



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
BACHARELADO EM JORNALISMO

ESTER DE OLIVEIRA BARBOSA

**LAZER PERIFÉRICO:
TIKDOC SERIADO COM BASE EM MAPAS AFETIVOS**

SÃO BORJA
2023

Ester de Oliveira Barbosa

LAZER PERIFÉRICO:

TikDoc seriado com base nos Mapas Afetivos

Trabalho de Conclusão de Curso II - Projeto Experimental - apresentado ao curso de Jornalismo, da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof^a Dr^a Alciane Baccin

SÃO BORJA
2023

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

B2381 Barbosa, Ester de Oliveira
Lazer periférico: TikDoc seriado com base em mapas afetivos
/ Ester de Oliveira Barbosa.
60 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade
Federal do Pampa, JORNALISMO, 2023.

"Orientação: Alciane Nolibos Baccin".

1. TikDoc. 2. documentário. 3. produção audiovisual. 4.
tiktok. 5. mapas afetivos. I. Título.

ESTER DE OLIVEIRA BARBOSA

LAZER PERIFÉRICO: TIKDOC SERIADO COM BASE EM MAPAS AFETIVOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Jornalismo.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em 04 de dezembro de 2023.

Banca examinadora:

Profa. Dra. Alciane Nolibos Baccin

Orientadora (Unipampa)

Profa. Dra. Eloisa Joseane da Cunha Klein (Unipampa)

Profa. Dra. Vivian de Carvalho Belochio (Unipampa)



Assinado eletronicamente por **ALCIANE NOLIBOS BACCIN, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 29/01/2024, às 22:33, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.

Assinado eletronicamente por **VIVIAN DE CARVALHO BELOCHIO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 31/01/2024, às 20:22, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **ELOISA JOSEANE DA CUNHA KLEIN, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 01/02/2024, às 20:33, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1361269** e o código CRC **771723F0**.

AGRADECIMENTOS

É com grande sinceridade que deixo aqui meus agradecimentos:

Sobretudo a Deus, por ter concedido-me forças até este momento e por estar comigo em cada passo que realizei.

Aos meus pais: Manoel e Eliane, que me passaram diversos ensinamentos e aos meus irmãos: Samuel, Rebeca, Ruth e Josué, pois sempre acreditaram no meu potencial. Foram eles que não me deixaram desistir ou esmorecer ao longo dessa jornada, mesmo à distância.

À minha orientadora Alciane Baccin, pelas orientações, idéias, sugestões e conselhos ao longo do desenvolvimento deste trabalho.

Às pessoas especiais que conheci ao longo do caminho e me apoiaram na minha vida acadêmica, Jéssica e Maria Eduarda.

Àqueles que não mencionarei o nome, mas que contribuíram nos momentos mais difíceis, mesmo quando estavam longe se fizeram presentes, obrigada pelas memórias e ensinamentos.

Obrigada vô, mesmo que não possa ver esse momento, sei que sempre torceu e acreditou que ele ocorreria.

“단 하루를 살아도, 뭐라도 하라고
(Mesmo que você viva apenas por um dia, faça alguma coisa)”
No more dream - BTS

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo criar um perfil no TikTok para a publicação de TikDocs seriados, um novo modelo de documentário, próprio para a plataforma de mídia social, o TikTok. Os episódios são baseados nos mapas afetivos sobre a periferia de São Paulo. Para isso, o projeto experimental procura descobrir como explorar documentários criados para o TikTok para produzir TikDocs sobre os espaços de recreação da periferia de São Paulo, a partir de mapas afetivos. O trabalho utiliza como técnicas metodológicas as pesquisas exploratória e bibliográfica, bem como a construção do perfil em três momentos: pré-produção, produção e pós-produção. O trabalho discute a produção audiovisual em redes sociais digitais, em especial na plataforma TikTok, por meio de modelos de documentários (Nichols, 2012), e a partir de mapas afetivos (Bomfim, 2010), é sugerido um outro formato, o qual leva em consideração a plataforma TikTok e seu nome, o TikDoc, nome designado por meio das iniciais dos dois aspectos trabalhados, a rede social e o formato audiovisual.

Palavras-chave: TikDoc; documentário; produção audiovisual; tiktok; mapas afetivos.

ABSTRACT

The present work aims to create a profile on TikTok for the publication of TikDocs serials, a new documentary model, suitable for the social media platform, TikTok. The episodes are based on affective maps of the outskirts of São Paulo. To this end, the experimental project seeks to discover how to explore documentaries created for TikTok to produce TikDocs about recreation spaces on the outskirts of São Paulo, based on affective maps. The work uses exploratory and bibliographical research as methodological techniques, as well as the construction of the profile in three moments: pre-production, production and post-production. The work discusses audiovisual production on digital social networks, especially on the TikTok platform, through documentary models (Nichols, 2012), and from affective maps (Bomfim, 2010), another format is suggested, which takes taking into consideration the TikTok platform and its name, TikDoc, a name designated through the initials of the two aspects worked on, the social network and the audiovisual format.

Keywords: TikDoc; documentary; interactive; tiktok; affective maps.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Página do TikTok.....	43
Figura 2 - Engajamento no TikTok.....	43
Figura 3 - Perfil do Instagram.....	44
Figura 4 - Engajamento no Instagram.....	45
Figura 5 - Seguidores no Instagram.....	45
Figura 6 - Identidade Visual.....	46

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. DOCUMENTÁRIO.....	17
2.1 Modos de Documentários.....	17
2.2 Diferença entre Documentário e Gêneros Audiovisuais.....	23
3. WEBDOCUMENTÁRIO.....	26
3.1 Diferença entre webdocumentário e websérie documental.....	26
4. DOCUMENTÁRIO PARA O TIKTOK.....	33
5. PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA PERIFERIA.....	38
6. MAPAS AFETIVOS.....	43
7. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	48
8. AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE PRODUÇÃO.....	54
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
REFERÊNCIAS.....	56

1. INTRODUÇÃO

Este é um trabalho de conclusão de curso que busca compreender, discutir e criar as possibilidades de produção de documentário, em especial para a plataforma TikTok, propondo um novo formato de documentário, próprio para a rede social, que parte das características próprias do TikTok, como o formato vertical para os vídeos. Esse novo formato de documentário é intitulado por esse trabalho de TikDoc, realizando a junção das iniciais das palavras TikTok e Documentário, esse último conhecido popularmente pela sigla doc, que deu partida para a proposta da nomenclatura.

O aplicativo TikTok, lançado em 2016, é um dos principais propagadores de conteúdos audiovisuais produzidos pelos próprios usuários, com isso a difusão e promoção de produções documentais ganhou mais visibilidade e alcance. Este trabalho traz a reflexão teórica sobre conceitos importantes para o projeto experimental realizado, tais como: documentário, produção audiovisual, webdocumentário, websérie e mapas afetivos. O projeto experimental, que resultou no perfil Lazer Periférico¹, o qual dispõe os episódios documentais seriados, tem como proposta auxiliar na propagação da identidade das regiões periféricas, através das técnicas já existentes dos documentários em conjunto com as transformações midiáticas.

O crescente consumo de conteúdos audiovisuais em smartphones fez com que as plataformas de redes sociais adicionassem o vídeo em suas ferramentas. Este formato de compartilhamento de conteúdo ocupa cada vez mais espaço na preferência dos usuários, que passam em média 80% mais tempo em ambientes online que contenham conteúdos audiovisuais (Mohsin, 2019), número que cresceu ainda mais durante a pandemia do Covid-19. É neste contexto que se insere o TikTok, um aplicativo de rede social digital de compartilhamento de vídeos curtos.

O TikTok se tornou a rede mais popular em 2020, devido, principalmente, ao isolamento causado pela pandemia da COVID-19. No entanto, em razão da sua criação e popularização serem recentes, não foram encontrados trabalhos que tratam sobre o assunto relacionando-o com documentário. Por isso, esse trabalho

¹ O perfil Lazer Periférico está disponível no TikTok, através do link: <https://www.tiktok.com/@lazerperiferico>

mescla informações gerais acerca das redes sociais, de caráter comum do aplicativo citado, com referências bibliográficas encontradas.

A proposta deste trabalho é apresentar, através de uma minissérie documental no TikTok com quatro episódios, locais de lazer na região periférica do extremo sul da cidade de São Paulo. Visto que, o jornalismo tem como base verificar e transmitir informações e para isso, ao longo dos anos, precisa passar por reformulações na forma como notícia, onde, quando e porquê. A inclusão tem feito parte dessa mudança, pois há necessidade de manter todos cientes dos acontecimentos e direitos gerais. As mudanças são parte da evolução, é preciso atentar-se a elas, como elucida Souza (2013):

É ainda durante os anos 2000, que os sites de redes sociais na internet passaram a ser usados nos processos de produção e de circulação de notícias. Ressaltamos, no entanto, que algo semelhante ao ocorrido com as outras mídias se repete na internet: a notícia precisa se adaptar a esse novo meio. (SOUSA, 2013, p. 60).

Partindo desse princípio, é preciso manter-se atento às novas tendências do mercado, entender e participar das novas formas de se comunicar. A integração do jornalismo nas redes sociais é cada vez mais comum, entretanto plataformas recentes, como o TikTok, ainda são pouco exploradas, por conta disso, cabe ao jornalista estudar e encontrar um modo de utilizar as características de cada rede em favor do jornalismo. De acordo com Ruthy Costa e Cristiane Carvalho, as redes sociais não são substitutas do jornalismo, mas servem para complementar e ampliar as notícias.

Essas redes sociais na internet chamam a atenção do público para as notícias, encurtando o caminho que o público deve percorrer em busca de informações.

Assim, é função do jornalismo reafirmar o seu papel de fonte de informação confiável, contudo, deve incluir os públicos nesse processo. O caminho de produzir e distribuir conteúdo noticioso ganha outra peça importante: o que o público faz com o conteúdo que recebe. O processo noticioso não se encerra na distribuição. Ele tem continuidade justamente a partir das discussões que se fazem diante daquele conteúdo. Quem fomenta essas discussões é o público. A partir desse entendimento, o jornalismo terá condições de trazer para os próximos conteúdos o viés das discussões. Isso pode resultar em novos conteúdos e também em desdobramentos necessários aos conteúdos já divulgados. (Costa e Carvalho, 2021, p.14)

A informação é validada quando é compreendida, mas sobretudo, no momento em que o público sente-se representado, quando observa nos meios midiáticos tratamento igualitário. Portanto, é necessário apresentar o lado positivo e cultural de regiões para além do centro. Assim como na periferia, os bairros nobres e centrais também possuem criminalidade e situações de violência; da mesma forma, não só as regiões centrais possuem espaços de lazer, mas também os bairros periféricos.

O projeto busca apresentar cinco destinos de lazer do extremo da zona sul de São Paulo, sendo eles: escola de samba Estrela do Terceiro Milênio, Parque Linear Aristocrata, Parque Linear Cantinho do Céu, Parque Lago Azul, Parque Shangrilá.

Existe um anseio na periferia, por locais próximos, que não exijam horas no transporte público. O jornalismo ainda tem pouco diálogo com essas pessoas e precisa estabelecer relações mais positivas com esses espaços, para que todos os cidadãos possam se configurar como elemento parte e que vive a cidade.

Diante disso, percebe-se que devido às mídias tradicionais, como a televisão e a rádio, ainda serem os meios mais utilizados para a busca de informações e a ética e credibilidade construída por esses meios ser pouco contestada pelos espectadores, uma imagem negativa construída das regiões periféricas por essas mídias, tende a reforçar o preconceito e a marginalização não só dessas localidades, como daqueles que vivem e transitam por elas. Como exposto por Araújo, Ferreira, Rezende e Toledo (2013):

Os jovens envolvidos nos casos de violência e retratados nas reportagens têm cor, classe social e residem em bairros específicos. É dessa forma que as matérias vinculadas influenciam na reprodução de uma imagem estigmatizada dos jovens como violentos, estendendo essa imagem aos bairros onde residem. Mas não são todos os jovens e sim aqueles pobres e moradores dos bairros pobres da cidade. (Araújo, Ferreira, Rezende e Toledo. 2013, p.5)

A sociedade, prejudicada por esses estigmas, busca criar e mostrar uma nova imagem desses espaços e diminuir o preconceito urbano existente.

O jornalismo, aos poucos, tenta mudar sua relação e a forma como apresenta a imagem periférica. Com isso, esse projeto pretende fazer parte de uma nova construção jornalística, com o intuito de difundir a visão cultural e os espaços de recreação existentes na região do Grajaú, extremo da zona sul de São Paulo.

A questão que norteia este trabalho procura descobrir como explorar documentários criados para o TikTok para produzir documentários sobre os espaços de recreação da periferia de São Paulo, a partir de mapas afetivos. Para responder essa questão, o **objetivo geral** deste projeto experimental é criar um perfil no TikTok para a publicação de documentários seriados baseados em mapas afetivos sobre a periferia de São Paulo. Os objetivos específicos dizem respeito: a) Compreender qual a relação afetiva dos moradores com a região; b) Mostrar como a população enxerga esses espaços de lazer; c) Realizar entrevistas com visitantes frequentes desses locais recreativos.

Para dar conta de atingir esses objetivos, utilizou-se como técnicas metodológicas a pesquisa exploratória por meio da investigação sobre quais sites e perfis em redes sociais desenvolvem webséries para inspirar na produção deste projeto experimental; a pesquisa bibliográfica que foi realizada no Portal de Periódicos da Capes e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações. As buscas da bibliografia foram feitas por meio da procura pelas palavras-chave: tipos de documentário, documentário interativo, webdocumentário, websérie, gêneros, audiovisuais, produção audiovisual na periferia, mapas afetivos, produções no TikTok. Foram encontrados, ao todo, cerca de 100 textos. Após leitura flutuante identificou-se que 44 textos poderiam contribuir na compreensão sobre os conceitos que dão base para este trabalho. Na construção do projeto, dividiu-se em três momentos: a pré-produção, produção e pós-produção.

O próximo capítulo deste trabalho trata sobre o documentário, qual o seu objetivo e os principais modelos existentes de produção documental no audiovisual, além de trazer a diferença entre o documentário e outros gêneros audiovisuais. Na sequência há um capítulo dedicado para explicar sobre websérie documental, quais suas características e o que lhe difere do webdocumentário.

O tema seguinte trata do documentário para o TikTok, que indica possibilidades de produção pensadas para a plataforma e comenta sobre as

pesquisas existentes em relação ao assunto. Logo após, é trabalhado sobre as produções audiovisuais na periferia, sua história e importância para a população. Para finalizar a parte teórica é reservado um capítulo para apresentar e explicar sobre o conceito dos mapas afetivos.

Após essa etapa, é apresentado as atividades desenvolvidas durante todo o projeto. Seguido de um capítulo para a avaliação desse processo de produção. Por fim, são expostas as considerações finais deste trabalho de conclusão de curso.

2. DOCUMENTÁRIO

O documentário se caracteriza por ser uma forma de gravar relatos e situações mais próximas, possíveis, do real. É comumente chamado de filmes de não ficção. O autor Fernão Ramos (2001), ao buscar uma resposta para a definição de documentário, questiona se pode ser um gênero ou se teria uma composição de características imagéticas e sonoras estruturais “que o singularizariam deste outro vasto continente da representação com imagens-câmera que é a ficção narrativa (em seus formatos diversos de ‘filme’ - longa ou curta -, ‘mini-série’, ‘novela’)”.

Segundo Ramos (2001), é difícil caracterizar o documentário como um gênero na era contemporânea, pois defini-lo a partir de características concretas é uma tarefa complexa, visto que ele pode apresentar diferentes moldes.

No Brasil, reina de um modo difuso, mas uniforme, o discurso que reivindica a não especificidade do campo não ficcional. Nele podemos encontrar embutidos alguns pilares do pensamento contemporâneo de origem pós-estruturalista. A linha mais corriqueira deste raciocínio, desenvolve-se dentro de uma postura que valoriza o desafio a normas estabelecidas. (Ramos, 2001, p.2)

Na contemporaneidade é possível a presença de características, inclusive, típicas das obras de ficção, como a atuação, na produção do documentário. Porém, a atuação no âmbito do documentário, se caracteriza como uma representação de situações exercidas pelo indivíduo rotineiramente, quando não foi possível gravar durante a ação, por diversos motivos, como situações climáticas, imagens de terceiros, entre outros. Entretanto, essas performances podem ser comprovadas ao observar o entrevistado, que difere de outras obras de ficção, pois, ainda que baseiam-se em vivências reais, constroem a história de forma híbrida, mesclando entre situações verídicas e ficcionais.

2.1 Modos de Documentários

Apesar de não ser enquadrado, propriamente, como um gênero do audiovisual, o documentário possui diferentes formatos. Entretanto, esses diversos modelos não são utilizados, necessariamente, separados, pois muitas produções mesclam entre dois ou mais estilos.

- **Documentário Expositivo:** Esse modo possui uma estrutura mais argumentativa ou retórica, a fala é mais direcionada ao espectador. Muitas vezes utiliza-se legendas ou vozes (como a narração de uma história) para expor um argumento, recontar uma história ou propor uma perspectiva, como define Bill Nichols (2012).

Nichols diz que o papel das imagens, nesse tipo de documentário, serve para ilustrar, esclarecer, evocar ou contrapor o texto narrado, ou seja, caracteriza-se como parte secundária.

Esse modo busca ser objetivo e apresentar argumentação embaçada, mas segundo o autor, essa argumentação costuma seguir ou contrariar o pensamento comum da época ou momento em que se encontra, por isso, pode ser compreendida de diferentes maneiras ao decorrer do tempo.

Para Nichols (2012), “o documentário expositivo é o modo ideal para transmitir informações ou mobilizar apoio dentro de uma estrutura preexistente ao filme”.

- **Poético:** Assim como, sugere o nome, esse modo traz uma construção mais poética das situações. Não possui o objetivo primordial em argumentar e/ou convencer, mas sim expor um ocorrido, por meio de imagens históricas, fragmentadas, utilizando a voz para ler trechos de um diário ou cartas, para elucidar um ocorrido. Se pensarmos nos documentários expostos nas aulas de história da escola, vamos lembrar de alguma cena em que passavam navios, ilustrações de indígenas, africanos ou europeus, enquanto uma carta escrita por algum capitão, poeta ou padre é lida pelo narrador. Essa é uma característica típica do documentário poético.

O modo poético é particularmente hábil em possibilitar formas alternativas de conhecimento para transferir informações diretamente, dar prosseguimento a um argumento ou ponto de vista específico ou apresentar proposições sobre problemas que necessitam solução. Esse modo enfatiza mais o estado de ânimo, o tom e o afeto do que as demonstrações de conhecimento ou ações persuasivas. (Nichols, 2012, p.138)

- **Observativo:** Nesse tipo de modelo, não há a interferência do diretor/cinegrafista, ao menos, essa é a proposta. O cineasta apenas observa as cenas que passam diante da câmera, sem intervenção explícita.

Assim como durante as gravações, no processo de pós-produção não há utilização de música, efeitos sonoros, legendas, reconstruções históricas ou narração que possa intervir ou proporcionar um sentido específico na compreensão geral e pessoal do filme, segundo Nichols (2012), “O que vemos é o que estava lá, ou assim nos parece”.

No modelo observativo existe um acordo ético que propõem que observe-se os outros realizando seus afazeres e o cineasta se isole em posição de espectador, para que tenhamos a impressão de olhar para a vida, no momento em que ela está ocorrendo.

Nichols pontua que “o isolamento do cineasta na posição de observador pede que o espectador assuma um papel mais ativo na determinação da importância do que se diz e faz” (2012, p.148).

- **Participativo:** Este modo se assemelha a uma pesquisa de campo, através da exploração do local e participação nas atividades desenvolvidas pelo grupo estudado. Segundo Nichols (2012), esse tipo de documentário reduz a importância da persuasão, mas traz a sensação de como é vivenciar determinada situação, sem que a presença do cineasta seja notória para o público. O modo participativo enfatiza o encontro real do cineasta com o tema do produto, tornando-o, quase, um ator social.

A voz em primeira pessoa é uma característica típica na estrutura desse modelo de documentário, em todo o mundo. De acordo com Nichols (2012), além da interação direta do cineasta com o público, outro artifício que utilizam é a entrevista, desse modo o público também consegue encontrar a aproximação do cineasta com o tema, mesmo sem ele enfatizar sua experiência ativa em relação à temática. Para o autor, “no documentário participativo, o que vemos é o que podemos ver apenas quando a câmera, ou o cineasta, está lá em nosso lugar” (2012, p.155).

- **Reflexivo:** Como o próprio nome indica, esse modo tem o intuito de trazer questões de reflexão ao público, entretanto essas reflexões não são acerca do filme em si, ou do contexto geral, mas das instituições e institucionalizações sociais e dos problemas e questões de representação, do contexto apresentado no filme. O cineasta trabalha a partir do contexto histórico e dos relatos reais de um grupo social.

De acordo com Nichols (2012), os documentários reflexivos tratam do realismo, através da montagem de evidências ou no desenvolvimento de um personagem, despertando no espectador uma espécie de consciência crítica sobre a sua relação com o tema trabalhado no documentário. Além de reconhecer a realidade de um tema, esse modelo também introduz a ideia de como poderia ser, por vezes despertando o sentimento de necessidade de mudança no público. “Os documentários politicamente reflexivos apontam para nós, espectadores e atores sociais, e não para os filmes, como agentes que podem fechar essa brecha entre aquilo que existe e as novas formas que desejamos para isso que existe” (Nichols, 2012, p.169).

- **Performático:** Este modo desencadeia questionamentos sobre o que é o conhecimento. Busca demonstrar que o conhecimento material, ou seja, através de livros de história ou testes científicos, nos possibilita compreender questões gerais em relação à sociedade, entretanto, experiências e memórias, envolvimento emocional, questões de valor, crença e princípios, tudo isso também é uma forma de saber, de compreensão do mundo. O documentário performático trabalha com base nessas propostas de conhecimento, ele trabalha com a complexidade do saber, através das dimensões subjetivas e afetivas.

Nichols (2012) pontua que os acontecimentos reais são amplificados pelos imaginários, além da situação concreta, busca-se trazer os sentimentos e a forma subjetiva de enxergar a situação, seja por um grupo social ou por um único indivíduo. O cineasta busca estimular nossa sensibilidade, por meio da sensibilidade dele, por isso esse modelo de documentário dirige ao espectador de maneira emocional e significativa, ao invés de mostrar uma realidade objetiva que temos em comum.

Neste modo é priorizado o lugar de fala, ou seja a produção sobre uma comunidade, costuma ser realizada por membros da própria comunidade.

- **Interativo:** Este modelo é recente e tem sido debatido nas últimas décadas por diversos autores, como Galloway (2007), Paquin (2006), Ryan (2005), Gaudenzi (2013), dentre outros.

O documentário interativo surgiu, principalmente, com o desenvolvimento das tecnologias digitais, a interatividade, nesse modo, pode estar presente em todas as etapas, da criação à circulação, segundo Julia Salles (2014).

A participação do público na realização de imagens, na complementação de conteúdo, através de comentários, por exemplo, é uma característica de documentários interativos, não só dele, mas em suma.

Além disso, segundo alguns conceitos, a obra interativa não pode ser considerada como finalizada, ou uma obra fixa, pois ela está em transformação permanente. De acordo com Salles (2014), a mobilidade, a transformação e a fluidez são características fundamentais do documentário interativo, partindo da recepção do *interator* e por isso “cada experiência do documentário é única, não existe uma edição fixa e idêntica que é apresentada ao público a cada visualização”, caracterizando esse tipo como um objeto relacional. O documentário ganha forma através da interatividade que ocorre entre o *interator* e o dispositivo, o público é caracterizado, por Paquin, como *interator*, ao invés de espectador, pois ele interage com a obra audiovisual e não apenas assiste.

Alguns confundem esse modo com o webdocumentário, tratando, até mesmo, os dois termos como sinônimos, mas como postulado por Tatiana Levin (2013), o webdoc faz parte de uma das modalidades do i-Doc (interactive documentaries).

Segundo Salles (2014), o conceito de agenciamento é similar ao que ocorre no modelo interativo, possibilitando que a teoria de interatividade e agenciamento complementam-se na formação do documentário interativo.

O interator, agindo no dispositivo, transforma as potencialidades do documentário em propriedades efetivas, é o interator quem cria, à sua

maneira, as ligações entre as diferentes partes do documentário, e esta maneira é única e particular a cada visita de cada interator (Salles, 2014, p. 9)

A imagem também não é fixa, partindo do ponto de interpretação individual, por isso é chamada de imagem-interação, ela pode ganhar diferentes significados, por meio de novas contribuições de cada participante, cada pessoa pode ter uma relação diferente, trazendo então novas formas de interpretar um objeto, uma foto ou um lugar, isso possibilita que não só os documentários interativos, como os *interatores* estejam sempre em mudança.

Gaudenzi (2013) classifica quatro modos de interatividade no documentário, sendo: hipertextual, conversacional, participativo e experiencial. Porém, cada documentário pode se apropriar de um ou mais modos.

- ❖ **Interatividade hipertextual:** Consiste na navegação entre diversos conteúdos propostos pelo autor, que são todos disponibilizados, mas o interator pode decidir a ordem em que quer visualizar, por exemplo há vários episódios, mas não há uma sequência pré-definida dos assuntos, ou seja, visualizar fora da ordem de postagem, não interfere na compreensão. O webdocumentário, segundo Aston e Gaudenzi (2009), é incluído nesse modo.
- ❖ **Interatividade conversacional:** O interator pode intervir no conteúdo, por meio do sistema ele consegue conversar de forma criativa e ter uma troca com a obra, comumente utilizado no formato documentário conhecido como docu-game.
- ❖ **Interatividade participativa:** O interator tem a possibilidade de contribuir com a criação do conteúdo, através do envio de foto, texto, vídeos ou realizando entrevistas.
- ❖ **Interatividade experimental:** Nesse modo as mídias de geolocalização são integradas, a interação considera os espaços físicos em que ocorre o documentário e que age na relação do interator com o espaço, como descreve Salles (2014). Normalmente,

as localidades utilizadas fazem parte da construção de sentido e da experiência do interator, tornando-se relevante.

Neste projeto experimental, os modelos visados foram o interativo e expositivo. Considerando a possibilidade de interação pública, por meio de comentários e envio de produções, compreende-se a importância do modo interativo como base para o objetivo do projeto, além de possibilitar a inserção do interator e suas percepções ao meio pouco explorado pelo jornalismo.

Outro ponto essencial para a escolha desse formato documental foi a base do trabalho na ideia dos mapas afetivos, ideia e modelo explicados no capítulo seis. A base desse tipo de mapa é a interação, a qual perpassa ao longo de todo o projeto.

Enquanto o modelo expositivo está presente ao expor os espaços, através de imagens que ilustram esses espaços, e os relatos do público que solidifica a ideia de que os espaços de lazer são fundamentais para a periferia e modificam a vivência e forma como as pessoas enxergam a periferia.

A base desse produto nesses dois modelos de documentário, não exclui a presença de outros tipos, visto que as características presentes em cada tipo de documentário estão sempre se misturando em menor ou maior intensidade, como pontuado por Nichols (2012).

2.2 Diferença entre Documentário e Gêneros Audiovisuais

Cada modelo audiovisual possui características próprias e, normalmente, são elas que fazem o público identificar a tipologia do produto, ademais, pelo fato do documentário não ser especificamente um gênero audiovisual, ainda há espaço para dúvidas. Costuma-se dizer que documentário não é ficção, entretanto quando ocorre encenação, o público pode ficar confuso se ainda caracteriza-se como um documentário.

O documentário é um processo de criação livre, ainda que exista características específicas, como representar situações factuais, também permite-se a mistura de tipificações de alguns gêneros, como o uso da encenação, para remontar ou exemplificar uma situação que já aconteceu ou que costuma acontecer, desde que não seja realizada a direção de atores.

Em relação às produções ficcionais, a diferença mais marcante é o planejamento e a escrita do roteiro. Enquanto no documentário há uma grande liberdade e o roteiro é construído ao longo de toda a produção, ainda que exista um roteiro, o formato final só é definido após a concretização das filmagens, da edição e montagem. Além disso, como exposto anteriormente, os diálogos existentes no documentário não são previsíveis, pois trata-se de personagens e situações reais, segundo Penafria (1999).

O documentário prioriza o real e o *in loco*, ou seja, o tempo e o espaço do tema retratado são contemporâneos ao da produção do documentário, segundo Cristina Melo (2013), para prevalecer a ideia de “aqui e agora”. No entanto, o *in loco* também pode desenvolver-se através da referenciação ao passado, mas acontecendo no presente, por exemplo, quando constroem um cenário, para exemplificar um ocorrido. Há ainda a possibilidade de construir um referencial evolutivo, em que faz-se referência ao passado, mas mostra a transformação ao longo dos anos, nesses casos, utiliza-se as entrevistas, com relatos que auxiliam na construção de um imaginário, sobre fatos passados. Atualmente, alguns profissionais utilizam dessas técnicas na construção de reportagens, mas é pouco usual.

Melo pontua que uma das diferenças do documentário para produções jornalísticas está no uso da parcialidade, diferente da ética jornalística, não há o objetivo de construir uma produção neutra e imparcial, principalmente quando o documentário é a representação do olhar do diretor ou de um grupo social, tornando sua construção subjetiva. O documentarista tem espaço para opinar, defender um ponto de vista, ser partidário ou se expor, porém o jornalista não pode ser tendencioso, pois pode ser considerado como manipulação do fato noticioso.

Nos telejornais, a imagem também diferencia-se do filme documental, as tomadas são em primeiro plano, com enfoque na pessoa falando diretamente com a

câmera e ao fundo encontra-se o cenário do próprio acontecimento e que condiz com a fala do repórter, entrevistado ou apresentador naquele momento. Inclusive, o tom de voz utilizado nos telejornais costuma ser o mesmo, sem grandes alterações, enquanto no documentário é possível alternar os tons, adequando-se às exigências de cada situação.

A partir disso, percebe-se que mesmo não sendo definido como um gênero e tendo amplas possibilidades em sua construção, o documentário traz traços que o diferenciam de outras produções e, por conta disso, identificado pelo público como um formato jornalístico.

3. WEBDOCUMENTÁRIO

Com a evolução digital, as produções audiovisuais ganharam outros formatos e perspectivas, adaptando-se ao desenvolvimento de tecnologias e características sociais contemporâneas.

No contexto documental, nota-se que inicialmente havia a busca pela retransmissão da realidade, como captura e propagação exata do real, pressupondo que o olhar para determinada situação fosse fixo, partindo do mesmo ponto de visualização e interpretação para todos, descartando a noção de sermos seres distintos, com desenvolvimento e concepções construídas por vivências diferentes uns dos outros, ainda que semelhantes. Entretanto, com o passar do tempo e com novos estudos em relação à sociedade, passou-se a considerar os indivíduos como pessoas que possuem características próprias.

As propostas documentais seguem os parâmetros sociais, por isso o foco de produções como as webséries é tratar de um assunto, possibilitando que ele ganhe novas interpretações e continuações. Além disso, com a facilidade de criar e tratar vídeos com um celular, tablet ou notebook, as produções em vídeo ganham outras possibilidades e, conseqüentemente, nomenclaturas, a exemplo disso está o modelo de websérie documental, que foi desenvolvida a partir da ideia de webdocumentário.

3.1 Diferença entre webdocumentário e websérie documental

O webdocumentário surgiu por meio do modelo de documentário produzido para a televisão e o cinema, mas com o intuito de adaptações para a distribuição na internet, uma das características desse modelo é a interação com o público, realizada por ambas as partes. A possibilidade de interagir é possibilitada graças a plataforma web, por intermédio da disponibilização de comentários em vídeos, fóruns de discussão, *hashtags* para localizar determinado assunto, até mesmo criação de e-mails destinados ao diálogo direto do público com o autor.

Ademais, o formato de websérie documental, tem partida tanto do webdocumentário, quanto das webséries de ficção, distribuições de histórias paralelas a séries ficcionais da televisão na internet, que buscam proporcionar maior imersão e compreensão do público em relação ao enredo ou à um personagem,

produção que popularizou-se inicialmente nos Estados Unidos. As webséries documentais dividem-se em episódios que podem ser complementares entre si, ou tratar de histórias distintas mas que abordem a mesma temática.

O documentário em formato de websérie, foi pensado e desenvolvido para a distribuição em um cenário mais amplo da internet, como plataformas e redes sociais, além de ter traços mais característicos, como a duração mais curta, de 3 a 10 minutos, segundo Ramos e Neves (2015), seguindo o padrão de vídeos procurados pelo público jovem na internet, que visam ser mais dinâmicos e rápidos. Há também a disponibilização do conteúdo em episódios, normalmente, sem uma sequência cronológica, visto que, podem ser acessados a qualquer momento, e porque dependem da distribuição feita de acordo com os algoritmos de cada plataforma, podendo chegar ao interator em ordem diferente da que fora postado.

De acordo com Silva e Teixeira (2017), “a websérie (documental) preserva todas as fundamentações do documentário tradicional, porém há uma imersão no cenário da convergência tecnológica, possibilitando dinamismo”, por isso os episódios não têm uma única sequência. Também é possível trazer diversos eixos de uma temática ou uma história, descartando a exigência de uma continuação no episódio seguinte e, diferente do webdocumentário, o assunto pode ter uma abordagem mais longa, podendo ser dividido não só em episódios, como em temporadas.

Desse modo, “o webdocumentário se aproxima da websérie documental a partir de uma fragmentação da narrativa, compartimentalizada e integrando uma única história ao seu final ou segmentações de histórias paralelas, mas unificadas pela temática, por exemplo” (Souza, 2022, p. 11). A websérie, assim como o webdocumentário, também parte de princípios jornalísticos, por causa disso, ambos mantêm a fidelidade ao não ficcional, entretanto possibilitam o compartilhamento de diversas narrativas, sem concluir que a realidade exposta no produto é a única, mas partilhando que existem outros pontos.

Os desdobramentos transmidiáticos e a hipertextualidade são características do webdocumentário seriado que permitem uma retroalimentação dos conteúdos, pois quanto mais mídias e maior o público interator, mais questionamentos e vertentes surgem em relação ao assunto. Essas são algumas das características

que, a partir de Hergesel (2016), podemos interpretar como colaborativa para o resgate do público jovem, pois ao despertar a curiosidade sobre um tema, o próprio algoritmo continua a indicar. Além disso, o interessado vai em busca de atualizações, como ocorre nos aplicativos da atualidade, como o TikTok, em que muitos produtores de conteúdo desenvolvem vídeos com temáticas similares, que serve como uma identidade visual, assim se o espectador quiser ver vídeos similares ele acessará a página daquele criador específico. Esse tipo de produção é característico, na contemporaneidade, das mídias sociais, principalmente o TikTok, intitulado por alguns jovens, de forma sarcástica, como 'esquema de pirâmide', visto que, ao entrar no aplicativo e nos perfis que a pessoa segue é difícil parar de assistir e sair.

A multimídia é uma das características das webséries, ou seja, a combinação de diversas mídias, principalmente textos e vídeos, assim como a transmidialidade, ou seja, a comunicação e divulgação de um conteúdo entre diversos meios, como a continuidade de um conteúdo da televisão na internet, como ocorreu no início das produções de webséries. Além dessas, a multiplataforma também está presente, por meio da comunicação entre diferentes plataformas, por exemplo a divulgação de um conteúdo no Instagram e no TikTok, adaptando-o para o formato de cada ambiente, ao observar as webséries, nota-se que elas são apresentadas em diversas redes, podendo sofrer alguma alteração.

Essa comunicação realizada através de diferentes meios, deve-se a dois fatores, mencionados anteriormente, à evolução tecnológica e ao novo modelo social de consumir informação. Atualmente, é comum ouvir música ou um podcast enquanto lê um texto e assiste uma aula ou programa, independente de quantos canais estejam sendo utilizados, o fato é que a sociedade contemporânea recebe diversas informações por dia, e esse modelo se tornou padrão, logo, ir a uma livraria em busca de uma única informação por dia, é considerado estranho e pouco produtivo.

Um estudo realizado em 2009 pela Universidade de Berkeley, nos Estados Unidos, mostra que o consumo de conteúdos diários é, em média, de 34 gigabytes, equivalente a mais de 100 mil palavras por dia, vale ressaltar que de 2009 até os dias atuais, muitas coisas mudaram, o consumo de áudio aumentou, devido a

popularidade dos podcast, a internet está cada vez mais rápida, possibilitando maior consumo de dados, dispositivos como smartphones, e relógios inteligentes surgiram, além das inúmeras plataformas de inteligência artificial que estão cada vez mais aprimoradas e intuitivas, dentre diversas outras tecnologias. A partir disso, compreende-se a relevância da produção multimídia, multiplataforma e transmídia como forma de atrair um público, que está sempre em busca de saciar sua necessidade por novas informações.

As modificações na narrativa, as características da hipertextualidade, interatividade e multimídia e as ferramentas tecnológicas apenas fazem sentido quando observadas as mudanças, decorrentes das estruturas da sociedade, da cultura, dos modos operacionais e do fazer jornalístico. (Souza, 2022, p. 17)

Para atrair os interatores e criar uma estética própria para a web, os elementos textuais apresentados em vídeos diminuíram, de acordo com Souza (2022), dando maior espaço para imagens e áudios na narrativa, possibilitando um processo de experiência melhor e mais intuitivo, entre o usuário e a web. Sendo assim, os recursos textuais se limitam ao destaque de um título ou informação e a construção de acessibilidade. Desse modo, as mídias sociais digitais, no intuito de englobar todos, indiferente de suas características pessoais, desenvolveram mecanismos de legendas automáticas ou inserção de texto-legenda criado pelo autor.

Porém, ainda que o texto seja menos utilizado na composição narrativa, ele obteve um crescimento com a popularização da inclusão de recursos de acessibilidade, como forma de garantir o acesso a mais pessoas, necessidade decorrente da sociedade contemporânea, que está mais diversa e voltada para a luta dos diferentes grupos sociais. Além disso, o texto apresenta-se pelos comentários deixados na mídia, em relação à produção. Dessa forma, a web possibilita a construção de um produto em constante desenvolvimento, para atender uma demanda pública, como aponta Paz e Salles (2013), a partir da ideia de Bourriaud (2009) sobre a construção das obras artísticas contemporâneas, pois de acordo com os autores o produto “não é mais um objeto pronto e acabado, mas uma duração a ser experimentada, aberta para uma discussão ilimitada, que tem como tema central o estar-juntos, o encontro e a elaboração coletiva do sentido (Paz e Salles, 2013, p. 37)

Apesar das características mencionadas, a linguagem utilizada nas produções audiovisuais para a web ainda é um campo ainda em desenvolvimento, pois apresenta inovações frequentemente. Desde os primórdios da web, a linguagem jornalística sofre adaptações no espaço digital. A justificativa de Vicente Gosciola (2003) ainda se mantém atual. Para ele, “não houve tempo para que fosse estabelecida uma linguagem própria para a Web, principalmente porque essa linguagem se desenvolve constantemente” (Gosciola, 2003, p.113).

Do mesmo modo em que a língua brasileira é uma língua viva e, por isso, sofre constantes alterações, assim ocorre no espaço digital, principalmente com o aumento constante do seu alcance e com as interações entre indivíduos de diferentes localidades, por causa disso as modificações são mais rápidas, todos os dias mudanças são realizadas na linguagem utilizada na web. No intuito de tornar a comunicação mais ampla e rápida, palavras, expressões e siglas surgem diariamente. Pelo fato das mídias serem abrangentes em relação aos usuários, não há um controle, nem uma filtragem sobre as mudanças linguísticas, o que define uma atualização, são as quantidades de (re)publicações e curtidas a partir daquela inovação.

Entretanto em relação ao webdocumentário, ainda há um cuidado maior com a linguagem, buscando aproximá-la do documentário, enquanto isso, as webséries documentais exploram mais essa área linguística, sem grandes limitações.

Os roteiros também são ilimitados, tanto em conteúdo, quanto em estrutura. A roteirização para a web é como um formato híbrido, segundo Ramos e Neves (2015), utilizando elementos do modelo de cinema e da televisão, transformando-o de acordo com as características de cada plataforma em que será transmitido e conforme o público que a utiliza.

O autor Guto Aeraphe (2009) define os espectadores dos produtos produzidos para web de webespectador, esse público criou novas formas de consumo, como o fragmentado, em que não existe uma audiência fixa, nem se tem controle em quem vai querer consumir cada assunto, Aeraphe pontua que diferente das séries e programas televisivos que mantinha um público fiel, hoje o conceito de fidelidade não é um princípio social, ainda que alguns webespectadores consumam todo o conteúdo de um perfil/criador, não há garantia que a fidelidade se manterá, pode

haver um conteúdo do qual não se interessa e procure conteúdos em outros locais, o que também não quer dizer um abandono, a questão é que com o grande número de produções midiáticas diárias, o público tem a opção de ver um pouco de tudo, de escolher quando e o que irá visualizar, não há mais os limites da grade televisiva, cada espectador escolhe sua maneira de consumir.

Por outro lado, Henry Jenkins (2009) divide essa fragmentação em três diferentes tipos de consumidores, os zapeadores que sempre procuram uma novidade melhor do que está consumindo; os fiéis, que assumem o compromisso em consumir uma série em toda sua temporada, e os casuais, que possui características dos dois tipos e só assistem a algo quando está com vontade no momento. (Ramos e Neves, 2015, p.5)

Porém, a falta de informações específicas sobre o consumo público admite um lado negativo, ainda que favorece para uma criação mais livre, sem o enquadramento do conteúdo para atender um público fechado, por outro lado dificulta um maior alcance da compreensão a respeito do produto fabricado, visto que o autor não tem a dimensão de quantas pessoas retornam por aquele conteúdo, se esse conteúdo é interessante para a produção seriada ou se está respondendo aos questionamentos que existem sobre aquele tema.

Ramos e Neves (2015) pontuam que as revelações ou mudanças na história apresentada são onde ocorrem os picos de interesse público e, por isso, tornaria mais interessante se o diretor criasse não só um momento clímax, mas fizesse como as séries de TV, que antes de cada intervalo coloca um gancho para a próxima cena, despertando a curiosidade, é claro que é necessário um estudo de como realizar esse feito, mas quanto mais momentos curiosos, mais chances existem do público voltar para consumir os demais conteúdos.

Sabemos que os documentários produzidos para aplicativos digitais assumem características dessas plataformas e extrapolam o conceito de webdocumentário e de websérie documental. Temos que levar em conta ainda que são pensados para serem publicados em aplicativos de redes sociais, adquirindo também aspectos desse meio. Embora saibamos disso, não encontramos referências teóricas que nos embasam para delimitarmos como um formato diferenciado e próprio desses ambientes, com características de formatos anteriores, mas com particularidades.

4. DOCUMENTÁRIO PARA O TIKTOK

A rede social, divulgada em 2016, pela empresa chinesa ByteDance, tem como principal proposta a publicação de vídeos curtos, de até três minutos. Esse fator, foi um dos maiores propulsores para o rápido engajamento, tendo em vista que, as pessoas se encontravam isoladas e mantendo distância uma das outras e precisavam se distrair e ocupar o tempo, principalmente, nos momentos em que lojas, escolas, empresas, até mesmo áreas de lazer se encontravam fechadas. O aplicativo trouxe diversos e variados conteúdos rápidos, criativos e intuitivos, para passar o tempo.

Um dos diferenciais do TikTok, em relação às outras redes e mídias sociais é o público estratégico que alcança, pois cerca de 66% dos usuários da plataforma têm menos de 30 anos, geração de jovens conectados com idade que varia, principalmente, entre 15 e 25 anos (Monteiro, 2020). De acordo com Silva e Pinto (2019), a geração conectada é caracterizada por indivíduos que convivem em diversos ambientes permeados de ferramentas digitais, de fácil uso e gratuitos. As pessoas se adaptam a este momento em que as formas de comunicar estão mais distribuídas.

No início, a rede ficou popular pelas danças e desafios propostos, muitas pessoas começaram a gravar a si próprias dançando e a publicar esses vídeos, como forma de interação social e passatempo. Ao interagir por publicações, comentários ou curtidas, o indivíduo sentia-se parte de uma comunidade, criando e aumentando sua própria rede de amigos, isso pode ser visualizado, como uma forma de preencher um espaço, antes ocupado pelas interações físicas, como reuniões com amigos, parentes, passeios em festas, restaurantes. No entanto, diante do cenário global, em 2020, as pessoas precisavam reinventar formas de estabelecer comunicação e interação.

De acordo com Castells (2015), o poder de criar e alterar um produto, além da comunicação horizontal, sem interferência de grandes conglomerados é um dos maiores fatores para o sucesso das redes sociais. Essa comunicação horizontal, estabelece um imaginário coletivo de pertencimento e proximidade entre os membros de uma plataforma ou aplicativo.

[...]essas comunidades trabalham com base em duas características fundamentais comuns. A primeira é o valor da comunicação livre, horizontal. A prática das comunidades virtuais sintetiza a prática da livre expressão global, numa era dominada por conglomerados de mídia e burocracias governamentais censoras [...] O segundo valor compartilhado que surge das comunidades virtuais é o que eu chamaria formação autônoma de redes. Isto é, a possibilidade dada a qualquer pessoa de encontrar sua própria destinação na Net, e, não a encontrando, de criar e divulgar sua própria informação, induzindo assim a formação de uma rede. (Castells, 2015, p. 52)

Pensando nessa relação de pertencimento, o aplicativo desenvolveu *nichos*² de conteúdo, para que os usuários encontrassem, através de *hashtags* e palavras-chave, o conteúdo que procuravam de forma mais rápida. Através desses nichos, surgiram as comunidades virtuais, dentro do aplicativo. Enquanto o nicho está associado ao tipo de conteúdo produzido dentro da plataforma, as comunidades, assim como em outras redes sociais, é o encontro e interação de pessoas que gostam de um mesmo assunto, não é preciso produzir um conteúdo, o consumo já possibilita a integração ao grupo, não há de fato uma organização grupal, o critério de pertencimento é individual, através da observação dos nichos de conteúdos que surgem aleatoriamente no seu aplicativo ou por meio dos criadores que segue. Uma pessoa pode fazer parte de diversas comunidades, ao mesmo tempo.

É importante também lembrar que esse cenário é alicerçado na ideia da participação (KOTLER, 2010). Segundo o autor, em decorrência do fácil acesso às informações e às tecnologias de comunicação, as pessoas passaram a ter mais liberdade para expressar suas opiniões, podem participar de forma ativa dentro das mobilizações e trocar informações constantemente. Este cenário coloca o desafio para os profissionais da comunicação que precisam não só proporcionar experiências empolgantes para o público, mas também buscar a transformação da sociedade. (Vermelho, Velho, Bonkovoski e Pirola, 2014)

Devido essa possibilidade de participação, com o tempo, vários nichos surgiram, a plataforma que era apenas para o consumo de entretenimento, ganhou novos tipos de conteúdos, devido à possibilidade de qualquer pessoa poder criar vídeos, assim vídeos de carácter mais informativo ganhou popularidade,

² Nichos são os tipos de conteúdos, cada conteúdo é referido dentro da plataforma como nicho (ex: nicho gastronômico, nicho de danças, nicho de beleza).

professores, jornalistas, cientistas ou, apenas, interessados, passaram a desenvolver vídeos informativos, para ensinar ou atualizar uma informação.

Além disso, a plataforma possui sua própria linguagem, ainda que os vídeos possam ser variados, depende apenas da criatividade de cada um, algumas situações devem ser observadas. A linguagem, em sua maioria, precisa ser mais coloquial e rápida, vídeos com informações densas são menos consumidos, a postura séria, como a de um jornalista, para gravar um vídeo, também não se enquadra ao público desse aplicativo, que demonstram maior interesse em narrações interativas, descontraídas e mais gestual.

Outro ponto, que precisa ser destacado e levado em consideração, durante as observações em relação a plataforma, é o tipo de interação que há do público com o conteúdo. Elizabeth Bott (1976), ao explicar sobre a relação de conexão dentro das redes sociais, sejam estas físicas ou online, define dois tipos de rede, sendo a “malha estreita”, para as interações de grande intensidade, e a “malha frouxa”, quando existem poucas trocas entre os integrantes dessa relação. É o que Recuero (2006) define como laços fortes e laços fracos. Os laços são fortes quanto maior for a interação e o engajamento entre os nós da rede. Em contrapartida, quanto menor a interação, mais fracos são os laços estabelecidos entre os usuários da rede.

Com base nesses termos podemos pensar nas relações que ocorrem nas redes sociais online, em especial o TikTok. A partir disso, observa-se que a notificação direta de publicações de determinado criador para o usuário que lhe segue, as interações por meio de curtidas, compartilhamentos e comentários frequentes, estabelecem uma relação de malha estreita. No entanto, malha frouxa, seria quando um perfil curte uma publicação que apareceu em sua página, e, por meio disso, novos conteúdos desse mesmo criador continuam surgindo, porém esse usuário não segue o criador de conteúdo, apenas curte, reprisa ou compartilha alguns vídeos, fazendo com que o algoritmo do aplicativo continue enviando conteúdo daquela página ou similares, ou seja, não é uma relação assídua.

Além disso, ao desenvolver produções nessa mídia, o produtor deve estar atento ao estilo de captação de imagens realizada. Os vídeos são mais aceitos quando estão no formato vertical, ao invés do tradicional modelo de filmagem do cinema e da televisão. Isso ocorre, por conta do aplicativo ter sido desenvolvido

para os smartphones. Apesar da expansão para a internet e das adaptações realizadas para a submissão de vídeos horizontais, e mais recentemente a implementação da opção de virar a tela horizontalmente, o outro formato virou padrão na plataforma e preferência entre os usuários, visto que é mais rápido, já que o celular tem seu formato de fabricação retangular vertical, sendo a principal proposta de estilo do aplicativo.

Pensando nas produções audiovisuais, decorrente da delimitação do tempo de duração pela plataforma, atualmente restringido a dez minutos no máximo - desde que seja carregado diretamente do celular, ou seja, não pode ser gravado pelo aplicativo -, o formato serial ganhou popularidade, entre os criadores de conteúdo seriado e também pelos público, possibilitando a continuidade desses vídeos, de forma que não seja cansativo.

Por isso, é importante que os vídeos não sejam sequenciais, muitos usuários demonstram insatisfação, através de comentários, por vídeos desse tipo. Deve-se levar em consideração, que os vídeos de um criador são distribuídos para diversas pessoas, em ordens aleatórias e em épocas distintas, ou seja, um vídeo publicado em abril, pode ser entregue para um perfil apenas em junho.

Conteúdos específicos ou similares, são importantes no engajamento de um perfil, pois fidelizam seguidores interessados naquele nicho, no entanto não garante que esse público visualize todos os vídeos em ordem de publicação. Diante disso, é importante analisar qual o melhor tipo de conteúdo e publicação a ser distribuído.

A própria plataforma informa que para o engajamento de uma conta, não basta publicar conteúdos, com determinada frequência, é necessário pensar nas legendas que acompanham o conteúdo. Diferente do imaginário de muitas pessoas, a inteligência artificial não distribui o conteúdo baseado apenas nas hashtags, mas, principalmente, nas palavras chave que são inseridas nas legendas.

Portanto, percebe-se que há diversos fatores que devem ser analisados e cuidados ao projetar e desenvolver produções para o aplicativo TikTok. Apenas alguns pontos foram mencionados nesse trabalho, no entanto diversos outros são criados e remodelados diariamente na plataforma. Com isso, nota-se a importância e relevância de mais estudos a respeito desse aplicativo, com o intuito de facilitar a

compreensão e possibilitar o planejamento e enquadramento mais objetivo das características próprias na produção de conteúdos audiovisuais para o aplicativo.

Diante do exposto, sabe-se que não há um nome próprio para as produções audiovisuais, como o documentário, produzidas para e por esse aplicativo. Pensando na proposta da plataforma, de ser rápida, intuitiva e contagiante, propomos o nome de *Tik Doc*. Parafraseando com o nome do aplicativo, por meio das iniciais de cada meio, *Tik* (TikTok) *Doc* (documentário). Esse seria o documentário pensado e desenvolvido com características que aproveitam as potencialidades do aplicativo TikTok, como notícias “conversacionais”, onde é possível dialogar com vozes jornalísticas informacionais (BARCELOS, 2019, p.18).

O nome é desenvolvido com o intuito da rápida identificação pública sobre o que está sendo proposto e apresentado. Sendo assim, a sonorização do título TikDoc, fica similar ao do aplicativo, já que modifica apenas o som do segundo T, o qual é substituído pela letra alfabética D. Além disso, o documentário é popularmente conhecido pelos consumidores e produtores de audiovisual através da sua sigla Doc, facilitando o reconhecimento dos usuários da plataforma e dos espectadores de produções audiovisuais.

Esse formato, propõe vídeos na vertical, entre 5 e 10 minutos de duração, partindo da ideia de rapidez na entrega de conteúdo, mas sem abandonar a complexidade e trabalho completo na apresentação de informações. Ao pensar em uma produção superior a métrica habitual de 3 minutos nos vídeos do TikTok, o produto se aproxima não só da comunidade presente na plataforma, que possibilita a postagem de vídeos com até 10 minutos, mas também do público base de documentários, que não precisam se distanciar da ideia de documentários como uma produção mais longa.

Para cada vídeo é pensado nos sons como parte da identidade do local, por isso no desenvolvimento do audiovisual cada localidade e conteúdo conta com um som diferente e propício para ambientalização do público com o espaço apresentado.

5. PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA PERIFERIA

Após a construção do samba nos anos 20, a popularização do funk e hip-hop durante a década de 70 e do rap no final de 1980 como símbolos de representação das periferias nas grandes cidades, surgiu entre 1990 e 2000 a produção cinematográfica periférica, como composição da cultura e identidade de comunidades distantes do centro. Através de oficinas de cinema e audiovisual, os moradores desses locais, começaram a contar a história de suas regiões, para a população local, trazendo visibilidade àquela realidade, desenvolvendo novas formas de fazer e consumir o audiovisual, como sugere Souza (2012).

Esse desenvolvimento só torna-se possível devido às entidades e os núcleos independentes de realização filmográfica, visto que as organizações privadas ou do Estado não investiam na produção dessas regiões.

É nesse período que novas políticas culturais entram em cena, ampliando as perspectivas para a produção cultural brasileira, especialmente aquela que não encontra abertura nos centros culturais, nos museus, nas bibliotecas, nas salas de cinema do circuito comercial, enfim, nos espaços culturais tidos como tradicionais. (Souza, 2012, p. 112)

Posteriormente, durante o primeiro mandato do governo Lula, ocorreu uma das iniciativas mais importantes no processo de crescimento das produções periféricas, os “Pontos de Cultura”, entidades reconhecidas pelo Ministério da Cultura e que possuem apoio institucional e financeiro, para desenvolverem ações socioculturais nas comunidades que residem. Esse projeto, como pontua Rubim (2009), permitiu outras modalidades culturais, como as afro-brasileiras, indígenas ou periféricas, por exemplo, ganhasse espaço.

Essas produções tornam-se mais notórias com a entrada da internet e a promoção e transmissão das obras nesse ambiente tecnológico, além do desenvolvimento de câmeras e smartphones com cada vez mais funções, mais leves e acessíveis, dispensando o uso de diversos equipamentos, os quais quase não chegavam nas áreas com menor poder aquisitivo. Essas evoluções possibilitaram que mais pessoas se tornassem produtores e criadores de conteúdo, além de facilitar o deslocamento durante as gravações, a pré e pós-produção, as quais podem ser realizadas em um único aparelho.

A população periférica tem, a partir dessas evoluções técnicas e culturais, a possibilidade de se apresentar e narrar um novo imaginário da periferia, o qual foi construído pela mídia como local de pobreza e violência, segundo Souza (2012), criando na sociedade um estereótipo deturpado e problemático, não só do ambiente, como dos moradores e frequentadores.

A fala do escritor Paulo Lins lança uma luz sobre a questão: ele explica que a partir do momento em que as ações da violência urbana, decorrentes do tráfico, passaram a invadir os bairros nobres da cidade, a imprensa passou a noticiá-las com mais frequência. Não obstante, esse processo reforça a ideia de o morador do morro ser promovedor da violência, tornando-o visível por meio de um estigma. (Souza, 2012, p. 123)

Enquanto o cinema discutia como retratar as periferias, as comunidades e as favelas brasileiras e criavam uma narrativa associada ao tráfico, crimes, prostituição, miséria, tristeza, depressão, desemprego, abandono familiar, dentre outras características negativas ao cotidiano periférico, como nos filmes *Cidade de Deus*, de Fernando Meirelles (2002), *Carandiru*, de Hector Babenco (2003) ou *Tropa de Elite*, de José Padilha (2007), os moradores desses espaços começaram a construir obras com suas próprias imagens. Esses moradores contam as histórias a partir de outras perspectivas, as quais representam a realidade e a visão dos habitantes regionais, apresentando ao público geral, a educação, o lazer e os atos políticos produzidos e desenvolvidos nesses territórios. Afinal, “é na tensão entre vários territórios (limites, bordas) que um ponto do espaço ganha atributos próprios (sociais, culturais, históricos) e torna-se um lugar” (Lemos, 2011).

Muito embora o enquadramento das classes populares na chave do estereótipo ou do exotismo já estivesse presente na televisão brasileira desde os anos 1960 (Sodré; Paiva, 2002), é na década de 1990 que os canais da TV aberta abordaram insistentemente o cotidiano violento de periferias e favelas. Nesse contexto, o programa policial vespertino *Aqui Agora* se tornou emblemático. Com o bordão “um telejornal que mostra a realidade como ela é”, o programa deslocou o foco da mídia televisiva para as questões relacionadas à violência urbana, tragédias sociais ou pessoais – um feito inédito no jornalismo televisivo da época, que prezava pela “higiene” temática e visual. (Souza, 2012, p. 122)

Estigmas ganharam ainda mais espaço associando as pessoas que viviam em regiões periféricas, principalmente, nas zonas apresentadas em filmes e nos noticiários. Desde a construção dessas regiões, foi atribuída aos moradores a

imagem de pessoas violentas e ignorantes, como forma de discriminar e exercer poder, por meio da descredibilização dessa população.

Todas as redes que interessam à comunicação de massa e à comunicação interpessoal, obedecendo a uma estrutura formal, são instrumentos de poder, estreitamente controlados na maioria dos casos, pois permitem encerrar uma população numa trama informacional que as superdetermina em relação às estratégias das organizações. (Raffestin, 1993, p. 218)

Diante desses cenários de estigmas, a principal marca da produção audiovisual de periferia, de acordo com Zanetti (2008), é o “estabelecimento de um debate das chamadas periferias (mundiais e locais) em torno de suas próprias realidades, cada vez mais pautado pela necessidade de uma visibilidade pública”. Como coloca Almendary e Borelli (2021), as produções são desenvolvidas por meio de muitas iniciativas de jovens, que mesclam comunicação, cultura e ativismo no audiovisual, utilizando-se de múltiplas plataformas.

Esses grupos se apropriam das ferramentas de produção e difusão de imagens audiovisuais e constroem ordens de visibilidade, expõem e combatem a discriminação e os estigmas que vivenciam e deixam suas marcas narrativas impressas nos territórios físicos e simbólicos da cidade: praças, muros, bairros, escolas e bens culturais que circulam por diversos espaços e nas mídias. (Almendary e Borelli, 2021, p. 215)

A versatilidade no vestuário, nas músicas, centros recreativos e na linguagem, através de gírias e expressões próprias dessas regiões, são apresentadas nas produções fílmicas, sem representar apenas um grupo periférico, mas buscando explicar e retratar as multiplicidades culturais existentes, esse é o intuito de produtores e cineastas da periferia, além de despertar a curiosidade e respeito da população de outras regiões, bem como gerar capital dentro da periferia, afinal a maior concentração de mão de obra está em áreas periféricas.

Almendary e Borelli (2021) mencionam os documentários periféricos como estratégia de visibilidade, resistência e reexistência, de jovens marginalizados socialmente pelo local onde mora e, em algumas situações, em conjunto com a condição econômica e/ou cor de pele. Principalmente, com o uso das tecnologias, que possibilitam a realização e difusão de documentários, que podem alcançar não só as pessoas do mesmo local, como as mais distantes, mas que se identificam nas abordagens realizadas nas obras.

O documentário é compreendido, aqui, como uma trama de culturas audiovisuais e digitais heterogêneas atreladas a territórios, comunidades, movimentos e povos (Zimmermann, 2019), cujas práticas engajadas (Waugh, 1984) se constituem como possibilidades privilegiadas de construção de políticas de visibilidade e ativismo cultural, e que produzem deslocamentos e ressignificação nas relações entre produção, conteúdo e público receptor, conformando “territorialidades no audiovisual” (Zanetti, 2017) específicas. (Almendary e Borelli, 2021, p. 216)

As *hashtags* e legendas são os principais elementos responsáveis pela distribuição de conteúdos específicos para pessoas semelhantes, visto que a inteligência artificial distribuirá para as pessoas que consomem conteúdos e realizam buscas a partir de termos chaves iguais ou semelhantes. Seguindo a idéia de Appadurai (2004), Almendary e Borelli (2021) colocam como que essa divulgação por meio de sites e redes sociais, auxiliam na criação identitária de um grupo, pois “o mundo contemporâneo permite que cada indivíduo se imagine como um processo social em curso e se alimente de múltiplas possibilidades de criar novos eus e mundos imaginados”.

Os meios midiáticos, por vezes, utilizam da repetição de um discurso para enfraquecer ou estigmatizar um grupo social, disseminando uma narrativa social sobre o que deve ser visível (Rocha, 2006), ou seja, a condição de narrar, ver ou construir um imaginário, de acordo com Almendary e Borelli (2021), é desigual.

Como proposto por Zanetti e Reis (2017), os “territórios são âmbitos de disputa e de poder, de controle e ocupação, de expressão e representação”, e o uso e a produção em um espaço por atores sociais locais, é uma forma de territorialização, que permite a relação de poder sobre o local, por isso que durante muito tempo a produção se concentrou nas regiões centrais, os filmes eram produzidos pela elite, assim a influência e, conseqüentemente, controle das regiões marginalizadas estavam em detrimento da classe elitizada, exercendo a partir disso certo poder. Produzir o conceito de que uma classe é mais culta, mais estudada e visionária que a outra, é uma tentativa de manter domínio.

Tanto Santos como Raffestin compreendem os meios de comunicação como sendo capazes de estabelecer diferentes territorialidades a partir do modo como a informação é produzida e posta em circulação no tempo e no espaço, num determinado contexto social. (*apud* Reis e Zanetti, 2017, p.18)

A construção do imaginário sobre a periferia é similar a projeção de Mercator (1569) do mapa mundial, que tem como base o eurocentrismo, por isso a Europa e a América do Norte, possuem proporções maiores do que realmente são e regiões com países marginalizados, de certo modo, como América do Sul e África são representadas com espaços menores, diferente da realidade, mas não é atoa que até hoje esse é o modelo de mapa mais utilizado, visto que ele mantém no imaginário global a idéia de que os países com grandes proporções detém poder na cenário mundial. As favelas, comunidades e periferias são representadas do mesmo modo, como micro regiões, distantes, com pequenas casas e comércios, os quais estão aglomerados, sem uma estrutura planejada, dando a ideia de que é menor no contexto de representatividade e produção social, enquanto os centros urbanos são mostrados como espaços amplos, com grandes estruturais, construções organizadas, com diversidade, áreas verdes, estabelecendo desse modo uma relação de poder e importância.

No entanto, por meio das ações de incentivo, dos grupos independentes, da democratização tecnológica, e da redefinição territorial dos grupos marginalizados, a periferia começou a gerar “um novo circuito artístico e cultural, para além das fronteiras geográficas e de classe” (Rocha e Pereira, 2018, p.113).

6. MAPAS AFETIVOS

Os lugares e espaços estão sempre presentes não só em nossa rotina, como nas fotografias, histórias, imaginários e lembranças, cada localidade ganha um significado, de acordo com as experiências pessoais e projetos estruturais, como a criação de uma escola, que tem um significado social, mas também pessoal, cada criança ou trabalhador associará uma imagem diferente para os espaços que compõem o lugar.

Entretanto, diferente da associação comum, espaço e lugar possuem significados diferentes, segundo Ponte, Bomfim e Pascual (2009), os espaços fazem referência à lógica de amplitude, movimento e liberdade, enquanto lugar se relaciona “com a ideia de objeto, segurança, estabilidade e proximidade”. Para Tuan (1983, apud Ponte, Bomfim e Pascual, 2009, p. 346), “vivemos nos lugares, mas desejamos os espaços. Embora se possa experienciar nos lugares sentimentos que se vinculem à ideia de segurança, estabilidade, lar e outros”.

Em ambos, agregamos significações e, conseqüentemente, nos apropriamos deles. Nos espaços, há para Pol e Valera (1999) duas formas de apropriação: *a priori*, quando existe uma promoção feita daquele local, por ações governamentais, com uma proposta de uso, de finalidade, como uma praça de recreação infantil, no entanto é a população que define o significado final, se será o mesmo ou se terá novas associações; o outro processo é intitulado como *a posteriori*, é justamente a ideia de espaços que são ressignificados ao longo do tempo, essas postulações ocorrem, através das atividades exercidas no local, ou seja, como a comunidade usufruiu do espaço, criando uma nova definição ao ambiente, como ocorre em hortas comunitárias, em que as pessoas começam a plantar em uma praça, por exemplo.

A partir da ótica local e pessoal, criou-se a ideia dos mapas afetivos, em que se observa como um espaço ou lugar influencia uma pessoa e como essa também exerce influência no ambiente. Mapas afetivos são instrumentos para compreender os sentimentos de uma pessoa ou um grupo em relação a determinado local, o termo foi desenvolvido a partir da psicologia ambiental, por Bomfim (2009), que queria entender como o psicológico das pessoas está ligado ao local e como influencia nas relações socioculturais. O processo desse instrumento é, de certo

modo, simples, coleta com os entrevistados as impressões, sentimentos, vivências pessoais, pontos negativos do território e histórias que conhecem sobre determinado ambiente, normalmente, através de desenhos, narrações, textos ou metáforas, que desempenham o papel de representação do espaços, por meio dessas informações é possível entender como uma pessoa conecta-se a esse ambiente, para além daquilo que é tangível.

a interação identidade e lugares se dá pelo viés de uma afetividade ético-política, proposta por Sawaia (2000, 2006), na qual entendemos que o ser humano se engaja afetiva ética-politicamente na construção de sua identidade, firmando laços com os lugares significativos de sua história. Abrindo, então, um campo de discussão crítica de transformação das “estruturas cristalizadas” e “reificadas” que formam a concepção alienada de lugar, por meio da qual a pessoa reproduz e “naturaliza” ideologias e discursos de exclusão. (Ponte, Bomfim e Pascual, 2009, p. 350)

O resultado dessa coleta de dados “é a construção de mapas afetivos que expressam os sentimentos e as emoções (afetividade), bem como a implicação psicossocial do indivíduo em relação a um determinado ambiente de sua realidade” (Pacheco, 2018). Esse instrumento serve também para estudos estaduais ou municipais, por exemplo, com o intuito de planejar, organizar e entender a cidade por meio da relação afetiva dos indivíduos que transitam pelo local.

Neste sentido, tem-se os sentimentos e as emoções como mediadores da identidade dos indivíduos, construída a partir das afecções das experiências cotidianas do indivíduo nas interações com as outras pessoas e com o ambiente (BOMFIM, 2010). Compreender a imagem da cidade por meio da afetividade do indivíduo, portanto, possibilita a apreensão das formas como essas pessoas conhecem, agem e se implicam com o ambiente. (Pacheco, 2018)

Zulmira Bomfim, desenvolveu esse método, com base no mecanismo de elaboração de Mapas Cognitivos, criados por Kevin Lynch, em que propõe às pessoas externalizar seus sentimentos em relação à cidade, explicando como entendem, codificam, armazenam e recordam as informações sobre o lugar (Bomfim, 2008). Entretanto, os mapas propostos por Lynch não levam em consideração a afetividade existente nos relatos dos entrevistados, devido esse fator, Bomfim desenvolve os Mapas Afetivos, como forma de preenchimento dessa lacuna.

Os mapas afetivos até podem ser gerados dos mapas cognitivos (BOMFIM, 2010), porém não é a orientação estrutural ou localização geográfica o seu maior objetivo. Ao contrário, os mapas afetivos objetivam alcançar as estratégias de ação e os graus de apropriação do espaço (POL, 1996) pelos sujeitos, o apego ao lugar (GIULIANI, 2004) e a identidade social urbana (POL; VALERA, 1996) decorrente dessa interação; além de apreender o nível de implicação do indivíduo com o lugar. (Pacheco, 2018)

De acordo com Ponte, Bomfim e Pascual (2009), a interpretação que temos de um local, na maioria das vezes, é construída pela elite e leva em conta seus interesses econômicos, portanto, gera perspectivas alienadas dos espaços e lugares, como simples objetos de consumo, mercadorias, que se definem a partir de títulos, como: Centro, favela, zona de risco, refúgio, dentre outros.

Mas através dos novos discursos, das novas versões, ditas e escritas por moradores e pessoas que vivenciam a periferia, o modo de enxergá-la também é modificado, em especial e majoritariamente pela própria comunidade. Como exposto no capítulo anterior, as novas formas de produção artísticas, principalmente pela população periférica, possibilitaram as mudanças nos espaços.

Consideramos que a organização centro-periferia, até então prevalente na cidade, tem ganhado outros conteúdos e ações em virtude de um processo de desconstrução da cidade, agora difusa e dispersa. Processo apreensível não apenas do ponto de vista da forma, mas também, das representações e simbolismo que as preenchem. (Mares, 2019, p. 84)

Como analisado por Bomfim (2009), a afetividade é uma das melhores maneiras de se entender como é um ambiente, qual a conexão de um grupo com determinado lugar, a partir de suas experiências, ao invés de títulos, obtém significados. Como sugere Mares (2019), a experiência em um espaço cotidiano é modificada, através da compreensão do afeto e emoções atribuídos por outros, normalmente, aqueles que vivem no entorno, para o autor “esse viés analítico nos permite trabalhar na hipótese de que as emoções integram o processo de diferenciação socioespacial, bem como são vividas de modos distintos em cada fragmento do tecido urbano”.

Bondi, Davidson e Smith (2005), falam sobre a geografia emocional, a qual pressupõe que os simbolismos que, de fato, penetram e são repassados por quem vivencia o ambiente, são os derivados das relações emocionais.

No entanto, como tratado por Mares (2019), os grupos sociais que possuem espaço público para o discurso, costumam retratar e agregar as comunidades e periferias à vulnerabilidade, insegurança e, por consequência, o medo.

Para Sposito e Góes (2013), há o reconhecimento de que trata-se de um processo que contém e sucede o de segregação (autossegregação), tornando mais densa as cisões nessas estruturas e, especialmente, as práticas espaciais dos cidadãos, combinados a novos elementos como a prevalência de uma policentralidade, conformação de territórios descontínuos dando origem a morfologias descontínuas territorialmente (Mares, 2019, p. 89)

Criou-se um discurso, majoritariamente por empreiteiros, de que a violência urbana pode ser parada, através de moradias em condomínios, sejam de apartamentos ou casas, agregando a esse espaço a imagem de segurança e tranquilidade, mas com isso cria-se o discurso do medo e insegurança na população, além de indagar uma separação de classes, visto que não são localidades acessíveis financeiramente a determinados grupos, em especial àqueles que habitam a periferia, uma região que por não possuir condomínios, pode ser lida como insegura.

Constroem enclaves fortificados (lazer, trabalho, moradia, consumo) que, ao mesmo tempo, legitimam e são legitimados pelo discurso do medo. O plano do habitar assume posição de destaque, pois, compreendemos que é o nível de ação principal que modula a vida cotidiana e a casa é bem expressiva da materialização do discurso do medo pela ênfase dada à inserção de objetos de segurança, como o muro, marcando os limites que separam a casa do mundo externo. (Mares, 2019, p. 88)

Para além desses fatores, há ainda a influência desse discurso do medo nos próprios moradores periféricos, que começam a limitar o trânsito pela comunidade e, conseqüentemente, não conseguem conhecer o potencial existente nessas regiões, seja político, de lazer, educação ou recreação.

O encontro com a cidade significa descobrir formas de construção de uma ética que propicie ao habitante a interação entre as esferas íntima e pública, a convivência com o igual e com o diferente sem excluir, a superação de tese e antítese na compreensão da cidade como processo. O encontro é a participação e envolvimento dos cidadãos no movimento de transformação da cidade, quer seja nas decisões de gestão urbana ou em suas diversas formas de apropriação do espaço. (BOMFIM, 2010, p. 217).

Com isso, os Mapas Afetivos, servem não só para entender como é um lugar, qual sua importância, suas qualidades e seus pontos a melhorar, como também resgatar e desenvolver a relação dos moradores com o ambiente, bem como ressignificar a imagem da região, partindo do ponto de vista de quem, de fato, vivencia o lugar e o espaço.

A afetividade, assim, seria uma virtualidade, possibilitando outras formas de viver o cotidiano urbano, em que os sentidos das práticas espaciais possibilitadoras de uma transformação na cidade estariam atreladas ao desenvolvimento de potencialidades baseadas em um eixo integrador, a dimensão afetiva. (Mares, 2019, p. 90)

7. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

O projeto experimental foi desenvolvido em três etapas, sendo elas: pré-produção, produção e pós-produção.

7.1. Pré-produção

Nesta etapa do projeto foi planejado o projeto experimental e quais bases teóricas eram necessárias para o desenvolvimento dele e a sequência em que elas apareceriam no trabalho, para uma melhor construção da linha de raciocínio necessária para a compreensão de todas as camadas que envolvem o trabalho.

Foi a partir desse ponto que as leituras e construção do texto deste projeto foram realizadas, sendo destinado, aproximadamente, quatro meses para a conclusão desta etapa, momento em que também foi definido o nome “Lazer Periférico” (Figura 1) para a série documental.

Figura 1 - Página do TikTok



Fonte: TikTok

Após a parte teórica ter sido concluída, nos primeiros três meses ocorreu a escolha dos locais, sendo: Escola de samba Estrela do Terceiro Milênio, Parque Linear Aristocrata, Parque Linear Cantinho do Céu e o Parque Shangrilá. Foi

realizada a averiguação primária e o estudo dos locais, identificando através de conversas com os funcionários e frequentadores como seriam realizadas as filmagens.

Nesse tempo também ocorreu o processo de solicitação de autorização para realizar gravações e entrevistas com frequentadores dos locais. Sendo essa a parte mais complicada, devido a falta de clareza sobre o órgão responsável pelos parques e a demora para sair a autorização.

As perguntas aos entrevistados consistia em saber:

1. Qual a sua relação/história com o parque?
2. Qual a importância do parque para a comunidade local na sua visão (entrevistado)?

7.2. Produção

Durante a fase de produção, foram realizadas gravações dos locais, para apresentar o ambiente ao público, além das entrevistas, para pegar relatos dos frequentadores.

O primeiro episódio, gravado no dia 5/11 com 4h15 de conteúdo, entre gravações do ambiente e entrevistas com Lara Schulze, Waleska Pereira, Arthur Santos e Guilherme de Almeida, teve duração de 9min8s. O segundo episódio, gravado no dia 14/11 com duração de 2h, tem 5min8s na versão final. No terceiro episódio, gravado no dia 13/11, o conteúdo gravado teve 1h de duração, entre gravações do local e entrevista, resultando em um episódio de 6min46s. O quarto episódio foi gravado no dia 15/11, com 1h30 de duração e versão final com 6min26s.

Tabela 1 - Episódios conforme datas, tempo de gravação e tempo final do episódio

Episódio	Localidade	Data de gravação	Tempo de gravação	Tempo final do episódio
1	Escola de Samba	05/11/2023	4h15min	9min5seg

Parque Linear Cantinho do Céu	14/11/2023	2h	5min8seg
3 Parque Linear Aristocrata	13/11/2023	1h	6min46seg
4 Parque Shangrilá	15/11/2023	1h30min	6min26seg

7.2.1. Equipamentos

Foram utilizados os seguintes materiais: dois smartphones, um para realizar a gravação de imagem e outro para captar a voz dos entrevistados, um microfone de lapela com fio e um tripé.

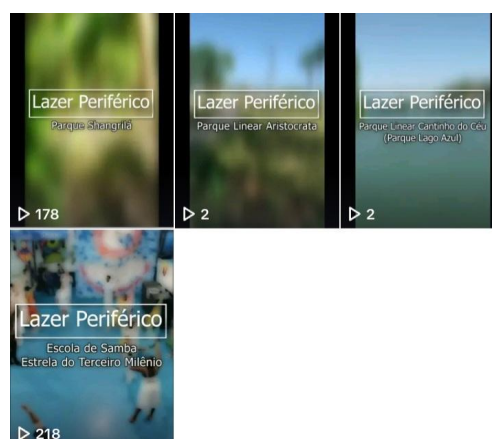
7.2.2. Pós-produção

Nessa etapa foi realizada a edição do produto, sendo realizada através do programa Adobe Premiere e da própria plataforma do TikTok. Foram feitos também posts de divulgação no Instagram, para cada episódio.

As postagens dos vídeos na plataforma do TikTok ocorreram entre os dias 20 e 23 de novembro, tendo mais engajamento no primeiro e último dia.

Como apresentado na Figura 1, a página do TikTok, durante os dias 20 e 24 de setembro, teve quatro seguidores e oito curtidas. Foram 400 visualizações ao todo nos vídeos publicados no TikTok (Figura 2).

Figura 2 - Engajamento no TikTok

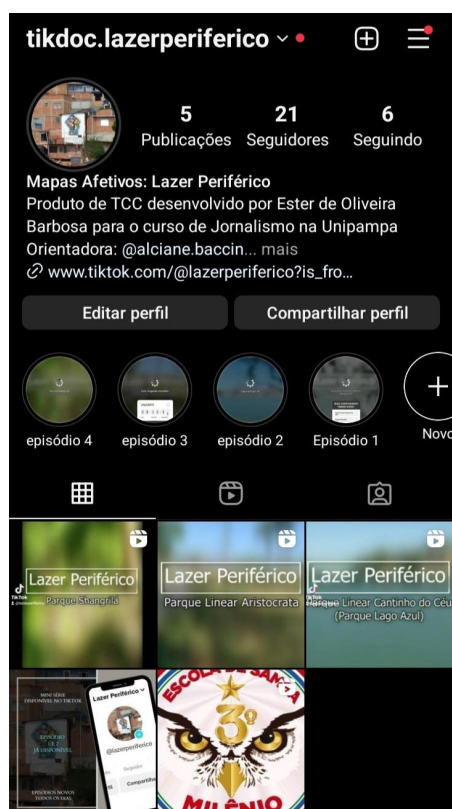


Fonte: TikTok

O primeiro vídeo teve 218 visualizações, conforme Figura 2 (de baixo para cima). O último vídeo (primeira imagem da Figura 2, da esquerda para a direita) alcançou 178 visualizações, em apenas um dia, enquanto os demais tiveram apenas duas visualizações cada.

No Instagram, criou-se uma página para realizar a divulgação do perfil no TikTok, nomeada como @tikdoc.lazerperiferico³. Produziu-se quatro seções de destaque (Figura 3), com a publicação de stories de cada episódio, intituladas de “Episódio 1”, “episódio 2”, “episódio 3” e “episódio 4”. Além de ser divulgado um reels de divulgação para cada episódio lançado.

Figura 3 - Perfil do Instagram



Fonte: Instagram

O perfil do Instagram teve engajamento com cinco contas, sendo duas de seguidores e três de não seguidores, foram oito interações com os reels, de 10 até

³ A conta do Lazer Periférico no Instagram está disponível através do link: <https://www.instagram.com/tikdoc.lazerperiferico/?next=%2F>

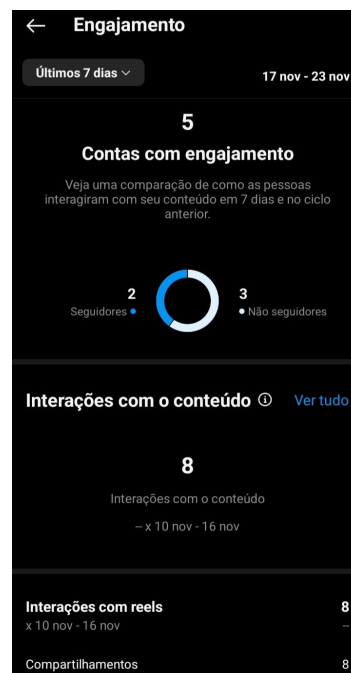
16 de novembro (Figura 4). Possui o total de 21 seguidores, até o dia 23 de novembro (Figura 5).

Figura 4 - Engajamento no Instagram



Fonte: Instagram

Figura 5 - Seguidores no Instagram



Fonte: Instagram

A capa (Figura 6) dos perfis nas redes sociais foi desenvolvida durante as filmagens no Parque Linear Cantinho do Céu, e é a junção da representação caricata da periferia, de diversas casas próximas uma da outra, além de apresentar a arte que está presente nas comunidades periféricas, simbolizando o lazer. O

desenho de punho erguido também contém a simbologia de solidariedade e resistência, logotipo criada pelos Trabalhadores Industriais do Mundo em 1917, de acordo com a matéria publicada pelo portal Time, escrita por Megan Gibson (2011).

Figura 6 - Identidade Visual



Fonte: Autoria própria

8. AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE PRODUÇÃO

O processo de produção foi difícil, devido ao constrangimento das pessoas em cederem entrevistas, sendo necessário abordar um novo método, ao invés de focar na entrevista em vídeo, foram realizadas entrevistas por áudio e utilizados relatos escritos nos vídeos.

O processo de edição foi complicado, visto que o equipamento de gravação era simples, resultando em vídeos mais simples, conseqüentemente mais trabalhosos na hora de editar, mas graças aos estudos anteriores no programa de edição, foi possível realizar essa etapa com mais tranquilidade.

No entanto, a plataforma do TikTok ainda não consegue reconhecer áudios livres de direitos autorais, isso tornou o processo mais complicado, ainda que os sons estivessem disponíveis na galeria de áudios da plataforma, só era possível utilizar uma música de fundo, não permitindo o uso de dois ou mais sons, como foi realizado na primeira edição através do Adobe Premiere.

Por fim, essa produção apresentou a necessidade de produções que relatem sobre as áreas de lazer na periferia, outros parques precisaram ficar de fora dessa primeira temporada, mas permitiram a visualização de uma continuação desse trabalho no futuro.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apenas alguns pontos foram mencionados nesse trabalho, no entanto diversos outros são criados e remodelados diariamente na plataforma do TikTok. Com isso, nota-se a importância e relevância de mais estudos a respeito desse software, com o intuito de facilitar a compreensão e possibilitar o planejamento e enquadramento mais objetivo das características próprias na produção de conteúdos audiovisuais para o aplicativo.

O produto desenvolvido a partir dessa análise, tem como objetivo divulgar regiões da periferia para atividades de lazer, apresentando opções para além dos destinos nas áreas centrais da cidade de São Paulo. Visto que, a plataforma pode continuar entregando o mesmo conteúdo em momentos distintos, o alcance pode ser maior a longo prazo.

A produção alcançou seu objetivo, chegando a uma audiência de mais de 400 pessoas, possibilitando a identificação da comunidade periférica nas mídias. Essa realidade tornou-se possível por conta do acesso a aparelhos tecnológicos, internet e mídias digitais, pelos moradores das periferias.

As mídias instantâneas permitiram que novos formatos de conteúdos fossem produzidos e por qualquer pessoa, sendo possível a representação de diversos grupos sociais, com produções realizadas pelos próprios membros dessas comunidades.

Esse projeto é um exemplo disso, sendo produzido com o celular, por uma moradora da periferia. O foco da grande mídia sempre foi assuntos de interesse da elite, justamente, por serem produzidos pela elite, com equipamentos profissionais, passando a ideia de que não é possível realizar produções sem poder financeiro.

Outro ponto relevante deste trabalho, mas que ainda requer uma discussão mais aprofundada e estudos complementares que contribuam para a identificação de um formato próprio de documentário que aproveite as potencialidades da plataforma e sirva para ampliar a participação e o engajamento de jovens usuários do aplicativo com conteúdos jornalísticos.

REFERÊNCIAS

AERAPHE, G. **Webséries: Criação e Desenvolvimento**. Belo Horizonte: Ciência Moderna, 2013.

ALMENDARY, L. C.; BORELLI, S. H. S. **Juventudes e práticas do documentário em São Paulo: ativismo cultural e políticas de visibilidade**. Ciências Sociais Unisinos, v. 57, n. 2, p. 214–225, 2021.

ARAÚJO, V.; FERREIRA, K.; REZENDE, R. e TOLEDO, J. **A influência da mídia na estigmatização de jovens e lugares da cidade**. XIII Simpósio nacional de geografia urbana, Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/nugea/wp-content/uploads/sites/338/2010/09/A-influ%C3%Aancia-da-m%C3%ADia-na-estigmatiza%C3%A7%C3%A3o-de-jovens-e-lugares-na-cidade.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2023.

BBC NEWS BRASIL. **O que nos deixa tão viciados no TikTok, segundo a Ciência**. BBC, 5 jul. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-62049678>. Acesso em: 26 mai. 2023.

BOMFIM, Z. A. C. **Cidade e Afetividade: Estima e construção dos mapas afetivos de Barcelona e de São Paulo**. Fortaleza, CE: Edições UFC, 2010.

BONDI, L.; DAVIDSON, J.; SMITH, M. **Introduction: geography's "emotional turn"**. Ashgate Publishing, 2005. p. 1-16.

CAJAZEIRA, P. e SOUZA, J. J. **Interatividade digital, audiência e webdocumentários**. Juazeiro do Norte, CE: Doc on-line, n. 18, p. 166–190, 2015.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

COSTA, R. M. B.; CARVALHO, C. P. **Jornalismo e Redes Sociais: Novas Práticas e Reconfigurações**. Goiânia: Comun. & Inf., v. 24, p. 1-16, 2021.

CRUZ, Laís. **Mapa Afetivo: o que é, para que serve e como fazer um para a sua cidade**. Agenda Pública. 16 de fevereiro de 2019. Disponível em:

<https://www.agendapublica.org.br/news/mapa-afetivo-o-que-e-para-que-serve-e-com-o-fazer-um-para-a-sua-cidade/> Acesso em: 25 jan. 2023.

GAUDENZI, Sandra. **Interactive documentary: towards an esthetic of the multiple.** Londres: University of London, Centre for Cultural Studies (CCS) of Goldsmiths. Disponível em: <http://www.interactivedocumentary.net/about/me/>. Acesso em: 30 abr. 2023.

GAUDENZI, Sandra. **The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary.** Londres: Centre for Cultural Studies, University of London, 2013. Disponível em: research.gold.ac.uk/id/eprint/7997/1/Cultural_thesis_Gaudenzi.pdf. Acesso em: 04 abr. 2023.

GIBSON, Megan. **Every Movement Needs a Symbol: Enter The Wisconsin Fist of Solidarity.** Time. Disponível em: <https://newsfeed.time.com/2011/02/22/every-movement-needs-a-symbol-enter-the-wisconsin-fist-of-solidarity/>. Acesso em: 24 de nov. 2023.

GOSCIOLA, V. **Roteiro para as Novas Mídias: do cinema às mídias interativas.** 3ª Ed. São Paulo: Senac, 2003.

HERGESEL, J. P. **Mapeamento sobre os estudos de websérie em língua portuguesa: de 2016 a 2020.** Campinas, SP: Intercom, v. 44, 2021.

LEMONS, André. **Cultura da mobilidade.** In: FERLA, J.; BEIGUELMAN, G. Nomadismos tecnológicos. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2011.

LEVIN, Tatiana. **Do documentário ao webdoc - questões em jogo num cenário interativo.** Doc On-line, n. 14, p. 71- 92, 2013.

MARES, R. M. **A dimensão afetiva na experiência urbana: os sentidos do habitar na cidade contemporânea.** Geografia em Atos, v. 5, n. 12, p. 82–98, 2019.

MOHSIN, M. 10 Video Marketing Statistics for 2019 (Infographic). Oberlo. Disponível em: <https://www.oberlo.com/blog/video-marketing-statistics>. Acesso: 5 mar. 2023.

MONTEIRO, J. C. S. **TikTok como suporte midiático para a aprendizagem criativa**. Revista Latino-Americana de Estudos Científicos, 2020.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Trad. Mônica Saddy Martins. 5ª ed. Campinas, SP: Papirus, 2012.

NUNES, S.G.C.; MORAES, N.R; SOUZA, F. C. **As mídias digitais e a nova sociedade**: um olhar sobre as interações humanas e as relações organizacionais. Palmas, TO: EDUFT, 2020.

PAZ, André e SALLES, Julia. **Dispositivo, acaso e criatividade por uma estética relacional do webdocumentário**. Doc On-line, n. 14, p. 33- 69, 2013.

PACHECO, F. P. **Afetividade e implicações psicossociais vividas por moradores de uma comunidade ameaçada de desapropriação em Fortaleza**. Fortaleza, CE. 2018.

PENAFRIA, Manuela. **Perspectivas de desenvolvimento para o documentarismo**. Universidade da Beira Interior, 1999. Disponível em: penafria-perspectivas-documentarismo.pdf. Acesso em: 30 abr. 2023.

PONTE, A. Q.; BOMFIM, Z. A. C. e PASCUAL, J. G. **Considerações teóricas sobre identidade de lugar à luz da abordagem histórico-cultural**. Psicol. Argum., Curitiba, v. 27, n. 59, p. 345-354, 2009. Disponível em: <https://biblat.unam.mx/hevila/Psicologiaargumento/2009/vol27/no59/6.pdf>. Acesso em: 4 fev. 2023.

POL, E., & VALERA, S. (1999). **Symbolisme de l'espace public et identité sociale**. *Villes en Parallèle*, 28-29, 13-33.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ed. Ática, 1993.

RAMOS, E. S.; NEVES, D. D. **Estrutura Narrativa Seriada para Web a partir da Análise da Websérie Elemento**. Natal, RN: Intercom, v. 17, 2015.

RAMOS, Fernão Pessoa e Catani, Afrânio (orgs.). **Estudos de Cinema SOCINE 2000**. Porto Alegre, Editora Sulina, 2001, pp. 192/207

ROCHA, R. D. M. **Cultura da visualidade e estratégias de (in)visibilidade**. São Paulo: E- compós, v. 7, 2008.

ROCHA, R. D. M.; PEREIRA, S. L. **O que consomem os que não consomem?** Ativistas, alternativos, engajados. São Paulo: Intercom, v. 41, n. 2, p. 107–120, 2018.

RUBIM, A. A. C. **Políticas culturais entre o possível e o impossível**. 2009. Disponível em: <https://politicasculturais.files.wordpress.com/2009/03/politicas-culturais-entre-o-possivel-e-o-impossivel.pdf>. Acesso em: 23 de maio de 2023.

SALLES, Julia. **Agenciamento e indeterminação**: conceitos para um estudo do documentário interativo. Rebeca, v. 3, ed. 6, 2014.

SILVA, Isabel Flávia da; TEIXEIRA, Naiara Aparecida Alves. **Websérie documental “Você me vê SP”**: a experiência estética do ativismo e suas mediações culturais na ocupação do espaço urbano paulistano. 2017. Monografia (Graduação) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Curso de Comunicação Social – Jornalismo, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, 2017.

SILVA, J.; PINTO, A. **Geração C**: Conectados em novos modelos de aprendizagem. Rio de Janeiro: VIII Brazilian Symposium on Games and Digital Entertainment, 2009.

SOUZA, Gustavo. **O Audiovisual nas Periferias Brasileiras**: Fatores para o Desenvolvimento da Produção. Cadernos Cenpec | Nova série, v. 2, n. 2, 2012.

SOUZA, J. J.; CAJAZEIRA, Paulo. **Mas afinal, o que é uma websérie documental?**. Rio de Janeiro: Intercom, v. 38, 2015.

SOUZA, J. J. **Websérie documental**: um conceito em discussão. Sorocaba, SP: Tríade, v. 10, n. 23, 2022.

SOUZA, Maíra de Cássia Evangelista de. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. p. 286. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/122790/323516.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 23 jan. 2023

VERMELHO, S.; VELHO, A.; BONKOVOSKI, A.; PIROLA, A. **Refletindo sobre as redes sociais digitais**. Maringá, PR: Educacao & sociedade, v. 35, n. 126, p. 179–196, 2014.

VIEIRA DE MELO, C. T. **O documentário como gênero audiovisual**. Comunicação & Informação, v. 5, n. 1/2, 2013.

ZANETTI, Daniela. **Cenas da periferia: representações e discursos em produções audiovisuais “periféricas”**. Salvador, BA: Enecult, v. 4, 2008.

ZANETTI, Daniela e REIS, Ruth. **Comunicação e territorialidades: poder e cultura, redes e mídias**. Vitória, ES: Edufes, 2017.