativa e multilateral.

Empresas de mídia estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo de mídia pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público. Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. (JENKINS, 2006, p. 46).

Neste contexto, é possível notar um aumento considerável da quantidade de informação disponível nos ambientes online. Além dos veículos de mídia tradicional, é possível encontrar também perfis de mídias independentes e de jornalistas ligados ou não a algum veículo, que falam de forma individual. Há também todos os perfis de usuários fora da imprensa, que passam a exercer a função de produzir conteúdo e influenciar uns aos outros.

É importante estar atento à qualidade do conteúdo consumido. O fenômeno das notícias falsas não é recente, mas as redes sociais online possibilitam que elas tomem maiores proporções. Claire Wardle argumenta que usar o termo notícias falsas seria simplista para descrever o problema como conhecemos hoje. Ela propõe que se fale de desinformação e desenvolve, no artigo “*Fake news. It’s complicated.*”³ sete diferentes classificações de acordo com a intenção de quem compartilha o conteúdo, entre outros critérios.

De acordo com o relatório “*DOMO: Data never sleeps 7.0*”⁴, a cada minuto em 2019 foram postados 511.200 tuítes; 277.777 stories no Instagram e 231.840 chamadas no Skype. O físico espanhol Alfons Cornella criou na década de 90 o neologismo infoxicação, que descreve uma intoxicação informacional. É a dificuldade de assimilar as informações recebidas a todo momento, “sem poder se aprofundar em nada, pular de uma coisa para outra” (CORNELLA, 2013).⁵

É cada vez mais frequente se deparar com pesquisas que pretendem medir as consequências da exposição contínua a grande quantidade de informação. O estudo

³ WARDLE, Claire. *Fake news. It’s complicated.* First Draft, 2017. Disponível em: <<https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>> Acesso em: 16.nov.2020

⁴ *DOMO: Data never sleeps 7.0.* Disponível em: <<https://www.domo.com/learn/data-never-sleeps-7/>> Acesso em: 10.out.2020

⁵ CORNELLA, Alfons. *Infoxicação...* Disponível em: <<https://alfonscornella.com/2013/10/02/infoxicacion/>> Acesso em: 18.nov.2020

“#StatusOfMind”, da Royal Society for Public Health⁶, consultou 1500 jovens do Reino Unido entre 14 e 24 anos. Os resultados apontam que a rede mais nociva aos participantes é o Instagram, seguida pelo Snapchat, Facebook, Twitter e YouTube (única avaliada positivamente). O relatório relaciona o uso de redes sociais por este público a problemas com bem estar, saúde mental, aceitação corporal, identidade, ansiedade, solidão, falta de sono, cyberbullying e FoMo (*fear of missing out*, o medo de estar perdendo algo).

A pandemia do Sars-Cov-2 (COVID-19) impôs à sociedade global um contexto de isolamento social nos anos de 2020 e 2021. Com a restrição, o cenário de consumo de muita informação se intensifica. Em artigo publicado na revista Wired em junho de 2020⁷, a jornalista Angela Wattercutter menciona como o termo *doomsurfing* tem sido usado para definir a navegação por meio da linha do tempo de diferentes mídias sociais sem propósito, com potencial nocivo causado pelas informações de baixa confiabilidade, pela polarização política e pelo medo e insegurança causados pelo cenário pandêmico.

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) define a infodemia no relatório “Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19”⁸ como “um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual”(2020, p. 3). Veja a série de reportagem neste link: https://youtube.com/playlist?list=PLuZdCXMEGYxYjOfuLZ1HSLj_KdTuBu2hU

1.1 OBJETIVO GERAL

Identificar e socializar efeitos do consumo excessivo de informação nas redes sociais e também formas de ter uma relação saudável com o ambiente digital informacional.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.1.1 Produzir uma série de três reportagens em vídeo sobre o tema;

⁶ ROYAL SOCIETY FOR PUBLIC HEALTH. #StatusOfMind: *Social media and young people's mental health and wellbeing*. 2017.

⁷WATTERCUTTER, Angela. *Doomscrolling Is Slowly Eroding Your Mental Health*. <<https://www.wired.com/story/stop-doomscrolling/>> Acesso em: 29.set.2020.

⁸ ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19. Disponível em: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14> Acesso em: 15.set.2020.

1.1.2 Oferecer maior conhecimento sobre os efeitos do consumo excessivo de informação via redes sociais e formas de construir uma relação mais saudável neste cenário;

1.1.3 Testar minhas habilidades como produtora, repórter e editora no telejornalismo;

1.1.4 Disponibilizar o conteúdo no canal Telejornalismo UnB na plataforma *YouTube*.

Link:

https://youtube.com/playlist?list=PLuZdCXMEGYxYjQfuLZ1HSLj_KdTuBu2hU

1.3 JUSTIFICATIVA

A escolha do tema não deixa de passar por motivações pessoais. Como estudante de jornalismo, os professores incentivam, desde o início, que sigamos e acompanhem diferentes fontes de informação. Esse leque se amplia com as primeiras experiências profissionais, nos estágios profissionalizantes. Comecei a perceber, de forma individual, efeitos negativos do uso prolongado das redes sociais. Me vi em um dilema de não querer me informar com frequência sendo uma aspirante a jornalista.

Efeitos semelhantes começaram a ser percebidos em colegas e pessoas de diferentes idades, profissões e níveis de escolaridade. A partir de pesquisas pessoais, comecei a perceber como diferentes estudos já se debruçam sobre o tema em uma tentativa de compreender e definir as consequências da hiperinformação. Descubri e desenvolvi formas de consumir conteúdo de forma mais consciente e saudável de acordo com a minha rotina.

O tema ganhou uma nova roupagem no contexto da pandemia da covid-19, que intensificou processos de desinformação e fadiga vinda do consumo de informação. No artigo da revista *Wired* “*Doomscrolling Is Slowly Eroding Your Mental Health*”⁹, a autora aponta o uso da expressão *doomsurfing* como próprio do isolamento pandêmico: uma rolagem do *feed* de notícias sem propósito, em que se absorve uma grande quantidade de informações não necessariamente comprometidas com a qualidade destas. Junta-se a isso o medo e a desesperança característicos do momento.

Escolhi o formato de série de reportagens em vídeo por afinidade e por entender como as reportagens audiovisuais podem despertar empatia e captar a atenção por meio de diferentes recursos. Além disso, trata-se de um meio de comunicação democrático e de fácil

⁹ O título do artigo contém um neologismo na língua inglesa, ainda sem tradução oficial para o português. Em tradução livre, o título diz: *Doomscrolling* está acabando lentamente com a sua saúde mental.

acesso em um país de grandes dimensões como o Brasil. Um conteúdo em formato audiovisual pode ser acessado e consultado por pessoas com diferentes níveis de escolaridade.

O contexto de 2021 mostra a importância de informar e produzir um material jornalístico sério e confiável que ajude a população a lidar com o problema da infoxicação e desenvolver formas mais saudáveis de lidar com os ambientes digitais.

2. DISCUSSÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA

2.1 JORNALISMO AUDIOVISUAL NA WEB

O jornalismo televisivo brasileiro passa por constantes mudanças desde o surgimento para se adaptar a melhor maneira de transmitir informações para o público. Com a popularização da internet, essas transformações se intensificam com maior velocidade. Maia (2011)¹⁰ explica:

Desde a veiculação do primeiro telejornal brasileiro, as modificações, advindas com o tempo, são naturais e perceptíveis em todos os noticiários, independente de emissora. Afinal, à medida que a sociedade evolui, acaba por impor, também, a mutação de bens, serviços e entretenimento. Na atualidade, a ordem nas redações é romper paradigmas por muitos anos cultivados, mas que têm se revelado ineficientes na conquista do telespectador. Modelos que por muito tempo eram propagados de geração em geração de telejornalistas têm sido deixados de lado a fim de dar lugar à experimentação, ao novo. (MAIA, 2011, p.8).

A discussão acerca dos melhores termos para definir a atuação dos veículos de mídia na internet são constantes no ambiente acadêmico, ressalta Nogueira (2005, p. 11)¹¹. A digitalização não é condição para o cenário da cultura de convergência (JENKINS, 2006), mas corrobora para uma “aceleração antes impensada na vida social”, ressalta Becker (2009, p.100)¹². A autora também chama atenção para o que nomeia como “ilusória plenitude informativa na sociedade contemporânea” e aponta uma superabundância tanto da circulação de imagens quanto também das informações em diferentes suportes e linguagens (2009, p.96).

¹⁰ MAIA, Aline Correa da Silva. O telejornalismo no Brasil na atualidade: em busca do telespectador. Seminário Internacional Análise de Telejornalismo: desafios teórico metodológicos, 2011, Salvador. Anais científicos do Seminário Internacional Análise de Telejornalismo, 2011.

¹¹ NOGUEIRA, Leila. O Webjornalismo Audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e TV UERJ Online. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia. Orient: Prof. Elias Machado. Maio 2005.

¹² BECKER, Beatriz. Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção. Estudos em Jornalismo e Mídia - Ano VI - n. 2. P. 95 - 111. Jul./Dez. 2009.

O telejornalismo, como todos os outros formatos jornalísticos, passa por mudanças significativas e mostra-se cada vez mais atento a conceitos do ambiente online como a hipertextualidade, a interatividade e a multimídia. Becker esclarece:

Um conteúdo de um site jornalístico pode ser excelente sem recorrer a essas possibilidades, até porque um texto com infinitas de recursos pode carecer de valor informativo. Mas, essas características narrativas das notícias no ciberespaço apresentam novas construções discursivas que devem ser avaliadas e exploradas. (BECKER, 2009, p. 102).

Para Roos, Negrini & Belochio (2019)¹³, o telejornalismo também precisa se adaptar para alcançar e fidelizar uma audiência “diversificada, exigente e participativa” (2019, p.114). As autoras reforçam ainda como a internet expôs o jornalismo televisivo à tensão dos formatos consolidados e hegemônicos. Os telejornais universitários, por exemplo, recorrem às alternativas online na falta de um canal de TV para a exibição dos produtos, como o YouTube, as redes sociais e sites, reforçam as autoras supracitadas (2019, p.116).

Os telejornais mais tradicionais, vindos de emissoras de televisão aberta, também recorrem a internet para a veiculação do conteúdo produzido. Os sites criados para a disponibilização das reportagens originalmente feitas para a televisão são definidos como de transposição, uma vez que migram o material, por completo, para o espaço virtual. Tal esforço de adaptação ao cenário do século XXI é descrito por Leticia Renault em *Webtelejornalismo*:

“O webtelejornal carrega para o ciberespaço a tradição audiovisual do telejornalismo e, ao mesmo tempo, abandona características da mídia televisiva que acabam ultrapassadas pela natureza hipertextual da web. A observação demonstrou que, dada a natureza virtual do webtelejornalismo, sua primeira característica é ultrapassar o imediatismo e a instantaneidade da informação ao vivo no telejornalismo.” (RENAULT, 2014, pg. 140)

Para se referir às práticas jornalísticas audiovisuais transmitidas tanto na internet quanto na televisão, Becker (2009) utiliza o termo jornalismo audiovisual:

¹³ ROOS, R.; NEGRINI, M. & BELOCHIO, V. *Jornalismo Audiovisual na Web: perspectivas e reflexões*. ECCOM, v. 10, n. 20. Jul./dez. 2019.

“Ao identificar transformações nas narrativas dos telejornais e apontar características discursivas do webjornalismo audiovisual observa-se que essas distintas narrativas têm sofrido influências mútuas e passam por um processo de hibridização mediadas pelas tecnologias digitais. As atividades de ver TV e acessar internet, e mais especificamente de assistir ao telejornal e de acompanhar as notícias audiovisuais publicadas na web, começam a se fundir.” (BECKER, 2009, p.97).

As nomenclaturas criadas para conceituar o jornalismo audiovisual veiculado na internet também são diversas. Roos, Negrini & Belochio (2019) pontuam, por exemplo, o registro de webtelejornalismo, cibertelejornalismo, webjornalismo audiovisual e videojornalismo (2019, p.119). Independente da nomenclatura utilizada, Nogueira explicita que esta categoria surge apenas na terceira fase do webjornalismo, quando desenvolve-se tecnicamente a exploração da multimídia no ambiente online:

Decidimos adotar a terminologia Webjornalismo Audiovisual para identificar a atividade que utiliza formatos de notícia com imagem em movimento e som enquanto elementos constitutivos do produto disponibilizado nos bancos de dados da web. O conceito envolve ainda a atividade jornalística que é veiculada apenas através deste suporte. É importante lembrar, também, que o webjornalismo incorpora os usuários na produção dos conteúdos e é, por natureza, multimidiático. Ou seja, realiza-se no ciberespaço e, por isso, permite que diversos elementos como fotografia, infográfico, áudio e vídeo sejam usados na complementação da mensagem. (NOGUEIRA, 2005, p.13)

Segundo Lage (2001)¹⁴, é a partir do século XIX, “tempo de revelações”, que o espaço jornalístico antes marcado pela publicização deu espaço aos fatos reais, por meio da reportagem. Deste momento em diante traçam-se novas fronteiras para a atuação dos profissionais de imprensa, como “discernir o que é privado, de interesse individual, do que é público, de interesse coletivo; o que o Estado pode manter em sigilo e o que não pode; os limites éticos do comércio e os custos sociais da expansão capitalista” (2001, pg. 6). Os mesmos princípios norteiam, até os dias atuais, a atividade jornalística.

O autor continua e descreve como, no século XX, o jornalismo consolida função indispensável para a sociedade à medida que a informação torna-se essencial para a vida

¹⁴ LAGE, Nilson. A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. 2001. Disponível em: <<http://nilsonlage.com.br/a-reportagem-teoria-e-tecnica-de-entrevista-e-pesquisa-jornalistica/>>

cotidiana da população. “O âmbito da informação necessária ampliou-se muito além da capacidade individual de acesso do homem comum a outras fontes - textos didáticos, documentos oficiais etc”. (LAGE, 2001.) Neste contexto, observado até os dias atuais, não cabe ao jornalista a simples tarefa de reportar com vocabulário de fácil compreensão. O processo inclui também, segundo Lage:

"A percepção do que é dito ou do que acontece, a sua inserção em um contexto (o social e, além desse, toda informação guardada na memória) e a produção de nova mensagem, que será levada ao público a partir de uma estimativa sobre de que tipo de informação esse público precisa ou qual quer receber. Em suma, o repórter, além de traduzir, deve confrontar as diferentes perspectivas e selecionar fatos e versões que permitam ao leitor orientar-se diante da realidade." (LAGE, 2001, pg. 9)

Sodré e Muniz (1986)¹⁵ definem a reportagem como o lugar por excelência da narração jornalística. Enquanto a notícia está amarrada ao factual, ao acontecimento diário, a reportagem não (1986, pg.11). No momento em que os fatos cotidianos são "discursivamente trabalhados", tornam-se reportagem.

Sodré e Muniz apontam quatro principais características da reportagem como gênero jornalístico: a) predominância da forma narrativa; b) humanização do relato; c) texto de natureza impressionista e d) objetividade dos fatos narrados (1986, pg. 15). De acordo com a situação, alguma característica se sobrepõe.

O caminho de construção da reportagem, para Lage (2001), inclui processos como a produção e a organização da pauta, a seleção de fontes e entrevistados e a realização de entrevistas. No momento de produção da pauta, deve-se não apenas acompanhar o desenrolar do fato observado, como também “explorar suas implicações, levantar antecedentes - em suma, investigar e interpretar” (2001, pg. 17). O autor assegura que também há espaço para a construção de reportagens não relacionadas a um acontecimento específico. Nestes casos, faz parte também da produção a análise das condições técnicas e financeiras disponíveis e o alinhamento de expectativas.

¹⁵ SODRÉ, Muniz e FERRARI, Maria Helena. Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística. 5 ed. V 14. São Paulo: Summus, 1986.

2.2 CONSUMO DE INFORMAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS

Durante a década de 2010, o uso dos smartphones foi popularizado no Brasil. O relatório de janeiro de 2020 Digital 2020 Brazil, da WeAreSocial e Hootsuite, mostra que 96% dos usuários brasileiros da internet (cerca de 143,9 milhões de pessoas) acessam-na por dispositivos móveis e passam, em média, 4h41min conectados diariamente.

Parte considerável deste tempo conectado é gasto nas mídias sociais (3h31min, de acordo com o relatório). As plataformas mais usadas entre os indivíduos brasileiros de 16 a 64 anos ativos na internet são: YouTube (96%), Facebook (90%), WhatsApp (88%), Instagram (79%), Fb Messenger (66%), Twitter (48%), Pinterest (40%) e LinkedIn (37%).

Neste contexto contemporâneo, nasce a preocupação com os efeitos do consumo exagerado de informação no ambiente digital informacional. São reflexos físicos como problemas de postura e de visão, mas também psicológicos e sociais.

Para Clay A. Johnson, autor de “Dieta da informação: uma defesa do consumo consciente”¹⁶, é necessário prestar atenção à informação que consumimos da mesma forma que aos alimentos que ingerimos. Dessa forma, mostra-se importante desenvolver uma dieta de informação. Não diz respeito a restringir o acesso, mas “consumir mais dos produtos certos e desenvolver hábitos saudáveis” (2012, pg. 23). O autor faz questão de salientar que sempre houve mais conhecimento do que qualquer ser humano é capaz de assimilar. Dessa forma, seria “ignorar a história” (2012, pg. 45) falar que a sobrecarga de informação é um problema novo, advindo das redes sociais.

Novas ferramentas enfrentam historicamente maior resistência e uma carga de críticas acerca dos potenciais efeitos de uso. É possível citar o rádio, a televisão, o celular, os serviços de *streaming*, entre outros. Johnson destaca que o que fica mais explícito, no entanto, são comportamentos já existentes. É necessário, então, assumir a responsabilidade pelo consumo de informação, e analisar de forma crítica como ela chega, que efeitos causa e como lidar com eles. (2012, pg. 46)

Ainda relacionando vocabulários e processos relacionados à nutrição, Johnson aponta a existência da obesidade de informação: um tipo de ignorância que resulta não da falta de conhecimento, mas do consumo de grande quantidade de informação sabidamente errada, porém de acordo com convicções pessoais.

¹⁶ JOHNSON, Clay. A dieta da informação: uma defesa do consumo consciente. Editora Novatec, 2019.

Os principais sintomas são: apneia nos momentos em que se checa as redes sociais, limitada percepção da passagem do tempo, fadiga de atenção (causada pelo excesso de estímulos), perda da amplitude social, percepção distorcida da realidade e fidelidade às marcas. Contudo, os benefícios da adoção da dieta de informação seriam ainda maiores que o temor acerca das consequências: “uma vida longa e feliz”, além de “ajudar a desenvolver relacionamentos mais significativos e próximos com quem se ama”. (2012, pg. 99)

Para exemplificar como ter uma dieta de informação mais saudável, Johnson criou o termo *infovegano*. Veganos não consomem produtos de origem animal, apenas vegetais. Logo, se aproximam da base da pirâmide trófica de alimentos e reduzem a perda de energia. O mesmo ocorreria com a informação que passa por diferentes atores até chegar ao consumidor final. Exercitar o *infoveganismo* “requer consumo e planejamento conscientes e, em maior medida, habilidades aguçadas e aprimoradas”, explica o autor. “Significa abandonar um sistema que é ao menos moralmente questionável em troca de um caminho diferente” (2012, pg. 104-105), valorizar fontes de informação confiáveis e mais próximas dos fatos.

O físico espanhol Alfons Cornella criou na década de 1990 o neologismo *infoxicação*, a *intoxicação informacional*. Trata-se da falta da capacidade de absorver a grande quantidade de informação disponível a todo momento, que torna mais difícil assimilar e entender a relevância dos conteúdos.

Cornella (2010)¹⁷ vai ao encontro de Johnson e destaca que o problema não é puro e simplesmente tecnológico e também cultural, psicológico ou sociológico. Por este motivo, tentar construir ferramentas tecnológicas para solucionar o problema do excesso de informação não seria efetivo, porque a informação continuaria aumentando em um ritmo bem mais acelerado.¹⁸

Em pesquisa realizada com alunos recém-formados ou no fim do curso de Jornalismo das universidades Rei Juan Carlos, Carlos III e Complutense de Madri, Rodríguez & Barrio (2015)¹⁹ buscaram compreender os efeitos da *infoxicação* neste grupo que está em

¹⁷ CORNELLA, Alfons. *Cómo sobrevivir a la infoxicación*. Acto de entrega de títulos de los programas de Formación de Posgrado del año académico 1999-2000.

¹⁸ Durante a pesquisa feita para a construção deste trabalho, a autora percebeu que o artigo em que Alfons Cornella criou o neologismo *infoxicação* não se encontra mais disponível. Acredita-se que tenha sido apagado recentemente, pois um trabalho de 2016 chega a citá-lo. O autor tem um livro com o nome *Infoxicação*, mas na área da Tecnologia da Informação. Por isso, foi tomada a decisão de utilizar outros trabalhos para complementar o conceito.

¹⁹ RODRÍGUEZ, R. F.; BARRIO, M. G. *Infoxicación implicaciones del fenómeno en la profesión periodística*. Revista de Comunicación de la SEECI, p. 141-181, nov.2015. Disponível em: <<http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/340>>. Acesso em: 20.nov.2020.

constante contato com uma grande quantidade de informação. “A infoxicação pode interferir em qualquer uma das fases que compõem o processo de informação, afetando tanto o papel de leitor quanto de produtor de conteúdo” (2015, p. 12), ressaltam.

Um ciclo que demonstra como o processo de infoxicação ocorre foi elaborado, a partir do contato com o grupo focal: a urgência característica dos meios digitais alimenta uma produção de conteúdo rápida em que o produto é pouco elaborado e geralmente curto, com informações de agências de notícia e que pode também ser raso. Junta-se a isto o fator quantidade: uma porção de conteúdos como este são produzidos durante o dia e circulam nas mídias sociais. O último elemento é a desconfiança: o usuário sente dificuldade em saber em qual conteúdo confiar e opta por consumir uma quantidade maior de informação para se sentir mais informado dos fatos. (2015, p.11)

Apesar do ciclo de infoxicação relatado pelos participantes da pesquisa ser semelhante, Rodríguez & Barrio (2015) relatam que o termo não chega a ser mencionado. Contudo, quando perguntados sobre as consequências de “tentar assimilar um grande volume de dados”, os membros do grupo focal descrevem sintomas do processo de infoxicação:

Todos coincidem em apontar insegurança, insatisfação, falta de confiança, opressão, frustração e até bloqueio. Um estado de derrota resultante da tentativa de assimilar e processar mais informações do que o sistema nervoso central consegue. Esses sentimentos descritos pelos sujeitos coincidem, em termos gerais, com conceitos nos quais a infoxicação está relacionada a uma patologia, como a Síndrome da Fadiga de Informação (Lewis, 1996) ou a Ansiedade de Informação definida por Richard Wurman (2001). (RODRÍGUEZ & BARRIO, 2015, p.12).

O combate aos malefícios da infoxicação perpassam iniciativas a nível individual e coletivo. No âmbito escolar, Kwiecinski, Bertagnolli & Villarroel (2020)²⁰ apontam a importância de professores capacitados em educação midiática para que os jovens consigam lidar com o desafio: "Capacitações contínuas de professores na área de informática na educação podem ser meios poderosos de unir o contexto escolar à realidade virtual dos alunos, instrumentalizando-os no combate à infoxicação por meio do ensino de seleção e

²⁰ KWIECINSKI A., BERTAGNOLLI S., VILLARROEL M. Infoxicação, políticas públicas e educação. Revista ScientiaTec v. 7 n. 1 (2020): Edição Especial 4º Seminário de Pós-Graduação do IFRS. p. 5-17. Junho, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ifrs.edu.br/index.php/ScientiaTec/article/view/4137>>. Acesso em: 15.nov.2020.

filtragem de informações e do auxílio na transformação destas informações em conhecimento e aprendizagens significativas à vida do aluno." (2020, p.10).

Um dos fatores que pode contribuir para a infoxicação é a circulação frequente de conteúdos enganosos nas redes sociais. As notícias falsas não são um problema surgido nos últimos anos, no ambiente online. Por isso, Claire Wardle defende que o uso do termo *fake news* (notícias falsas) não é adequado para o estudo abrangente do fenômeno como é conhecido atualmente. Na língua inglesa, existem palavras diferentes para abordar conceitos semelhantes, utilizados pela autora: *misinformation* (o compartilhamento inadvertido de informações falsas) e *disinformation* (criação e compartilhamento deliberados de informações sabidamente falsas, com intenção). Ambos os termos são traduzidos para português como desinformação.

A classificação desenvolvida por Wardle decompõe três elementos para a análise dos tipos de desinformação: “os diferentes tipos de conteúdo que estão sendo criados e compartilhados, as motivações de quem cria este conteúdo e as formas como este conteúdo está sendo disseminado”. A autora classifica: “existem sete tipos distintos de conteúdo problemático dentro de nosso ecossistema de informações. Eles se sentam em uma escala que mede vagamente a intenção de enganar”.

Os sete tipos de conteúdo disseminador de desinformação são (em tradução livre): 1) Sátira ou paródia: sem intenção de causar dano, mas com potencial para confundir. 2) Conteúdo enganoso: uso enganoso da informação existente para enquadrar um problema ou indivíduo. 3) Conteúdo impostor: quando fontes genuínas e confiáveis são falsificadas de forma consciente. 4) Conteúdo fabricado: criação de um novo conteúdo totalmente falso desde o princípio, que é criado com a intenção de enganar e causar danos. 5) Conexão falsa: uso de recursos como manchetes, legendas ou imagens para construir relações não existentes. 6) Contexto falso: compartilhamento de um conteúdo genuíno e verdadeiro inserido em um contexto falso ou enganoso. 7) Conteúdo manipulado: uso de informações e imagens verdadeiras em clara manipulação com objetivo de enganar.

Wardle pontua ainda a necessidade de análise das motivações para criação de conteúdo enganoso e da forma como ele é propagado. As motivações incluem provocações, paródias, influência política, jornalismo sem credibilidade, entre outras (em constante evolução e aperfeiçoamento). Os mecanismos de propagação também se diversificam a cada dia, mas incluem pessoas que não checam a informação e a repassam, jornalistas sem

credibilidade e movimentos organizados que buscam influenciar a opinião pública com uso de ferramentas automatizadas:

Quando as mensagens são coordenadas e consistentes, elas facilmente enganam nossos cérebros, já exaustos e cada vez mais dependentes de heurísticas (atalhos psicológicos simples) devido à quantidade avassaladora de informações piscando diante de nossos olhos todos os dias. Quando vemos várias mensagens sobre o mesmo assunto, nossos cérebros usam isso como um atalho para a credibilidade. (WARDLE, 2017)

Dessa forma, a autora consegue desenhar um ponto de intersecção entre os trabalhos coordenados de desinformação, danosos para os indivíduos e para a democracia, e o processo de infoxicação ou sobrecarga de informação. Os conteúdos falsos, disseminados em grande quantidade a fim de gerar desinformação, contribuem para que os indivíduos tenham dificuldade em desenvolver uma relação saudável e responsável com as redes sociais.

3. CONTEXTUALIZAÇÃO

3.1 PANDEMIA DA COVID-19 E INFODEMIA

As primeiras notícias acerca da covid-19 remetem a dezembro de 2019, na província chinesa de Wuhan. Uma nova síndrome respiratória aguda grave com alto potencial de contaminação. As imagens dos cidadãos chineses em isolamento social cantando pelas janelas dos prédios comoveram o mundo. Os olhos estavam todos voltados para a China enquanto o país construía em tempo recorde hospitais de campanha para abrigar os contaminados que cresciam de forma exponencial.

A situação, porém, ainda parecia distante do resto do globo. Países se dividiam entre resgatar os cidadãos em território chinês e começavam a pensar em políticas de fechamento de fronteiras terrestres e aéreas. A população mundial assistiu, posteriormente, países europeus como Itália e Espanha terem os sistemas de saúde colapsados e mais uma porção de relatos tristes tornavam-se conhecidos: famílias sem poder se despedir de entes queridos, descrições detalhadas da sensação de afogamento causada pelo comprometimento dos pulmões, cidades sem caixões para enterrar os falecidos.

É importante ressaltar que existem controvérsias quanto às origens da covid-19. Um estudo da Universidade de Barcelona encontrou vestígios do vírus em amostras retiradas do esgoto da cidade espanhola de março de 2019²¹. Apesar do primeiro caso ter sido reportado no Brasil em 26 de fevereiro de 2020²², um estudo do Laboratório de Virologia Aplicada da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em parceria com a espanhola Universidade de Burgos encontrou amostras do RNA do novo coronavírus no esgoto de Florianópolis em novembro de 2019²³. Existem pesquisas semelhantes em andamento em diferentes países.

O primeiro registro de morte pela doença no Brasil foi na cidade de São Paulo, em 12 de março de 2020²⁴. Não houve uma coordenação a nível nacional sobre as medidas restritivas. Dessa forma, coube a cada estado definir o fechamento das atividades e adoção de medidas sanitárias como a obrigatoriedade de máscaras, o uso de álcool em gel para higienização e o distanciamento social.

A pandemia no Brasil foi marcada também pela instabilidade política: em um intervalo de um ano, o cargo de chefia do Ministério da Saúde foi trocado quatro vezes (o médico ortopedista e deputado Luiz Henrique Mandetta até 16 de abril de 2020²⁵, o oncologista Nelson Teich até 15 de maio de 2020²⁶, o general Eduardo Pazuello até 23 de março de 2021²⁷ e o cardiologista Marcelo Queiroga desde então).

Além disso, foi instaurada em abril de 2021 uma comissão parlamentar de inquérito no Senado Federal, popularmente conhecida como CPI da Covid, para investigar ações e omissões do governo federal no combate à pandemia. Entre os fatos apresentados estão a

²¹ Coronavírus foi encontrado em março de 2019, diz estudo espanhol. Disponível em:

<<https://valor.globo.com/mundo/noticia/2020/06/27/coronavirus-foi-encontrado-em-marco-de-2019-diz-estudo-e-spanhol.ghtml>> Acesso em: 20.nov.2020

²² Brasil confirma primeiro caso do novo coronavírus. Disponível em:

<<https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/02/brasil-confirma-primeiro-caso-do-novo-coronavirus>> Acesso em: 15.nov.2020

²³ Novo coronavírus já estava no esgoto de Santa Catarina em novembro. Disponível em:

<<https://bityli.com/HwRnt>> Acesso em: 20.nov.2020

²⁴ Primeira morte por covid-19 no Brasil aconteceu em 12 de março. Disponível em:

<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-06/primeira-morte-por-covid-19-no-brasil-aconteceu-em-12-de-marco>> Acesso em: 12.ago.2021

²⁵ Mandetta anuncia saída do Ministério da Saúde. Disponível em:

<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-04/mandetta-anuncia-saida-do-ministerio-da-saude>> Acesso em: 12.ago.2021

²⁶ Teich deixa o Ministério da Saúde antes de completar um mês no cargo e após divergir de Bolsonaro.

Disponível em:

<<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/05/15/teich-deixa-o-ministerio-da-saude-antes-de-completar-um-mes-no-cargo.ghtml>> Acesso em 12.ago.2021

²⁷ Eduardo Pazuello é exonerado do Ministério da Saúde. Disponível em:

<<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/2021/03/23/pazuello-e-exonerado-do-ministerio-da-saude>>. Acesso em 12.ago.2021

divulgação de medicamentos sem eficácia comprovada contra a doença, a ineficiência para a compra de vacinas, posturas públicas do presidente da república Jair Bolsonaro que contrariavam as medidas sanitárias vigentes, entre outros²⁸.

Para combater a desinformação e oferecer à população um acompanhamento constante da situação da pandemia no país, uma das iniciativas foi o Consórcio de Veículos de Imprensa formado pelos jornais G1, O Globo, Extra, Estadão, Folha e UOL. Diariamente, o grupo coleta dados de números de casos, mortes e vacinação em todo o país. Oferecem também à população o cálculo da média móvel de casos e óbitos registrados, para o acompanhamento da curva epidemiológica da doença no país.²⁹

A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a covid-19 como pandemia em 11 março de 2020³⁰. À época, haviam cerca de 118 mil casos e 4,2 mil mortes registradas em 114 países. Entre os países com maior número de casos registrados em 2020, estão Estados Unidos, Índia, Brasil, México e Reino Unido.

O contexto é composto, então, de incertezas acerca da pandemia e do comportamento do vírus. Alia-se a um acesso facilitado da internet na sociedade contemporânea - cerca de 70% dos brasileiros (algo em torno de 150,4 milhões de pessoas) - e a Organização Panamericana de Saúde (OPAS) aponta no relatório “Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19” a citação da OMS, que declara que o surto de covid-19 tem sido acompanhado também de uma “enorme infodemia: um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa” (2020, p. 2).

Como o próprio nome diz, a infodemia é uma epidemia de informação. Não se refere apenas à covid-19, mas o mesmo relatório explica que as redes sociais fazem com que informações falsas e alarmantes se propaguem com velocidade, como o próprio vírus. Sobre a existência de uma infodemia concomitante à pandemia da covid-19, a OPAS esclarece:

Em uma pandemia, a desinformação pode prejudicar a saúde humana. Muitas histórias falsas ou enganosas são inventadas e compartilhadas sem

²⁸ CPI da Covid é criada pelo Senado. Disponível em:

<<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/04/13/senado-cria-cpi-da-covid>> Acesso em 12.ago.2021

²⁹ Veículos de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/08/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.ghtml>> Acesso em 12.ago.2021

³⁰ OMS afirma que COVID-19 é agora caracterizada como pandemia. Disponível em:

<https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6120:oms-afirma-que-covid-19-e-agora-caracterizada-como-pandemia&Itemid=812> Acesso em: 15.nov.2020

que se verifique a fonte nem a qualidade. Grande parte dessas desinformações se baseia em teorias conspiratórias; algumas inserem elementos dessas teorias em um discurso que parece convencional. Estão circulando informações imprecisas e falsas sobre todos os aspectos da doença: como o vírus se originou, a causa, o tratamento e o mecanismo de propagação. A desinformação pode circular e ser absorvida muito rapidamente, mudando o comportamento das pessoas e possivelmente levando-as a correr riscos maiores. Tudo isso torna a pandemia muito mais grave, afetando mais pessoas e comprometendo o alcance e a sustentabilidade do sistema global de saúde. (OPAS, 2020, p.2).

O relatório mostra também cinco maneiras como a infodemia pode agravar o cenário pandêmico. São elas: a falta de controle de qualidade do conteúdo publicado; qualquer indivíduo poder usar os mais diversos canais online para publicar informações; tomadas de decisões cruciais afetadas pela falta de uma análise minuciosa das evidências; dificultar que fontes confiáveis sejam encontradas em buscas e também os efeitos diretos nos indivíduos, como sentimentos de exaustão, ansiedade, depressão, dificuldade de tomar decisões e sobrecarga mental e emocional.

4. MEMORIAL

4.1 PRÉ-PRODUÇÃO

O processo de pré-produção foi feito entre o primeiro e o segundo semestre de 2021 (semestres letivos 2020/2 e 2021/1, respectivamente). Cabe ressaltar que minha experiência como produtora estagiária do telejornal SBT Brasil, durante meu período de estágio no SBT Brasília, foi de fundamental importância para a organização que esta etapa me exigiu.

Entre maio e julho, selecionei entrevistados entre psicólogos, comunicadores, pesquisadores e outros. Entrei em contato via e-mail com o convite de entrevista e fui muito bem respondida por todos. Alguns não conseguiram participar por indisponibilidade de agenda. Concordaram com a entrevista: Camila Cintra, Mariana Mandelli, Paulo Faltay, Anna Bentes, Bruna Matos, Tiago Cunha, Silvio Ferreira, Luiza Voll e Daniela Arrais. A descrição de cada um será feita abaixo.

Neste período, também formei uma equipe composta por amigos alunos da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC-UnB). De forma voluntária e com parceria e disponibilidade ímpares, foram indispensáveis para o desenvolvimento do meu projeto. O grupo é composto por: Paula Hong (cinegrafista), Luiz Felipe Curado (editor de

imagens), Luíza Chagas (captação e edição de som). A vinheta foi desenvolvida por João Miguel Bastos.

Para conhecimento, as funções desempenhadas por esta pesquisadora foram: pesquisa, seleção de entrevistados, montagem da pauta, entrevistas, construção do texto da reportagem e coordenação do processo de edição de imagens. O auxílio prestado pela equipe teve como objetivo ampliar a qualidade técnica do produto.

Cabe ressaltar que no momento da formação da equipe ainda era incerta a atuação desta. A possibilidade de gravação presencial de passagens da repórter era vislumbrada apenas mediante melhora da situação epidemiológica da pandemia em Brasília, com a redução de casos e óbitos por covid-19 e o avanço da vacinação. Também por este motivo, as entrevistas foram realizadas via Google Meet, o que possibilitou a participação de pessoas que moram em diferentes cidades, como Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP) e Congonhal (MG).

Como parte da pré-produção, também foi feita a pesquisa de referências visuais para a reportagem audiovisual. Com todas as mudanças impostas pela pandemia, o telejornalismo adotou novos padrões de imagem e vídeo, como a entrevista por videoconferência. Uma das referências utilizadas foi o canal do YouTube Papo de Música, da jornalista cultural Fabiane Pereira. Com entrevistas jornalísticas semanais, Fabiane passou a utilizar imagens de apoio nas entrevistas em que aparecia em frente ao computador conversando com o entrevistado, como exemplificado abaixo:



Imagem de apoio do canal Papo de Música, da jornalista carioca Fabiane Pereira

4.2 PRODUÇÃO

4.2.1 Perguntas

Antes das entrevistas, montei um roteiro de perguntas para cada entrevistado, aberto a modificações necessárias durante os diálogos, de acordo com a observação da repórter. Os principais questionamentos feitos eram, em linhas gerais e sujeitos a adaptações:

- Que tipo de efeitos negativos do uso das redes sociais é possível notar?
- Como a pandemia afetou este cenário?
- Que tipo de medidas podem ser tomadas a nível individual e coletivo para reduzir os efeitos negativos do uso das redes sociais?
- Já se sentiu infocado? Como lidou com isso?
- Como construir um consumo mais consciente e saudável nas redes sociais?
- Como o padrão de beleza imposto nas redes sociais, com o uso de filtros e edição de imagens, pode influenciar a população mais jovem?
- Qual a importância da educação midiática?
- Qual a importância de medidas de regulamentação de plataformas?

4.2.2 Entrevistados

Ao todo, foram dez entrevistados distribuídos entre os três episódios da série de reportagem. Segue abaixo descrição breve de cada um, com os temas abordados em cada conversa:

- *Mariana Mandelli*: Coordenadora de comunicação do EducaMídia, projeto de educação midiática do Instituto Palavra Aberta. A iniciativa foi criada para capacitar educadores e engajá-los em prol da educação midiática de jovens. Na entrevista, Mariana aborda o conceito de educação midiática, a atuação do projeto, a importância da educação midiática para o combate da infociação e as particularidades da população mais jovem.
- *Paulo Faltay*: Pesquisador do MediaLabUFRJ e da Rede Latino-americana de estudos em vigilância, tecnologia e sociedade/LAVITS. Aborda, na entrevista, o ambiente digital informacional brasileiro durante a pandemia, o

funcionamento das plataformas de redes sociais, a urgência do debate a nível estrutural e a importância do jornalismo e da ciência frente a este cenário.

- *Camila Cintra*: Pesquisadora e consultora em tendências de comportamento e consumo. Autora do livro “O Instagram está padronizando os rostos?”, trabalho final da Pós-Graduação em Cultura Material e Consumo pela USP. Na entrevista, aborda a pesquisa feita no livro e explica a influência do Instagram na percepção do rosto, os principais efeitos negativos observados dentro de seu campo de pesquisa, a importância do debate a nível estrutural e a análise crítica sobre a responsabilização dos indivíduos neste processo regido pelas plataformas.
- *Silvio Ferreira*: Médico cirurgião plástico membro da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica no Distrito Federal (SBCP-DF). Comenta, como profissional da área, a interferência das redes sociais na percepção das pacientes que chegam ao consultório com referências que não são executáveis e reais.
- *Tiago Cunha*: Analista de pesquisas do Grupo Consumoteca, especialistas em análise de tendências. Entre os assuntos abordados em entrevista, está o processo de infociação, os processos de polifonia digital e boia factual característicos do momento em que vivemos nas redes sociais, o funcionamento das plataformas, a dinâmica imposta no ambiente online com a pandemia, análise do termo “detox digital” e encaminhamentos para a melhora da situação.
- *Anna Bentes*: Pesquisadora do MediaLab.UFRJ e da Rede Latino-americana de estudos em vigilância, tecnologia e sociedade/LAVITS. Anna Bentes pesquisa sobre a chamada economia da atenção, e este foi o foco da entrevista. Ela explica os fatores envolvidos, conceitos, reflexos, funcionamento.
- *Daniela Arrais e Luiza Voll*: Comunicadoras, sócias da Contente.vc, primeira plataforma brasileira criada para refletir sobre o uso da internet e das redes sociais de maneira saudável e consciente. A entrevista aborda tópicos como a definição do projeto e como ele surgiu, as percepções e efeitos negativos notados por ambas que culminaram na criação desse espaço, dicas para um consumo mais consciente e saudável.

- *Bruna Matos*: Fotógrafa moradora de Congonhal (MG), Bruna compartilha em suas redes sociais as reflexões sobre o uso mais consciente e saudável desses espaços. Incentiva a comunidade a compartilhar processos semelhantes, indica leituras e faz uma curadoria semanal de conteúdos sobre o tema. Na entrevista, ela conta o percurso que a levou até este momento e como exercita uma postura mais consciente dia a dia.
- *Anna Lucia Spear King*: Psicóloga diretora do Instituto Delete - Detox Digital e Uso Consciente das Redes Sociais, da UFRJ. Publicou, entre outros títulos, livros sobre a nomofobia, a dependência patológica das redes sociais, e sobre a ergonomia digital, em que aponta as consequências físicas do uso de tecnologias. Na entrevista, conceitua os dois processos e comenta os efeitos negativos do uso prolongado das redes sociais observados em consultório.

4.2.3 Condições de gravação

As entrevistas para este projeto foram realizadas entre julho e agosto. É importante ressaltar que, além das entrevistas feitas à distância, o cenário pandêmico também afetou a disponibilização de equipamentos para a execução do trabalho com a suspensão das atividades presenciais na Universidade de Brasília. Em semestres letivos presenciais, a Faculdade de Comunicação disponibilizaria câmera, lapela, tripé, gravador, estúdio de gravação de áudio, computadores para a edição da reportagem, entre outros recursos.

Contudo, pude contar com o empréstimo de equipamentos (câmera, lapela, tripé, gravador) de pessoas queridas que foram essenciais para a qualidade do meu produto final. Agradeço mais uma vez a João Miguel Bastos, Paula Hong e Sarah Aquino pela disponibilidade em me auxiliar neste percurso de pesquisa.

As chamadas de vídeo feitas pelo Google Meet foram gravadas no notebook desta pesquisadora pelo próprio aplicativo e disponibilizadas no Google Drive. Posteriormente, foi feita a decupagem do material para facilitar o processo de edição.

As passagens foram gravadas, em primeiro momento, de forma provisória para observação da professora orientadora. Posteriormente, de forma definitiva, em 12 de outubro. Foi escolhida uma locação aberta, bem arejada. Toda a equipe de gravação já havia tomado as duas doses da vacina contra covid-19 e também foram observados com atenção os protocolos sanitários como uso de máscaras, distanciamento e limpeza com álcool gel.

É importante pontuar que gravar as passagens em ambiente externo foi uma decisão minha. A professora orientadora deste projeto indicou, por motivos de segurança sanitária, que os orientandos não saíssem para a produção da reportagem. Como observei acima, a gravação das passagens foi feita apenas depois da vacinação com duas doses.

4.3.4 Construção da reportagem

Todo o material foi armazenado em nuvem via Google Drive e também em um HD externo, por segurança. Com as entrevistas feitas e decupadas, uma primeira versão do texto da reportagem foi escrita a partir do mapeamento dos assuntos abordados em cada conversa. A separação do conteúdo de cada episódio foi pensada seguindo a definição: primeiro episódio - exposição do problema, segundo episódio - contexto e terceiro episódio - soluções.

Com a estrutura narrativa da reportagem definida, foi o momento de encaixar cada fala e trabalhar a capacidade de edição do material. No jornalismo audiovisual, off's e sonoras dos entrevistados precisam se complementar. Algumas informações reveladas nas entrevistas foram usadas para a construção do texto, enquanto outras, mais objetivas e relevantes, apareceram como sonoras.

Neste momento, dois exercícios individuais foram feitos por esta pesquisadora: pensar nas possíveis dúvidas do espectador (o interesse público, norteador da atividade jornalística) e eliminar as repetições nas falas dos entrevistados, muitas vezes corriqueiras na linguagem falada. Com os objetivos e perguntas bem alinhados com o resultado final, essa dinâmica torna-se mais fácil.

Ressalto como dificuldades no percurso de produção as restrições causadas pela pandemia, como a mudança na duração do semestre letivo e a não disponibilização de equipamentos e estrutura para a gravação e edição do material. Durante a realização das entrevistas por videoconferência, também tive dificuldades ao depender da conexão de internet, que por vezes prejudicava a qualidade da imagem dos entrevistados.

4.3 PÓS-PRODUÇÃO

A pós-produção deste trabalho foi realizada entre agosto e outubro. A edição do material foi feita com o programa Adobe Premiere, pela autora desta pesquisa em parceria com o aluno e editor de imagens Luiz Felipe Curado.

Cabe ressaltar que, em razão da pandemia, optei por não gravar imagens externas, na rua, que serviriam como imagens de apoio para a série de reportagens. Uma das soluções encontradas, em contato com Ig Uractan, diretor de programação da UnBTV, foi a de utilizar imagens do acervo da TV universitária, com os devidos créditos atribuídos. Também foram utilizadas imagens do canal CHANNEL PMI - FREE STOCK VIDEO, com uso gratuito mediante atribuição dos créditos. A trilha sonora foi obtida pela biblioteca de áudios do YouTube, também com utilização sem custos adicionais para os usuários.

A vinheta foi feita pelo videomaker João Miguel Bastos. A inserção de um botão deslizável foi pensada, junto ao som de teclado de celular, para ambientar a reportagem no espaço-tempo. Ambos os elementos estão presentes no dia a dia de quem utiliza telefones celulares e redes sociais. Durante a animação do texto, aparecem imagens relacionadas ao tema. As fontes utilizadas foram Intro Black Regular para o título e Arial para o subtítulo. As cores são dois tons de azul e uma de verde junto ao título, mesma combinação da paleta de cores institucional da Universidade de Brasília.



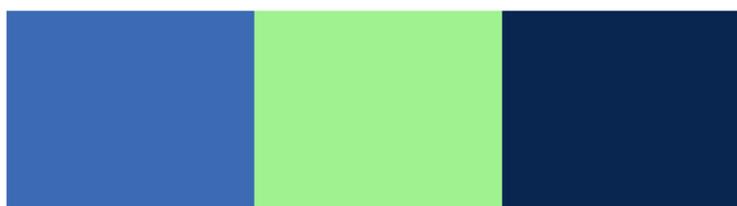
Vinheta da série de reportagens

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:; ' " (!?) +-*/=

Fonte Intro Black Regular, utilizada no título

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;' " (!?) +-*/=

Fonte Arial, utilizada no subtítulo



#3C6AB5

#9FF28F

#092651

Paleta de cores utilizada na vinheta

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o processo de pesquisa, amadureci muito minhas percepções sobre o tema. Amadurecimento este que é característico das pesquisas, uma vez que temos contato com nosso objeto. Traduzindo para o vocabulário jornalístico diário, quando “vamos para a rua”.

Todos os entrevistados foram unânimes em apontar que existem, sim, problemas na relação dos indivíduos com as ferramentas digitais. Para citar alguns exemplos: problemas de âmbito psicológico, como na autoestima e na capacidade de concentração, e também físicos, como dores no pescoço, mãos e vista cansada, entre outros.

A forma como percebemos, enunciamos e agimos frente aos obstáculos percebidos é decisiva para a mudança. É fundamental apontar que não se trata de uma questão individual, facilmente resolvida com um fim de semana longe das redes sociais. Por este motivo é importante ter cuidado na utilização de neologismos com teor patológico - infoxicação, infodemia, entre outros - sob o risco de culpabilizar indivíduos por um problema estrutural.

O uso excessivo das redes pode ser reflexo de problemas psicológicos, que demandam acompanhamento médico, mas também resultado de uma estrutura desenhada para propositalmente captar tempo e atenção dos usuários. Pode-se dizer que hoje essas consequências negativas são bem conhecidas até mesmo pelas plataformas. Mas enquanto não houver firme regulamentação, elas ainda atuam em um espaço nebuloso.

Também a regulamentação mostra ser uma opção limitada, ao observarmos a velocidade desproporcional entre as mudanças no ambiente online e os processos legislativos. Seria possível explorar, com mais detalhes, as legislações propostas em diferentes países e a mudança de postura dos donos das plataformas frente às responsabilizações. Enxergo também a possibilidade de explorar os diferentes vieses sociais e culturais dentro deste contexto, como as relações de gênero, raça, classe e orientação sexual.

Existem pequenas atitudes individuais que podem ser tomadas para qualificar o fluxo de informação diário. Tirar as notificações dos aplicativos, evitar o uso logo ao acordar ou antes de dormir, se informar a partir de veículos de jornalismo profissional, entre outras. Por mais que exista a impressão de que os nativos digitais já sabem lidar com as tecnologias, também é fundamental o investimento na educação midiática para a população jovem. Assim, formam-se cidadãos mais preparados para agir de maneira mais saudável com o ambiente digital e conscientes das potenciais consequências negativas.

A sociedade se transforma com a chegada de novas ferramentas. O surgimento é acompanhado de temores com teor apocalíptico e uma porção de dúvidas sobre a correta utilização dos recursos oferecidos, até que as ferramentas sejam melhor estudadas e regularizadas. Foi assim com a prensa, o telégrafo, o telefone, a televisão, o celular, só para citar alguns exemplos mais proeminentes.

Cito situações anteriores para afirmar que apesar de todo o cenário parecer tão negativo, acredito em um futuro potencialmente melhor. Com movimentos em diferentes direções - individuais e coletivas - é possível pressionar as plataformas por posicionamentos mais firmes em prol da saúde mental e da manutenção da democracia, assim como criar uma consciência individual acerca da utilização saudável e ponderada das redes sociais.

Sobre a experiência de desenvolver todos os estágios de produção de uma reportagem audiovisual, com certeza foi bastante desafiadora. Cada etapa, como a produção, reportagem e edição exigem habilidades diferentes que fui capaz de notar enquanto a pesquisa foi realizada. Entre elas, destaco a organização, capacidade de síntese, curiosidade e criatividade.

Admito que senti, em alguns momentos, dificuldades de concentração, foco e análise crítica decorrentes do cenário pandêmico e da extensão do ensino remoto. O jornalismo audiovisual apresenta uma porção de possibilidades distintas para o desenvolvimento de uma reportagem. Com a pandemia da covid-19, algumas adaptações foram criadas para permitir as gravações à distância, e acredito que as alternativas pensadas neste momento, como as entrevistas por videoconferência e o uso de ferramentas em nuvem tem muito a contribuir com a atividade jornalística diária.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECKER, Beatriz. **Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção.** Estudos em Jornalismo e Mídia - Ano VI - n. 2. P. 95 - 111. Jul./Dez. 2009.

CORNELLA, Alfons. **Cómo sobrevivir a la infoxicação.** Acto de entrega de títulos de los programas de Formación de Posgrado del año académico 1999-2000.

CORNELLA, Alfons. **Infoxicação...** Disponível em:
<<https://alfonscornella.com/2013/10/02/infoxicacion/>>

DOMO: Data never sleeps 7.0. Disponível em:
<<https://www.domo.com/learn/data-never-sleeps-7>>

HOOTSUITE. WE ARE SOCIAL. **Digital 2020 Brazil.** <
<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-brazil-january-2020-v01>>

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2013.

JOHNSON, Clay. **A dieta da informação: uma defesa do consumo consciente.** Editora Novatec, 2019.

KWIECINSKI A., BERTAGNOLLI S., VILLARROEL M. **Infoxicação, políticas públicas e educação.** Revista ScientiaTec v. 7 n. 1 (2020): Edição Especial 4º Seminário de Pós-Graduação do IFRS. p. 5-17. Junho, 2020. Disponível em:
<<https://periodicos.ifrs.edu.br/index.php/ScientiaTec/article/view/4137>>

MAIA, Aline Correa da Silva. **O telejornalismo no Brasil na atualidade: em busca do telespectador.** Seminário Internacional Análise de Telejornalismo: desafios teórico metodológicos, 2011, Salvador. Anais científicos do Seminário Internacional Análise de Telejornalismo, 2011.

NOGUEIRA, Leila. **O Webjornalismo Audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e TV UERJ Online.** Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia. Orient: Prof. Elias Machado. Maio 2005.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19.** Disponível em:
<https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14>

RODRÍGUEZ, R. F.; BARRIO, M. G. **Infoxicação implicaciones del fenómeno en la profesión periodística.** Revista de Comunicación de la SEECI, nov.2015. Disponível em:
<<http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/340>>

ROOS, R.; NEGRINI, M. & BELOCHIO, V. **Jornalismo Audiovisual na Web: perspectivas e reflexões.** ECCOM, v. 10, n. 20. Jul./dez. 2019.

ROYAL SOCIETY FOR PUBLIC HEALTH. **#StatusOfMind: Social media and young people's mental health and wellbeing.** 2017.

SODRÉ, Muniz e FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística.** 5 ed. V 14. São Paulo: Summus, 1986.

WARDLE, Claire. **Fake news. It's complicated.** First Draft, 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>

WATTECUTTER, Angela. **Doomscrolling Is Slowly Eroding Your Mental Health.** <https://www.wired.com/story/stop-doomscrolling/>

7. APÊNDICE A: LOGO



#3C6AB5

#9FF28F

#092651

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,; ' " (!?) +-*/=

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,;' " (1?)+-*/=

8. APÊNDICE B: ROTEIRO REPORTAGEM AUDIOVISUAL

EPISÓDIO 1	
IMAGEM	ÁUDIO
VINHETA	[VINHETA]
SONORA DANIELA ARRAIS	[DANIELA]: A GENTE SEMPRE FOI MUITO HEAVY-USER, A GENTE SEMPRE GOSTOU DE USAR AS REDES SOCIAIS ASSIM QUE ELAS ERAM LANÇADAS E SEMPRE CRIANDO COISAS ALI NAQUELA REDES. DEPOIS DE UM TEMPO A GENTE VAI PERCEBENDO QUE A INTERNET QUE TANTO NOS DAVA, TAMBÉM TAVA TIRANDO UM POUCO.
IMAGENS DE APOIO DE PESSOAS MEXENDO NO CELULAR	[OFF 1]: TODOS SOMOS POTENCIAIS CRIADORES DE CONTEÚDO, INFLUENCIADORES, EMISSORES DE INFORMAÇÃO. NÃO EXISTE MAIS ENTRAR OU SAIR DA INTERNET - ESTAMOS CONECTADOS O TEMPO TODO.
ARTE COM DADOS + OFF	A POPULAÇÃO BRASILEIRA ADULTA PASSA EM MÉDIA 9H17MIN CONECTADA À INTERNET POR DIA. TRÊS HORAS E MEIA NAS REDES SOCIAIS.
ARTE COM DADOS + OFF	A CADA MINUTO DE 2019 FORAM POSTADAS MAIS DE 55 MIL FOTOS NO INSTAGRAM, 511 MIL TUÍTES, 231 MIL CHAMADAS NO SKYPE, 4 MILHÕES E 500 MIL VÍDEOS FORAM ASSISTIDOS NO YOUTUBE. MAS QUE EFEITOS ESSA HIPERCONNECTIVIDADE PODE GERAR?
DANIELA ARRAIS, SÓCIA DA CONTENTE.VC	[DANIELA] A GENTE COMEÇOU A SENTIR COISAS DO TIPO ABRIR O INSTAGRAM E SENTIR INVEJA PORQUE ALGUÉM ÀS 7H DA MANHÃ JÁ TAVA DANDO UMA PALESTRA PARA MIL PESSOAS NUM LUGAR MUITO ESPECIAL, PORQUE OUTRA PESSOA FOI PROMOVIDA NA CARREIRA, PORQUE A

<p>IMAGENS DE APOIO DA DANIELA, SOZINHA E COM A SÓCIA LUIZA VOLL</p> <p>LUIZA VOLL, SÓCIA DA CONTENTE.VC</p> <p>GRAVAÇÕES DE TELA #AINTERNETQUEAGENTEQUER + PÁGINA CONTENTE.VC</p> <p>SONORA DANIELA ARRAIS</p>	<p>OUTRA TÁ COM A SUA FAMÍLIA DE COMERCIAL DE MARGARINA. A GENTE COMEÇOU "CARAMBA, É MUITO...". A GENTE SE COMPARA COM ESSAS OUTRAS VIDAS. A GENTE TEM TANTO ACESSO A VIDA DOS OUTROS QUE DE REPENTE A GENTE SE VÊ NESSE LOOPING DE COMPARAÇÃO.</p> <p>[OFF 2]: DANIELA ARRAIS É COMUNICADORA E CONHECEU A SÓCIA LUIZA VOLL PELA INTERNET. A PARTIR DE EXPERIÊNCIAS PESSOAIS, ELAS VIRAM NA RELAÇÃO DA SOCIEDADE COM AS NOVAS TECNOLOGIAS UMA OPORTUNIDADE E UMA MISSÃO: IDENTIFICAR OS EFEITOS NEGATIVOS DAS REDES SOCIAIS E CRIAR UMA COMUNIDADE PARA REFLETIR E PROPOR MUDANÇAS, A CONTENTE.</p> <p>[LUIZA VOLL]: APROVEITAMOS TODAS AS MARAVILHAS QUE A INTERNET PODE NOS PROPORCIONAR. E COMEÇAMOS A SENTIR ALGUNS EFEITOS NÉ, O QUE A GENTE CHAMA DE EFEITOS COLATERAIS. QUANDO A GENTE COMEÇOU A SENTIR ISSO NA PELE, A GENTE PENSOU QUE SERIA MUITO IMPORTANTE REFLETIR SOBRE TODOS ESSES TEMAS QUE NOS ATRAVESSAM EM COMUNIDADE. FOI ASSIM QUE SURTIU ESSE MOVIMENTO A INTERNET QUE A GENTE QUER E TAMBÉM A NOSSA COMUNIDADE NO INSTAGRAM @CONTENTE.VC</p> <p>[DANIELA ARRAIS]: A GENTE COMEÇOU A PENSAR MAIS NA INTERNET QUE A GENTE QUER QUE EXISTA EM 2015, PORQUE A GENTE SE DEU CONTA DE QUE A GENTE ESTÁ O TEMPO INTEIRO NA INTERNET, CADA VEZ MAIS. E O BRASIL É UM DOS PAÍSES QUE MAIS PASSA TEMPO CONECTADO, SENDO QUE</p>
---	---

<p>IMAGENS DE APOIO DA ROYAL SOCIETY FOR PUBLIC HEALTH + ARTE DESTACANDO OS PONTOS MAIS IMPORTANTES</p>	<p>A GENTE NÃO TEM TANTA DIMENSÃO DOS EFEITOS QUE ISSO PODE TER NA NOSSA VIDA PORQUE A GENTE COSTUMA TRATAR A INTERNET COMO LUZ ELÉTRICA, COMO ALGO QUE SEMPRE ESTEVE AÍ.</p> <p>[OFF 3]: CADA VEZ MAIS GENTE SE DEDICA A ENTENDER OS EFEITOS NEGATIVOS DO USO PROLONGADO DAS REDES SOCIAIS. A ROYAL SOCIETY FOR PUBLIC HEALTH, NO REINO UNIDO, ENTREVISTOU 1500 JOVENS COM IDADES ENTRE 14 E 24 ANOS. PARA ELES, A REDE MAIS NOCIVA É O INSTAGRAM, SEGUIDA PELO SNAPCHAT, FACEBOOK, TWITTER E YOUTUBE. O ESTUDO TAMBÉM IDENTIFICOU QUE ESSES AMBIENTES DIGITAIS ESTÃO RELACIONADOS A PROBLEMAS DE ACEITAÇÃO CORPORAL, SAÚDE MENTAL, AUTOESTIMA, IDENTIDADE E CIBERBULLYING.</p>
<p>IMAGEM DE APOIO DA CAMILA + FOTO DO LIVRO DELA</p>	<p>UMA DAS PESQUISADORAS QUE SE PROPÔS A ESTUDAR ALGUNS EFEITOS DAS REDES É CAMILA CINTRA, AUTORA DO LIVRO O INSTAGRAM ESTÁ PADRONIZANDO OS ROSTOS?. NA PESQUISA, ELA EXPÕE COMO AS FERRAMENTAS DIGITAIS INTENSIFICAM A INCIDÊNCIA DE PADRÕES ESTÉTICOS.</p>
<p>CAMILA CINTRA, PESQUISADORA EM COMPORTAMENTO E CONSUMO</p>	<p>[CAMILA CINTRA]: O ROSTO ESTÁ FICANDO PADRONIZADO NAS REDES. A GENTE TEM VISTO EMPIRICAMENTE ROSTOS MUITO PARECIDOS TANTO NO AMBIENTE DO INSTAGRAM QUANTO NAS RUAS. E AÍ EU FUI ATRÁS DE DADOS, DE OUVIR REALMENTE ASSIM O NÚMERO DE CIRURGIAS PLÁSTICAS ESTAVAM AUMENTANDO MUITO, O NÚMERO DE PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS ESTAVA AUMENTANDO E CONSEQUENTEMENTE A GENTE VIU O CRESCIMENTO NA DE ALGUNS NÍVEL DE</p>

IMAGENS DE APOIO DE PESSOAS
MEXENDO NO CELULAR

ANSIEDADE DE INSATISFAÇÕES OS
PROBLEMAS DE AUTOIMAGEM.

DE FORMA QUE A GENTE VAI
ALIMENTANDO NOSSO IMAGINÁRIO O
TEMPO TODO COM REFERÊNCIAS QUE
VÃO NOS GERANDO ESSE DESEJO DE
PARECER. A GENTE VAI MUDANDO OS
PAR METROS E FICANDO COM OS PAR
METROS NO NOSSO ROSTO DESDE HORA
QUE A GENTE ACORDA, QUE A GENTE
PÕE SMARTPHONE NA CARA, NO
INSTAGRAM, NA HORA QUE VAI
DORMIR. É O DIA TODO, ENTÃO ACHO
QUE O QUE MUDOU MUITO É A
QUANTIDADE E A INCISÃO DESSE TIPO
DE REFERENCIAL. O NOSSO IMAGINÁRIO
BASTANTE COLONIZADO NESSE
SENTIDO, COM ESSE BOMBARDEIO DE
INFORMAÇÃO, DE REFERENCIAIS. E EU
ACHO QUE COMBINA BASTANTE COM A
INFOXICAÇÃO DE FORMA GERAL ASSIM,
É QUASE COMO SE FOSSE UMA
INFOXICAÇÃO ESTÉTICA DIGAMOS
ASSIM NÉ

IMAGENS DE APOIO KIM KARDASHIAN
(USANDO ROUPAS APERTADAS DEMAIS)

[OFF 4]: ESSES REFERENCIAIS NÃO
EXISTEM NEM MESMO COM
INTERVENÇÃO CIRÚRGICA, COMO
EXPLICA O REPRESENTANTE DA
SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA
PLÁSTICA.

SILVIO FERREIRA DA SILVA, SOCIEDADE
BR. DE CIRURGIA PLÁSTICA/DF

[SILVIO FERREIRA]: AS FOTOS, ELAS
NÃO CONDIZEM COM A POSSIBILIDADE
NEM ORGÂNICA, NEM TÉCNICA, DE
VOCÊ CONSEGUIR UM RESULTADO NEM
SEMELHANTE ÀQUELE QUE A PACIENTE
TRAZ A FOTO. ISSO É MUITO PERVERSO
PRO CIRURGIÃO HONESTO E CORRETO,
TEM QUE É DESMISTIFICAR E TIRAR
ESSA PARTE AÍ DO PACIENTE.
"IMPOSSÍVEL, ESSA MAMA NESSA
POSIÇÃO NÃO EXISTE, É ANTINATURAL,
TÁ TENDO UM ARTIFÍCIO DE

<p>SONORA CAMILA CINTRA</p>	<p>FOTOGRAFIA, ARTIFÍCIOS DE PHOTOSHOP QUE NÃO CONDIZEM COM A REALIDADE"</p>
<p>IMAGENS DE APOIO: GRAVAÇÕES DE TELA YOUTUBE + VÍDEOS DE ALTERAÇÃO DE FOTOS</p>	<p>[CAMILA CINTRA]: HOJE A GENTE TEM UM ACESSO A FERRAMENTAS DIGITAIS DE EDIÇÃO QUE ANTES QUE A GENTE VAI UM PROFISSIONAIS, FICAVA NUM AMBIENTE MAIS RESTRITO. [...] A GENTE NÃO CONSEGUE DIFERENCIAR PRATICAMENTE A OLHO NU SE TEM ALGUMA EDIÇÃO ALI ENTÃO A GENTE TOMA AQUILO COMO VERDADE.</p>
<p>SONORA SILVIO FERREIRA</p>	<p>[SILVIO FERREIRA]: ENTÃO MUITO CUIDADO AS PESSOAS, ESPECIALMENTE OS MAIS JOVENS, SE ELE É INFLUENCIADOS HOJE PELOS INFLUENCERS [...] O QUE ELA VIU NA MÍDIA SOCIAL DO QUE É POSSÍVEL REALIZAR TECNICAMENTE PARA O ORGANISMO DAQUELA PESSOA.</p>
<p>SONORA CAMILA CINTRA</p>	<p>[CAMILA CINTRA]: ENFIM, VÃO SE DESDOBRANDO DIVERSAS CONSEQUÊNCIAS FÍSICAS, DE SAÚDE TANTO FÍSICA QUANTO MENTAL POR CONTA DOS REFERENCIAIS ESTÉTICOS. ENTÃO ACHO QUE A PROPOSTA TODA É A GENTE ENTENDER O QUE TÁ ACONTECENDO PARA A GENTE ESCOLHER O QUE QUE A GENTE CONSIDERA QUE SEJA UM CONSUMO SAUDÁVEL DE CONTEÚDO NA INTERNET E DE REFERENCIAIS ESTÉTICOS.</p>
<p>IMAGENS DE APOIO DA ENTREVISTADA + GRAVAÇÃO DE TELA DO SITE DO INSTITUTO DELETE</p>	<p>[OFF 5]: ANNA LUCIA SPEAR KING É PSICÓLOGA DIRETORA DO INSTITUTO DELETE - DETOX DIGITAL E USO CONSCIENTE DE TECNOLOGIAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO, PRIMEIRO NÚCLEO ESPECIALIZADO NO TEMA DO PAÍS. ELA RESSALTA COMO, ALÉM DOS EFEITOS PSICOLÓGICOS, É PRECISO PRESTAR</p>

<p>ANNA LUCIA SPEAR KING, DIRETORA DO INSTITUTO DELETE/UFRJ</p> <p>PASSAGEM</p> <p>SOBE SOM</p> <p>ENTRAM CRÉDITOS E AGRADECIMENTOS</p>	<p>ATENÇÃO AOS REFLEXOS FÍSICOS DE PASSAR MUITO TEMPO NAS REDES, A ERGONOMIA DIGITAL.</p> <p>[ANNA LUCIA SPEAR KING]: EM PRIMEIRO LUGAR A GENTE TEM QUE VER A ERGONOMIA DIGITAL, AS POSTURAS E OS MOBILIÁRIOS QUE AS PESSOAS TÃO USANDO PRA INTERAGIR COM O TRABALHO, COM AS REDES SOCIAIS, COM TUDO USANDO O COMPUTADOR DE MESA OU TELEFONE CELULAR. [...] ENTÃO A GENTE ACABA, A MÉDIO E LONGO PRAZO, COM PROBLEMAS NA COLUNA CERVICAL POR CONTA DISSO.</p> <p>[MARIAH 1]: NA BUSCA POR DAR NOME AOS BOIS, TERMOS DIFERENTES PRA EXPLICAR PROCESSOS BEM SEMELHANTES JÁ APARECERAM. INFOXICAÇÃO, QUE É SE SENTIR INTOXICADO DE INFORMAÇÃO. INFOTOXICAÇÃO. INFODEMIA, A EPIDEMIA DE INFORMAÇÃO. SÍNDROME DA FADIGA INFORMATIVA. NOMOFOBIA, A DEPENDÊNCIA PATOLÓGICA DAS TECNOLOGIAS. SEMPRE EXISTIU MAIS INFORMAÇÃO DO QUE A GENTE CONSEGUE ASSIMILAR, MAS AGORA TUDO PARECE MAIS URGENTE. APRENDEMOS MENOS, OPINAMOS MAIS. E NO MEIO DESSA GUERRA, NOSSA ATENÇÃO E NOSSO TEMPO VIRARAM MOEDA. E EU TE EXPLICO COMO TUDO ISSO FUNCIONA NO PRÓXIMO EPISÓDIO.</p>
---	---

EPISÓDIO 2	
IMAGEM	ÁUDIO
VINHETA SONORA TIAGO CUNHA	[VINHETA] [TIAGO CUNHA] AS DUAS INDÚSTRIAS QUE CHAMAM OS CLIENTES DE

<p>IMAGENS DE APOIO, PESSOAS MEXENDO NO CELULAR</p> <p>ANNA LUCIA SPEAR KING, DIRETORA INSTITUTO DELETE/UFRJ</p> <p>SOBE SOM IMAGENS DE APOIO, PESSOAS NO CELULAR</p> <p>ANIMAÇÃO LOGO GRUPO CONSUMOTECA + GRAVAÇÃO SITE GRUPO CONSUMOTECA</p>	<p>USUÁRIOS É A DE DADOS E A DE DROGAS, DO TRÁFICO DE DROGAS. ENFIM, É MUITO ISSO SIM, ACHO QUE A IDEIA DE USUÁRIO ELA SURGE DESSA IDEIA DE ONDE VOCÊ SE TORNA UM VICIADO NAQUILO, VOCÊ SE TORNA USUÁRIO É ISSO, É REPETIÇÃO DESSA CONSTANTE.</p> <p>[OFF 6]: EM CASOS MAIS GRAVES, O USO DAS FERRAMENTAS DIGITAIS EM EXCESSO PODE SER INDÍCIO DE UMA DEPENDÊNCIA PATOLÓGICA DAS REDES, COMO EXPLICA A DOUTORA ANNA LUCIA.</p> <p>[ANNA LUCIA] OLHA, A NOMOFOBIA É A DEPENDÊNCIA PATOLÓGICA DAS TECNOLOGIAS. EXISTE UMA DIFERENÇA, AS PESSOAS SE DIZEM DEPENDENTES, “AH, DEPENDO DAS TECNOLOGIAS, SOU VICIADA”, MAS AS PESSOAS NÃO SÃO VICIADAS NESSE CASO, ELAS SÃO MAL EDUCADAS. [...] ENTÃO ESSE CASO É O CASO DA NOMOFOBIA, NÃO A DEPENDÊNCIA QUE TODAS NÓS TEMOS, INCLUSIVE EU, POR LAZER OU TRABALHO, DE TODOS OS DIAS ESTAR USANDO A TECNOLOGIA.</p> <p>[OFF 7]: ALÉM DOS PACIENTES NOMOFÓBICOS, QUE PRECISAM DE ACOMPANHAMENTO PROFISSIONAL, O QUE A MAIORIA DAS PESSOAS SENTE AO PASSAR MUITO TEMPO NAS REDES É RESULTADO DE UM CENÁRIO COMPLEXO QUE PERMEIA NOSSA RELAÇÃO COM O DIGITAL.</p> <p>UMA DAS INSTITUIÇÕES QUE SE PROPÕE A ENTENDER ESSA CONJUNTURA É O GRUPO CONSUMOTECA, DO QUAL O PESQUISADOR TIAGO CUNHA FAZ PARTE. NESTE CONTEXTO, ELES OBSERVAM OS FENÔMENOS DA POLIFONIA DIGITAL E DA BOIA FACTUAL, DIRETAMENTE RELACIONADOS AO EXCESSO DE INFORMAÇÃO NAS REDES SOCIAIS.</p>
--	--

<p>TIAGO CUNHA, PESQUISADOR GRUPO CONSUMOTECA</p> <p>DANIELA ARRAIS, SÓCIA DA CONTENTE.VC</p> <p>SONORA TIAGO</p> <p>IMAGEM DE APOIO, CELULAR COM ÍCONES DAS REDES SOCIAIS. ENTRA IMAGEM ANNA BENTES. ARTE “ECONOMIA DA ATENÇÃO”</p>	<p>[TIAGO]: A GENTE ENTENDEU UM CONCEITO QUE É MUITO IMPORTANTE QUE É A POLIFONIA DIGITAL NÉ, A GENTE CUNHOU ESSE TERMO PARA FALAR DESSA IDEIA, DESSA PROLIFERAÇÃO DE CRIADORES DE CONTEÚDO NÉ, DESSES YOUTUBERS, DESSES INSTAGRAMMERS, DE TODAS ESSAS PESSOAS QUE FALAM DA MESMA COISA NÉ.</p> <p>[DANIELA]: EU SEMPRE TENHO MUITA AGONIA DO FATO DE QUE A GENTE PASSA O MESMO O DIA INTEIRO VENDO A MESMA NOTÍCIA MIL VEZES NÉ. NÃO É QUE A GENTE TÁ LENDO UMA ANÁLISE, SABENDO TUDO QUE ROLA EM CUBA, POR EXEMPLO, A GENTE SÓ SABE DE UMA TRETA. E AÍ FALA UMA TRETA, UM CONTEÚDO SE DESDOBRA NOS STORIES DE 20 PESSOAS, E A GENTE ACHA QUE A GENTE TÁ VENDO MUITO SOBRE UM DETERMINADO ASSUNTO, A GENTE SÓ TÁ VENDO REPETIDO.</p> <p>[TIAGO]: TAMBÉM POR CONTA DESSA POLIFONIA DIGITAL NÉ, DE MUITAS PESSOAS FALANDO A MESMA COISA, A GENTE ENTENDEU QUE EXISTE UMA COISA PARA O CONSUMIDOR OU PARA O LEITOR OU PARA PESSOAS QUE CONSOMEM INTERNET QUE É UMA COISA. UM OUTRO CONCEITO QUE A GENTE ENTENDEU COMO BOIA FACTUAL. A GENTE É COBRADO BASICAMENTE DAR OPINIÃO TEMPO INTEIRO NÉ. [...] ALGORITMO VAI CADA VEZ MAIS TE COLOCANDO NO ESPECTRO DE UMA BOLHA, DE OUTRA BOLHA, ENFIM.</p> <p>[OFF 8]: QUANTO MAIS TEMPO PASSAMOS NAS REDES, MAIS DINHEIRO É GERADO PARA AS PLATAFORMAS. ESSE MODELO DE NEGÓCIO É CONHECIDO COMO ECONOMIA DA ATENÇÃO, OBJETO DE ESTUDO DA PESQUISADORA ANNA BENTES.</p> <p>[ANNA BENTES]: A IDEIA CENTRAL DA</p>
--	--

<p>ANNA BENTES, PESQUISADORA MEDIALAB.UFRJ E LAVITS</p>	<p>ECONOMIA DA ATENÇÃO É QUE VOCÊ TEM UM MUNDO NO QUAL HÁ UM EXCESSO DE ESTÍMULOS, DE CONTEÚDOS, DE PRODUTOS QUE ESTÃO AÍ AMPLAMENTE OFERTADOS. [...] NUM MUNDO COM EXCESSO DE INFORMAÇÃO VAI FALTAR AQUILO QUE A INFORMAÇÃO CONSUME DOS SEUS DESTINATÁRIOS, QUE É A ATENÇÃO.</p>
<p>IMAGENS DE APOIO VALE DO SILÍCIO + ARTE ESCRITA CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA</p>	<p>[OFF 9]: PARA FATURAR EM CIMA DO NOSSO TEMPO, AS BIGTECHS INICIAM UMA NOVA FASE NO MERCADO, O CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA, COMO EXPLICA O PESQUISADOR PAULO FALTAY.</p>
<p>PAULO FALTAY, PESQUISADOR MEDIALAB.UFRJ E LAVITS</p>	<p>[PAULO FALTAY]: ESSE É O MODELO PRIMORDIAL DE NEGÓCIOS DAS PLATAFORMAS FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER, DE DIRECIONAR CONTEÚDOS PERSONALIZADOS PARA AS PESSOAS [...] É CRIADO UM TIPO DE DADO QUE VAI ALIMENTAR ESSAS ENGRENAGENS DO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA.</p>
<p>PASSAGEM</p>	<p>[MARIAH 2]: TODA ESSA DINÂMICA TEM SE DESENHADO NA ÚLTIMA DÉCADA. AINDA FALTA MUITO PRA ENTENDERMOS E AGIRMOS NESSE CENÁRIO DE MANEIRA EFICAZ, INCISIVA E EFICIENTE. MAS A COVID-19, UMA PANDEMIA COM DIMENSÕES NUNCA ANTES EXPERIMENTADAS PELA NOSSA GERAÇÃO, VIROU TUDO DE CABEÇA PRA BAIXO. É POR ISSO QUE TODAS AS ENTREVISTAS DESSA REPORTAGEM FORAM FEITAS À DISTÂNCIA.</p>
<p>SONORA ANNA LUCIA</p>	<p>[ANNA LUCIA]: TODO MUNDO, COM A PANDEMIA, TEVE QUE SE ISOLAR, AS PESSOAS TAMBÉM QUE FICARAM DOENTES. FEZ COM QUE AUMENTASSE EM 63,5% O USO DE TECNOLOGIAS PRA TODO MUNDO, PORQUE FICOU SENDO A ÚNICA FORMA DE SE COMUNICAR MANTENDO A SAÚDE DE CADA UM.</p>
<p>IMAGENS DE APOIO DE ALFONS</p>	<p>[OFF 10]: QUANDO CRIOU O NEOLOGISMO INFOXICAÇÃO, O FÍSICO</p>

<p>CORNELLA + IMAGENS DA APOIO DA PANDEMIA DA COVID-19 + BOLSONARO TIRANDO MÁSCARA</p>	<p>ESPAÑHOL ALFONS CORNELLA DESCREVEU A CONDIÇÃO COMO UM ESGOTAMENTO PELO EXCESSO DE INFORMAÇÃO. FICAMOS DISPERSOS, ANSIOSOS, ESTRESSADOS. EM MEIO A UMA PANDEMIA QUE NOS ISOLOU, O TEMPO ONLINE AUMENTA. QUEREMOS SABER COMO ESTÃO NOSSOS AMIGOS E PARENTES, CONHECER MELHOR O VÍRUS. TODA HORA CHEGA UMA NOVA INFORMAÇÃO, UMA NOVA PERDA, UMA NOVA MENTIRA SAÍDA DA BOCA DAS MAIORES AUTORIDADES DO PAÍS.</p>
<p>SONORA DANIELA</p>	<p>[DANIELA]: O TEMPO FICOU MUITO TURVO, PORQUE A GENTE CONTINUA TENDO O MESMO TEMPO SENDO QUE A GENTE SE SENTE MAIS ACELERADO. AO MESMO TEMPO A GENTE NÃO CONSEGUE SE DESCONECTAR, ENTÃO A GENTE É IMPACTADO O TEMPO INTEIRO POR DIVERSAS EMOÇÕES. [...] E EU ACHO QUE ISSO FAZ COM QUE A GENTE TENHA UMA DIFICULDADE MUITO GRANDE DE SE DESCONECTAR E UMA DIFICULDADE DE FAZER ATIVIDADES QUE NÃO ENVOLVAM INTERNET.</p>
<p>SONORA TIAGO</p>	<p>[TIAGO]: A GENTE ENTENDEU NO GRUPO E O MICHEL ALCOFORADO, QUE É O SÓCIO E CEO DA EMPRESA, ELE ESTUDOU MUITO SOBRE ISSO QUE ELE ATÉ CHAMA COMO UM TERMO CHAMADO EFEITO DAD:</p>
<p>ARTE: DESMATERIALIZAÇÃO, ASSEPSIA E DESCONTEXTUALIZAÇÃO</p>	<p>DESMATERIALIZAÇÃO, ASSEPSIA E DESCONTEXTUALIZAÇÃO. QUE É O QUE A PANDEMIA FEZ COM A GENTE NÉ. MAS ESPECIFICAMENTE A PANDEMIA ELA VEIO DIZER PARA GENTE QUE O QUE TEM FORA É PERIGOSO NÉ. [...] AGENTE VIU NO COMEÇO DA PANDEMIA, A GENTE TAVA RODANDO PESQUISA SEMANAS NO BRASIL INTEIRO, QUANTITATIVAS, PARA ENTENDER O COMPORTAMENTO DAS PESSOAS. A GENTE VIU QUE POR EXEMPLO BATOM, TUDO QUE DE COSMÉTICOS QUE FUNCIONAVA PARA O ROSTO AINDA VENDIA BEM. A GENTE VIU A</p>
<p>ARTE: SETA PRA CIMA + MAQUIAGEM SETA PRA BAIXO + MODA</p>	<p>INDÚSTRIA DA MODA ENTRAR EM</p>

<p>SETA PRA CIMA + DECORAÇÃO</p>	<p>SURTO COMPLETAMENTE PORQUE A MODA QUE ERA MODA PAUTADA PARA SAIR DE CASA, O SAIR DE CASA FICOU SUSPENSO. ENTÃO A MODA PERDEU O SIGNIFICADO ALI. AINDA QUE MUITAS MARCAS CONSEGUIRAM SE REINVENTAR E PENSAR NESSE LOOK CONFORTÁVEL, A GENTE VÊ A INDÚSTRIA DE DECORAÇÃO DE CASA AUMENTAR. TÁ TODO MUNDO QUERENDO FAZER UM BACKGROUND PORQUE DE FATO QUE IMPORTA ESSE CROP DA VIDA NÉ.</p>
<p>SONORA PAULO</p>	<p>[PAULO]: ISSO ACARRETA, TEM COMO CONSEQUÊNCIA TAMBÉM UM MAIOR (PESQUISAS JÁ APONTAM) CONSUMO DE INFORMAÇÃO. POR ESSE MOTIVO E TAMBÉM PELO MOTIVO DA GENTE TÁ VIVENDO UM MOMENTO QUE NINGUÉM TINHA PASSADO COM A DOENÇA E NINGUÉM SABIA. LOGO AINDA NO COMEÇO AS INFORMAÇÕES SEMPRE ERAM ATUALIZADAS E CONSTANTE ATUALIZAÇÃO DE DESCOBERTAS CIENTÍFICAS E MEDIDAS POLÍTICAS SOCIAIS ENTÃO TAMBÉM HOUVE ESSA PROCURA POR MAIS INFORMAÇÕES PRA TENTAR ENTENDER E SE SITUAR NO QUE ESTAVA ACONTECENDO.</p>
<p>SONORA TIAGO</p>	<p>[TIAGO]: VINHA NOTÍCIA TODO DIA, TODA HORA, O HARD NEWS ESTAVA PESANDO A VIDA DA GENTE ALI. FAZENDO O PAPEL DELES, OBVIAMENTE, MAS A GENTE NUM MOMENTO MUITO DIFÍCIL. A GENTE VÊ QUE ISSO REFLETIA NO MERCADO DE TERAPEUTAS, DE PSQUIATRAS. [...] ENTÃO ISSO É MUITO TERRÍVEL, É MUITO PREOCUPANTE PORQUE EU ACHO QUE A NOVA FERRAMENTA BÉLICA QUE O MUNDO TEM É A INFORMAÇÃO.</p>
<p>SONORA PAULO</p>	<p>[PAULO]: EU ACHO DIFÍCIL DISCORDAR DA AFIRMAÇÃO QUE AS PLATAFORMAS TEM RESPONSABILIDADE E AJUDARAM A DISSEMINAR MAIS MEDO E MAIS DESINFORMAÇÃO NO CONTEXTO PANDÊMICO. JUSTAMENTE PORQUE AO</p>

<p>SONORA DANIELA</p> <p>PASSAGEM</p> <p>SOBE SOM</p> <p>ENTRAM CRÉDITOS E AGRADECIMENTOS</p>	<p>CONTRÁRIO DO JORNALISMO QUE TEM A INFORMAÇÃO COMO SEU PRODUTO OU MATÉRIA-PRIMA, A MATÉRIA-PRIMA DAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS NÃO É BEM A INFORMAÇÃO. [...] CONTEÚDOS MAIS CONSPIRATÓRIOS, CONTEÚDOS QUE VÃO CHAMAR ATENÇÃO E DESPERTAR A ATENÇÃO DA PESSOA ALI.</p> <p>[DANIELA]: A GENTE VAI SEMPRE VIVER NUM MUNDO QUE TEM MAIS INFORMAÇÃO DO QUE A GENTE DÁ CONTA DE CONSUMIR [...] OU EU TÔ ME INFORMANDO POR VEÍCULOS FEITOS POR JORNALISTAS QUE SÃO REMUNERADOS PARA FAZER ISSO? EU TÔ CONSEGUINDO VER CONTEXTO, EU TÔ CONSEGUINDO VER ANÁLISE, EU TÔ CONSEGUINDO APRENDER A PARTIR DAQUILO ALI OU SÓ TÔ NO LOOPING LOUCO ASSIM?</p> <p>[MARIAH 3]: DEU PARA PERCEBER QUE NÃO É ALGO QUE SE RESOLVE DE UM DIA PARA O OUTRO, NÉ? ATÉ PORQUE VIMOS QUE TEM GENTE INVESTINDO MUITO PARA QUE TUDO CONTINUE COMO ESTÁ. NO PRÓXIMO EPISÓDIO, VAMOS CONVERSAR SOBRE COMO MELHORAR AS COISAS A NÍVEL INDIVIDUAL E COLETIVO.</p>
---	--

EPISÓDIO 3	
IMAGEM	ÁUDIO
<p>VINHETA</p> <p>SONORA DANIELA ARRAIS</p>	<p>[VINHETA]</p> <p>[DANIELA]: A GENTE FICA COM ESSA VONTADE DE "AI, EU VOU PARA NATUREZA" SABE? IDEALIZA ESSE MOMENTO EM QUE A GENTE VAI CONSEGUIR SE CONECTAR DE OUTRA FORMA E PARECE QUE TEM QUE SER MAIS RADICAL. [...] COMO É QUE A GENTE CONSEGUE RECRIAR ESSA</p>

<p>IMAGENS DE APOIO, PESSOAS MEXENDO NO CELULAR</p> <p>ENTRA IMAGEM BRUNA + GRAVAÇÃO DO INSTAGRAM DELA</p> <p>BRUNA MATOS, FOTÓGRAFA</p> <p>IMAGENS DE APOIO DA BRUNA NOS DIAS OFFLINE</p> <p>ARTE: DESATIVAR AS NOTIFICAÇÕES, MONITORAR TEMPO DE USO, RESTRINGIR O USO DE ELETRÔNICOS ANTES DE DORMIR, NÃO ACOMPANHAR INFLUENCIADORES QUE OSTENTAM ESTILO DE VIDA IRREAL.</p> <p>PASSAGEM</p>	<p>RELAÇÃO NAS CONDIÇÕES QUE A GENTE TEM? ACHO QUE É ESSE É UM DOS MAIORES DESAFIOS</p> <p>[OFF 11]: REPENSAR O USO DAS REDES SOCIAIS É UM ESFORÇO DIÁRIO. NÃO EXISTE FÓRMULA DE BOLO. O IMPORTANTE É TENTAR EXERCITAR A CONSCIÊNCIA NA HORA DE NAVEGAR. BRUNA MATOS É FOTÓGRAFA E MORA EM MINAS GERAIS. ELA CHEGOU A PASSAR ATÉ 7 HORAS POR DIA ONLINE, E COMEÇOU A DEIXAR O CELULAR DE LADO EM ALGUNS DIAS DA SEMANA.</p> <p>[BRUNA MATOS]: E UMA DAS NECESSIDADES QUE EU SENTI FOI DE FAZER A EXPERIÊNCIA DE FICAR O FIM DE SEMANA OFFLINE, EU FIZ DUAS VEZES, DE SEXTA A DOMINGO, E FOI UMA MISTURA DE SENTIMENTOS. [...] E FOI UMA EXPERIÊNCIA MUITO LEGAL, TANTO QUE A PARTIR DISSO EU COMECEI A REDUZIR UM POUCO O MEU CONSUMO, SAIR DE ALGUMAS REDES, E PASSEI A PLANEJAR O DIA OFFLINE DURANTE A SEMANA.</p> <p>[OFF 12]: EXISTEM ATITUDES INDIVIDUAIS QUE AJUDAM A LIDAR MELHOR COM AS REDES. DESATIVAR AS NOTIFICAÇÕES, MONITORAR O TEMPO DE USO, NÃO USAR O CELULAR ANTES DE DORMIR, DEIXAR DE ACOMPANHAR INFLUENCIADORES QUE OSTENTAM UM ESTILO DE VIDA TOTALMENTE FORA DA REALIDADE.</p> <p>[MARIAH 4]: OS PRINCÍPIOS DA ECONOMIA DA ATENÇÃO E DO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA FAZEM COM QUE SEJA MAIS DIFÍCIL FICAR LONGE DAS REDES. SÃO UMA SÉRIE DE ARTIFÍCIOS PENSADOS PARA QUE PASSEMOS MAIS TEMPO ONLINE. É POR ISSO QUE SÓ A CONSCIENTIZAÇÃO INDIVIDUAL NÃO É SUFICIENTE PARA UMA MUDANÇA CONCRETA.</p> <p>[PAULO FALTAY]: EU TENHO UMA</p>
--	--

<p>PAULO FALTAY, PESQUISADOR MEDIALAB.UFRJ E LAVITS</p> <p>DANIELA ARRAIS, SÓCIA DA CONTENTE.VC</p> <p>CAMILA CINTRA, PESQUISADORA EM COMPORTAMENTO E CONSUMO</p> <p>IMAGENS DE APOIO DA TV SENADO, DEBATE SOBRE LGPD</p> <p>ANNA BENTES, PESQUISADORA MEDIALAB.UFRJ/LAVITS</p>	<p>RESSALVA NESSAS QUALIFICAÇÕES, ESSAS METÁFORAS PATOLÓGICAS DENTRO DO CONSUMO DE INFORMAÇÃO, [...] EU ACHO QUE A GENTE NÃO LANÇA LUZ É SOBRE A FASE ESTRUTURAL DA COMUNICAÇÃO E COMO SE DÁ A CIRCULAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÃO NESSE AMBIENTE.</p> <p>[DANIELA]: "SOU EU QUE TÔ PASSANDO MUITO TEMPO NA INTERNET, SOU EU QUE NÃO TENHO AUTOCONTROLE!". NÃO É VOCÊ, O PROBLEMA NÃO É VOCÊ. O PROBLEMA É UMA REDE QUE É DESENHADA PARA QUE VOCÊ PASSE MUITAS HORAS E FORNEÇA MUITOS DADOS.</p> <p>[CAMILA CINTRA]: A GENTE VIVE UMA LÓGICA QUE CULPABILIZA MUITO OS INDIVÍDUOS E BOTA MUITO PESO NAS COSTAS DOS INDIVÍDUOS PARA QUE A GENTE NÃO SE DEIXA AFETAR TANTO POR QUESTÕES QUE SÃO SOCIAIS E ESTRUTURAIS. ENTÃO A GENTE LUTA CONTRA UM SISTEMA QUE MONTA ALGORITMOS PARA NOS CONDUZIR A DETERMINADA SITUAÇÃO. E COBRAR DAS PESSOAS QUE QUANDO CHEGAREM AÍ NA SITUAÇÃO LIMITE ELAS HAJAM É UM POUCO PESADO.</p> <p>[OFF 13]: O DEBATE SOBRE A REGULAMENTAÇÃO DAS PLATAFORMAS SURGE EM DIFERENTES PAÍSES DO MUNDO. É UM ESFORÇO FUNDAMENTAL, MAS QUE NÃO CONSEGUE ACOMPANHAR A VELOCIDADE EM QUE AS PLATAFORMAS SE ATUALIZAM.</p> <p>[ANNA BENTES]: VOCÊ TER LEIS QUE REGULEM A ATUAÇÃO DESSAS PLATAFORMAS, REGULEM O USO DE DADOS, REGULEM A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, ISSO É MUITO IMPORTANTE [...] ESSA MOBILIZAÇÃO AMPLA DA CIÊNCIA, DA SOCIEDADE, DA POLÍTICA, DO DIREITO.</p>
---	--

<p>IMAGENS DE APOIO DE EVENTOS PROMOVIDOS PELO EDUCAMÍDIA + GRAVAÇÃO DO SITE EDUCAMÍDIA</p> <p>MARIANA MANDELLI, COORDENADORA DE COMUNICAÇÃO EDUCAMÍDIA</p> <p>GRAVAÇÃO DE TELA DAS PÁGINAS DA HASHTAG #ONLINEPRAMIM E DO PERFIL DO PODCAST DA BRUNA</p> <p>SONORA BRUNA MATOS</p> <p>SONORA MARIAH + LUIZA E DANIELA</p>	<p>[OFF 14]: O EDUCAMÍDIA, PROJETO DE EDUCAÇÃO MIDIÁTICA DO INSTITUTO PALAVRA ABERTA, TEM COMO OBJETIVO CAPACITAR PROFESSORES E JOVENS PARA LIDAREM MELHOR COM O AMBIENTE DIGITAL.</p> <p>[MARIANA MANDELLI]: A GENTE ACREDITA NO PALAVRA ABERTA QUE A EDUCAÇÃO MIDIÁTICA É A SOLUÇÃO PORQUE TEM QUESTÕES... EU SEI QUE PRA ALGUMAS PESSOAS ISSO PODE PARECER COMPLICADO PORQUE QUANDO A GENTE COMEÇA A FALAR AS PESSOAS PODEM ACHAR [...] POSSO FALAR PELO BRASIL NÉ, MAS ACHO QUE MAIS DE FORA TAMBÉM SEJA ASSIM. SE A GENTE NÃO TIVER UMA PARTICIPAÇÃO CONJUNTA.</p> <p>[OFF 15]: LEMBRA DA BRUNA? ELA CRIOU O MOVIMENTO #ONLINEPRAMIM, ONDE COMPARTILHA OS BENEFÍCIOS E ALEGRIAS DE PASSAR TEMPO FORA DAS REDES, PARA QUE CADA VEZ MAIS PESSOAS POSSAM REPENSAR O PRÓPRIO CONSUMO. ELA TAMBÉM INDICA LEITURAS E CONTEÚDOS PARA QUEM QUER SE APROFUNDAR NO TEMA, SEM ESQUECER AS DIFERENTES REALIDADES DE CADA UM.</p> <p>[BRUNA MATOS]: E TEM SIDO UMA EXPERIÊNCIA MUITO LEGAL, TANTO QUE EU TENHO MANTIDO POR BASTANTE TEMPO. EU COMPARTILHEI NAS MINHAS REDES [...] MAS DE REPENSAR MESMO O NOSSO USO E PENSAR COMO A GENTE PODE PERCEBER AS COISAS DE UMA MANEIRA DIFERENTE.</p> <p>[MARIAH]: E HOJE VOCÊS JÁ TEM ASSIM UM CAMINHO RELATIVAMENTE SÓLIDO EM PENSAR ESSE CONSUMO MAIS CONSCIENTE, ESSE CONSUMO MAIS SAUDÁVEL, MAS VOCÊS AINDA SE SENTE EM ALGUNS MOMENTOS INFOXICADAS?</p>
---	--

SONORA DANIELA	<p>[DANIELA]: 100%, SIM. A GENTE VIVE NO BRASIL EM 2021, ASSIM, É IMPOSSÍVEL VOCÊ, MESMO QUE SE VOCÊ FIZER ASSIM "EU NÃO VOU VER NOTÍCIA", NÃO ADIANTA. NO SEU GRUPO DE ZAP VAI CHEGAR, E AÍ JÁ TÁ TODO MUNDO COMENTANDO, [...] TRAZ UM POUQUINHO DE ANÁLISE E EU ME SINTO MAIS INTEIRADA DO DIA DO QUE SE FOR E ABRIR UM PORTAL E FOR LER CADA COISA.</p>
CAMILA CINTRA, PESQUISADORA EM COMPORTAMENTO E CONSUMO	<p>[CAMILA CINTRA]: O QUE EU VEJO QUE A GENTE PODE FAZER A PRIMEIRA COISA É SE INFORMAR, SABER QUE TIPO DE CONTEÚDO A GENTE TÁ CONSUMINDO [...] ONDE A GENTE TÁ COLOCANDO OS NOSSOS LIKES, OS NOSSOS FOLLOWS. ACHO QUE É UM POUCO NESSE SENTIDO O MÁXIMO QUE DÁ PARA GENTE FAZER NO INDIVIDUAL.</p>
LUÍZA VOLL, SÓCIA DA CONTENTE.VC	<p>[LUÍZA VOLL]: NÃO CABE A NÓS, SOZINHOS, DESCOBRIMOS UM JEITO DE USAR A INTERNET COMPLETAMENTE SAUDÁVEL E FALAR "EU DESCOBRI". NÃO, A GENTE PRECISA NÉ, COLETIVAMENTE, ENTENDER O QUE PODE SER MELHOR. E AÍ PRESSIONAR POR ESSA MUDANÇA NÉ, PORQUE NÓS SOMOS O CAPITAL MAIOR DESSES PRODUTOS QUE NOS AFETAM TANTO. SEM A GENTE, SEM O NOSSO TRABALHO, SEM O NOSSA ATENÇÃO, ELES NÃO EXISTEM.</p>
SOBE SOM	
SOBE CRÉDITOS E AGRADECIMENTOS	

9. APÊNDICE C: LINK PARA A SÉRIE DE REPORTAGEM

A série de reportagem com três episódios, resultado deste trabalho de pesquisa, está disponível no seguinte link:

https://youtube.com/playlist?list=PLuZdCXMEGYxYjQfuLZ1HSLj_KdTuBu2hU