

**UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA - UNIVAP**

GIOVANA NAKAMURA LOPES

LUANA FONTES DOS REIS

DOCUMENTÁRIO “CANCELAMENTO VIRTUAL”

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS – SP

2021

GIOVANA NAKAMURA LOPES

LUANA FONTES DOS REIS

DOCUMENTÁRIO “CANCELAMENTO VIRTUAL”

Relatório apresentado como parte do trabalho de Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de rádio e televisão, da Universidade do Vale do Paraíba.  
Orientadora: Prof. Me. Márcia dos Santos Sermarini  
Coorientador: Bruno Ribeiro Bragança Silva

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS – SP

2021

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA

### Ficha catalográfica

Nakamura e Reis, Giovana Nakamura e Luana Reis  
DOCUMENTÁRIO CANCELAMENTO DIGITAL / Giovana Nakamura e Luana  
Reis Nakamura e Reis; orientador, Marcia dos Santos Sermarini;  
co-orientador Bruno Ribeiro Bragança Silva. - São José dos  
Campos, SP, 2021.

53 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale  
do Paraíba, São José dos Campos. Comunicação Social.

Inclui referências

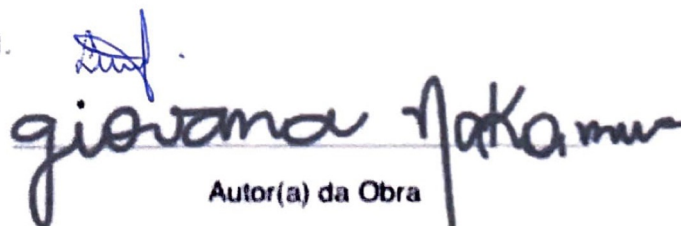
1. Comunicação Social. 2. Documentário de curta-metragem,  
autoexplicativo sobre o tema "cancelamento digital" visando  
incentivar a reflexão sobre os efeitos que a cultura do  
cancelamento pode causar na vida pessoal e profissional de uma  
pessoa. I. dos Santos Sermarini, Marcia, orient. II. Ribeiro  
Bragança Silva, Bruno, co-orient. III. Universidade do Vale do  
Paraíba. Comunicação Social. IV. Título.

Eu, Giovana Nakamura e Luana Reis Nakamura e Reis, autor(a) da obra acima  
referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em  
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o  
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado  
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de  
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e  
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 3 de Dezembro de 2021.

  
Autor(a) da Obra

data da obra: 26/11/2021

## RESUMO

Atualmente o termo cancelamento virtual tornou-se comum no vocabulário dos usuários de redes sociais; isso acontece quando alguém tem alguma fala ou atitude que não agrada o público. A pessoa “cancelada” tem sua vida profissional e pessoal desprezada e minimizada. Sofre uma retirada de consumo e suporte por conta do público. Toda trajetória e feitos da pessoa passam a ser passíveis de julgamento, em razão de uma ação ou fala mal colocada. Esse estudo tem como objetivo produzir um documentário de curta-metragem que seja autoexplicativo. Os procedimentos usados nessa investigação científica se basearam em análise descritiva, qualitativa. Para coleta de dados foram feitas análises documentais (livros, revistas, documentários, entrevistas etc.) e revisões bibliográficas baseadas em artigos científicos, teses, dissertações, livros, base de dados, Google Acadêmico (Scielo, CAPES, Bireme). O cancelamento virtual impactou a sociedade contemporânea de maneira inesperada. E, para isso, foi medido em pesquisa quantitativa sobre o quanto se tem conhecimento sobre o assunto. 176 pessoas responderam à pesquisa de mercado, maioria do sexo feminino, idade de 18 a 24 anos. Ao serem questionados sobre “hater” (termo utilizado na internet para classificar pessoas que postam comentários de ódio ou crítica sem muito critério), 89,8% das pessoas não se consideram. Porém, 42,6% das pessoas conhecem pelo menos uma pessoa que pratica “hate”. Ao serem questionados sobre a frequência de comentários positivos e negativos que fazem nas redes sociais, 60,8% das pessoas fazem apenas comentários positivos. Quanto ao material audiovisual produzido 83,5% das pessoas têm interesse em assistir. Dessas pessoas, 79,2% gostariam de assistir o documentário no IGTV no Instagram. Estudar e analisar o fenômeno do “cancelamento” sob o olhar do audiovisual é trazer a discussão sobre a importância tanto da arte cinematográfica, como da construção da mídia brasileira.

**Palavras-chave:** Documentário; *Reality Show*; Mídias Sociais; Cancelamento digital; Relações interpessoais na internet.

## ABSTRACT

Currently, the term virtual cancellation has become common in the vocabulary of social media users; this happens when someone has some speech or attitude that the audience doesn't like. The “cancelled” person has their professional and personal life despised and minimized. Suffers a withdrawal of consumption and support on behalf of the public. All the person's trajectory and deeds are now subject to judgment, due to a misplaced action or speech. This study aims to produce a self-explanatory short film documentary. The procedures used in this scientific investigation were based on descriptive, qualitative analysis. For data collection, documentary analysis (books, magazines, documentaries, interviews, etc.) and bibliographic reviews based on scientific articles, theses, dissertations, books, database, Google Scholar (SciELO, CAPES, Bireme) were carried out. Virtual cancellation has had an unexpected impact on contemporary society. And, for that, it was measured in quantitative research on how much knowledge is known about the subject. 176 people responded to the market survey, mostly female, aged between 18 and 24 years. When asked about “hater” (a term used on the internet to classify people who post comments of hate or criticism without much criteria), 89.8% of people do not consider themselves. However, 42.6% of people know at least one person who practices “hate”. When asked about the frequency of positive and negative comments they make on social media, 60.8% of people only make positive comments. As for the audiovisual material produced, 83.5% of people are interested in watching it. Of these people, 79.2% would like to watch the documentary on IGTV on Instagram. Studying and analyzing the phenomenon of “cancellation” from the point of view of the audiovisual sector is to discuss the importance of both cinematographic art and the construction of Brazilian media.

**Keywords:** Documentary; *Reality Show*; Social media; Interpersonal relationships on the internet.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
<b>2 JUSTIFICATIVA</b>	<b>8</b>
<b>3 OBJETIVO GERAL</b>	<b>9</b>
3.1 Objetivos específicos	9
<b>4 REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>10</b>
4.1 Documentário e seus subgêneros	10
4.2 Mídias Sociais - Definição	14
4.3 Instagram e Twitter	15
4.3.1. Instagram	15
4.3.2 Twitter	16
4.4 Reality Show	16
<b>4.5 Cancelamento Virtual</b>	<b>18</b>
4.5.1 A influência da televisão sobre seus telespectadores.	19
<b>5 METODOLOGIA</b>	<b>21</b>
<b>5 RESULTADOS</b>	<b>25</b>
<b>6 MEMORIAL</b>	<b>30</b>
6.1 Concepção e pré-produção	30
6.1.1 Entrevistados	30
6.1.3 Produção	32
6.1.4 Gravações	32
6.1.5 Identidade Visual	32
6.1.6 Equipe e funções	32
6.1.7 Lista de equipamentos	32
<b>6.2 Viabilidade Econômica</b>	<b>33</b>
<b>6.3 Pós-produção e finalização</b>	<b>33</b>
6.3.1 Decupagem	33
6.3.2 Montagem	34
6.3.3 Finalização	34

<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>35</b>
<b>8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>37</b>
<b>ANEXO A</b>	<b>40</b>
Roteiro de Entrevista - Pesquisa Qualitativa	40
Lista de entrevistados	43
<b>ANEXO B</b>	<b>45</b>
Fichas de orientação mensal	45
<i>ANEXO C- Autorização de imagem</i>	<i>48</i>

## 1 INTRODUÇÃO

Julgar, valorar atitudes das pessoas é natural no ser humano. É um impulso, ou seja, seria uma reação a uma emoção, algo inato, um tipo primitivo de inteligência (SANTANA, 2021). Entretanto, as novas tecnologias dos tempos atuais combinadas com bilhões de pessoas que tiveram suas vidas transformadas pela pandemia da Covid-19, modificou também essas estruturas das relações interpessoais. A quarentena pode desencadear sintomas psicológicos, como ansiedade, tristeza, raiva etc. (VASCONCELOS, FEITOSA, MEDRADO, BARBOSA, 2020)

A quarentena e seu excesso de tempo ocioso (para alguns) fez com que a alienação às redes sociais se intensificasse de modo que, a sociedade se apegasse às coisas antes consideradas irrelevantes. Atualmente, os indivíduos têm mais oportunidades de encontrar notícias e informações do que em qualquer momento anterior na nossa História. Além dos meios de comunicação tradicionais, como a televisão, os jornais e a rádio, a circulação das notícias pela Internet e nas redes sociais oferece às pessoas a possibilidade de serem expostas a informações, mesmo que não as procurem propositadamente (FERREIRA, 2020).

Assim, assuntos e falas antes ignoradas, hoje se tornaram foco de modo generalizado. Tudo é passível de julgamento. Uma fala mal colocada pode fazer com que pessoas percam contratos e até carreiras profissionais sejam perdidas, por exemplo. O medo de falar algo mesmo que simples, ser mal interpretado, ou mesmo desagradar um grupo de pessoas, se tornou temeroso atualmente. Todos querem agradar a todos. Qualquer tópico pode se transformar em um debate ofensivo e sem escrúpulos. Não se sabe mais quem é verdadeiro ou quem atua por medo, ou seja, temos uma geração que pode ser marcada por linchamentos mesmo sem fundamentos.

## 2 JUSTIFICATIVA

A influência das redes sociais na população vem crescendo há anos (segundo (DUMONT, 2020) Cada vez mais a sociedade se encontra à mercê de um meio comunicação rápida e dinâmica. Com a pandemia global da Covid-19, as pessoas passaram a ficar mais tempo em suas casas, com disponibilidade de tempo para acessar conteúdos na internet, nas redes sociais. De acordo com o estudo realizado entre 13 e 16 de março de 2020, além do aumento generalizado do uso das redes sociais, a televisão, o maior meio de comunicação em massa, também passou a ser progressivamente mais presente na vida dos brasileiros (HUMANISTA, 2021).

O novo estilo de vida na qual o tempo ocioso se tornou significativo, ocasionou com que se tornassem recorrentes discussões com intensidade exacerbada em tópicos antes não considerados relevantes. Devido a tal impacto social, o cancelamento virtual se fez presente na vida, principalmente dos brasileiros, de uma forma revolucionária.

O termo cancelamento virtual tornou-se comum no vocabulário dos usuários de redes sociais. É utilizado quando alguém tem alguma fala ou atitude que não agrada o público e é “cancelado” em razão desse ocorrido. A pessoa “cancelada” tem sua vida profissional e pessoal desprezada e minimizada. Sofre uma retirada de consumo e suporte por conta do público. A sociedade julga intensamente, por motivos muitas vezes superficiais e sem fundamentos reais, por uma atitude isolada, sendo um linchamento virtual (BORGES, 2020).

Esse costume se intensificou mais generalizadamente no Brasil desde o lançamento da última edição do *reality show* Big Brother Brasil, no dia 25 de janeiro. Os termos “cancelamento” e “cultura do cancelamento” cresceram 80% nas buscas. Esses dados comprovam a influência, alienação e o reflexo na população para com o *reality*, já que o assunto era um dos em destaque por ser discutido diariamente e incansavelmente pelos participantes do BBB, que incluía algumas celebridades e artistas famosos (MILLAN, 2006).

Sendo assim, esse tema torna-se relevante para que haja um estudo sobre as relações interpessoais nas mídias sociais que se estabeleceram nesse momento de pandemia da Covid-19.

### **3 OBJETIVO GERAL**

Produzir um documentário de curta-metragem que seja autoexplicativo sobre o tema “cancelamento digital” visando incentivar a reflexão sobre os efeitos que a cultura do cancelamento pode causar na vida pessoal e profissional de uma pessoa.

#### **3.1 Objetivos específicos**

- Analisar por meio de pesquisa de mercado o interesse das pessoas em assistir um produto deste tipo.
  
- Medir a viabilidade e direcionamento do projeto via pesquisa quantitativa traçando como as pessoas enxergam suas atitudes dentro da internet.
  
- Realizar entrevistas com profissional da área da psicologia para conscientização sobre os danos psicológicos de um linchamento virtual e os motivos que levam a isso.

## 4 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo deve-se fazer uma contextualização sobre os temas centrais do trabalho. Primeiramente apresentar os gêneros existentes dentro dos documentários e uma abordagem mais específica do documentário escolhido em questão. Em seguida aprofundar no assunto linchamento virtual e seus efeitos consequentes; expor um apanhado histórico da televisão no Brasil; descrever o que é um *reality show*; discorrer sobre as principais redes sociais e o surgimento delas e; o que são os influenciadores digitais.

### 4.1 Documentário e seus subgêneros

A modalidade escolhida para este trabalho é o documentário, um filme cinematográfico que molda e interpreta material factual para fins educacionais ou de entretenimento. Como proposta produção documentário, reserva-se uma breve contextualização do cenário cinematográfico documental brasileiro bem como os sentidos de se filmar o real, o audiovisual enquanto linguagem e os subgêneros em que se dividem as possibilidades documentárias (RAMOS, 2000).

No cenário histórico, o Brasil conta com profissionais reconhecidos pelo gênero documental, como Eduardo Coutinho, que nos anos 70 já proporcionou mudanças significativas no modo de se fazer um documentário através do notório “Cabra marcado para morrer” (1984). Quando a produção é interrompida pelo golpe militar de 64 e retomada apenas na década de 80, carrega consigo uma proposta tido como divisoras de águas no cenário nacional ao não mais se focar numa película que propunha o diálogo entre camponeses e intelectuais num projeto estético coletivo, mas sim, um sujeito em busca de outros sujeitos.

Fez-se, portanto, um filme aberto, que aposta no processo de filmagem como produtor de personagens e enredos, no encontro daquele que filma e de quem aparece em frente às câmeras como essencial para a produção documental. E nas entrevistas não mais consideradas como um artifício de “dar voz”, mas sim produto de negociações fluidas em que as versões dos personagens se produzem a partir do contato com a câmera. Coutinho construiu um filme que transformou, dali para frente, os moldes que estruturam a produção documental nacional.

Apesar disso, é só no final da década de 90 que o documentário começa a ganhar espaço no cenário brasileiro (LINS, 2008). Com o cinema ficcional sucumbindo a extinção da EmbraFilmes, que não resistiu ao governo Collor de Melo, o gênero documental resiste devido aos seus laços com os movimentos sociais e seu status de produção “menor” que acompanha a popularização e barateamento das câmeras digitais e da montagem de equipamento não linear. Contudo, a popularização do documentário no mercado brasileiro foi tímida e, mesmo com o incentivo estatal em 2000, a política de incentivo se viu barrada pela dificuldade de distribuição e comercialização.

Entretanto, também há de se notar as conquistas do gênero na era pós-moderna: além da tela do cinema, que inaugurou sua inserção nas telas dos cinemas, até então a janela do mercado audiovisual, o boom dos serviços de streaming incorporou aos hábitos domésticos o consumo de séries documentais e produções próprias focadas em temas atuais ou personalidades sociais e midiáticas. De acordo com Cesário (2019) 78% da amostra do *survey* (pesquisa) declara o *streaming* (plataforma digital de audiovisual) como plataforma preferencial de consumo audiovisual. Logo, nesse contexto, o documentário emerge como uma oportunidade tanto aos cineastas experientes quanto aos jovens que se interessam em ingressar no mundo dos filmes, a um custo relativamente baixo devido ao avanço das tecnologias e equipamentos digitais, e dar vida às suas ideias e idealizações audiovisuais.

Mesmo que Glauber Rocha considerasse o trabalho documental como sair por aí “com uma câmera na mão e uma ideia na cabeça” (1960), Clarice Peixoto (2019) reflete que, Glauber trabalhava com cuidado seus roteiros já que os elementos dos processos de representação em um documentário são constituídos por palavras e imagens específicas que dialoguem e expressem da melhor maneiras as culturas e dinâmicas sociais retratadas. Ou seja, a filmagem do “real” exige do cineasta um conhecimento de pesquisa da linguagem audiovisual, que engloba a cinematografia, a fotografia, a iconográfica e a virtual, para que assim ele se oriente quanto às composições de enquadramento, ângulo, planos e edição. Entre a pesquisa, o texto escrito e a imagem e o som não existem nem identidade nem oposição, mas complementaridade (PEIXOTO, 2019). No trabalho aqui proposto, é essa complementaridade que se espera alcançar.

Apesar de não fictício, o filme documentário ainda deve contar uma história, por trás dele há a preferência e motivos que determinam a filmagem de uma certa cena e outra não, do

uso que se faz na edição para definir quais serão fortes no contexto do filme ou de quais serão rejeitadas.

São essas as marcas da relação entre pesquisa e produção de um filme, sem negligenciar que o documentário não deve pretender exaustivamente a natureza e a quantidade de dados (PEIXOTO, 1998) e reforçando que o registro de imagens é uma representação do real que pode ser realista, ou abstrata (como no caso da construção do tempo através da imagem), de acordo com a ideia do fabricante de imagens

Mas o importante a assinalar é que o fabricante de imagens [...], tem sempre uma ideia do sujeito a ser filmado, pois, quando não tem bem claro o que quer filmar e como fazê-lo, as imagens correm o risco de serem incompreensíveis e até não terem sentido. (PEIXOTO, p.216, 1998).

Segundo Nichols (2010), relata em seu livro “Introdução ao documentário” existem dois tipos de filmes documentais: os ficcionais ou de satisfação de desejos e os não-ficcionais ou de representação social.

Os documentários ficcionais certamente não estão limitados às experiências do cineasta, mas sim histórias advindas de certa imaginação e que trazem aflições, desejos, sonhos, medos, o que o cineasta deseja.

Esses filmes expressam de forma tangível nossos desejos e sonhos, nossos pesadelos e terrores. Tornam concretos - visíveis e audíveis - os frutos da imaginação. Expressam aquilo que desejamos, ou tememos, que a realidade seja ou possa vir a ser (NICHOLS, 2010, p. 26).

Os documentários não-ficcionais, sejam eles de curta, média ou longa metragem, tendo o de curta-metragem como foco desse projeto, tem por objetivo revelar perspectiva de observação e entendimento da sociedade.

Expressam nossa compreensão sobre o que a realidade foi, é e o que poderá vir a ser. Esses filmes também transmitem verdades, se assim quisermos. Precisamos avaliar suas reivindicações e afirmações, seus pontos de vista e argumentos relativos ao mundo como o conhecemos, e decidir se merecem que acreditemos neles. Os documentários de representação social proporcionam novas visões de um mundo comum, para que as exploremos e compreendamos (NICHOLS, 2010, p. 26-27).

Dentro disto, os documentários ficcionais e não-ficcionais são divididos em muitos formatos e gêneros. Isso permite que os cineastas ultrapassem os limites tradicionais ou misturem elementos de diferentes modos para produzir um filme único e poderoso.

Segundo Nichols (2010) relata em seu livro "Introdução ao documentário" o estudo dos gêneros leva em consideração os traços característicos dos vários grupos de cineastas e

filmes. Podemos identificar seis modos de representação que funcionam como subgêneros do gênero documentário: poético, expositivo, observativo, participativo, reflexivo e performático.

O primeiro subgênero é o documentário modo poético, que segue algumas características da vanguarda modernista, ou seja, tem características subjetivas e de fragmentação, assim, não tem grande preocupação com a linearidade da localização no tempo e/ou espaço, com a montagem linear e com a argumentação dos personagens sociais (NICHOLS, 2010, p. 138). Nichols Bill também relata que este modo evidencia a subjetividade e se preocupa com a estética. Há uma valorização dos planos e das impressões do documentarista a respeito do universo abordado.

Em oposição ao modo poético, o modo expositivo, base deste projeto, preocupa-se mais com a defesa de argumentos do que com a estética e subjetividade. Como marca diferencial, tem-se a objetividade e a procura por narrar um fato de maneira a manter a continuidade da argumentação.

Os documentários expositivos dependem muito de uma lógica informativa transmitida verbalmente. Numa inversão de ênfase tradicional do cinema, as imagens desempenham papel secundário. Elas ilustram, esclarecem, evocam ou contrapõem o que é dito (NICHOLS, 2010, p. 143).

Este modo visa educar o público e “evocar e gratificar um desejo de saber”, portanto, talvez se possa supor que retrata uma representação precisa de uma dada realidade. Embora a estrutura lógica e linear dos documentários expositivos reforce isso e a cronologia da realidade, sua convenção típica de locução sem dúvida distorce a capacidade da maneira de representar a realidade com precisão (RENOV, 1993).

Já o modo observativo, visa observar o mundo ao redor. Segundo Nichols, este modo enfatiza o engajamento direto no cotidiano das coisas ou pessoas que representam o tema do cineasta, conforme são observadas por uma câmera discreta.

O documentário observativo reduz a importância da persuasão, para nos dar a sensação de como é estar em uma determinada situação, mas sem a noção do que é, para o cineasta, estar lá também (NICHOLS, 2010, p. 153).

Em contrapartida, o documentário participativo trata-se de projetar um processo de narrativa que honre e reflita as vozes e a liderança das pessoas impactadas por um evento ou situação em andamento.

O documentário participativo dá-nos uma ideia do que é, para o cineasta, estar numa determinada situação e como aquela situação conseqüentemente se altera. Os

tipos e graus de alteração ajudam a definir variações dentro do modo participativo do documentário (NICHOLS, 2010, p. 153)

O modo reflexivo geralmente inclui o cineasta dentro do filme e fazem com que o espectador duvide, questione aquilo que vê ilustrado. Ao contrário do participativo, a maioria dos criadores de documentários reflexivos não faz nenhuma tentativa de explorar um assunto externo. Em vez disso, eles se concentram apenas em si mesmos e no ato de fazer o filme<sup>1</sup>

Esses filmes tentam aumentar nossa consciência dos problemas da representação do outro, assim como tentam nos convencer da autenticidade ou da veracidade da própria representação (NICHOLS, 2010, p. 163-164).

Por fim, o documentário performático é uma combinação experimental de estilos utilizados para enfatizar a experiência do sujeito e compartilhar uma resposta emocional com o mundo.

Modo performático: enfatiza o aspecto subjetivo ou expressivo do próprio engajamento do cineasta com seu tema e a receptividade do público a esse engajamento. Rejeita ideias de objetividade em favor de evocações e afetos. [...] Todos os filmes desse modo compartilham características com filmes experimentais, pessoais e de vanguarda, mas com uma ênfase vigorosa no impacto emocional e social sobre o público (NICHOLS, 2010, p. 63).

Todos estes subgêneros transcritos neste projeto fazem parte do que pode vir a se tornar um documentário e a preferência de cada um deles depende de como o documentarista deseja contar uma história para o público.

## **4.2 Mídias Sociais - Definição**

Em 1969 quando surgiu a internet, basicamente era acessada por comunidades científicas vinculadas a universidades, sendo usada apenas para troca de informação e pesquisa. Na década de 1990 começaram a surgir os sites de relacionamento, onde os usuários interagiam por meio de salas de chat, fóruns de discussão, blogs e páginas pessoais. Logo em seguida, começaram a ser utilizados endereços de e-mail e criados perfis de usuários com o intuito de aproximar as pessoas, levando ao desenvolvimento de inúmeras funcionalidades como as que são utilizadas nas redes sociais atuais (TELLES, 2010).

A palavra “mídia” consiste no conjunto dos diversos meios de comunicação, com a finalidade de transmitir informações e conteúdos variados <sup>2</sup>). Diferente dos meios de comunicação tradicionais, constituem canais de relacionamento na internet nos quais existem

---

<sup>1</sup> ALFREDGE, J 2020.

<sup>2</sup> Fonte: Dicionário Mini Aurélio, 2006

diferentes possibilidades de interação e participação entre os usuários. As mídias sociais não incluem somente as redes sociais, mas também os *blogs*, *wikis* e *sites* de compartilhamento.

Segundo Telles (2010), as mídias sociais fazem parte de uma revolução poderosa que pode influenciar decisões, perpetuar ou destruir marcas e eleger presidentes. Dentro das diversas mídias existentes, podem se formar redes sociais, como por exemplo, o Instagram e Twitter, que serão os principais focos deste trabalho.

### **4.3 Instagram e Twitter**

O linchamento virtual está presente nos mais diversos tipos de mídias sociais, entre elas merecem destaque:

#### **4.3.1. Instagram**

É a rede social mais conhecida do mundo e a segunda rede social mais utilizada no Brasil. Segundo o site G1 (2020) atualmente são 1 bilhão de usuários ativos por mês: o Instagram é a 5ª rede social mais popular do mundo. Sua funcionalidade é a captura e o compartilhamento de imagens. O Instagram é muito conhecido e a rede social com mais engajamento do público.

Atualmente os digitais *influencers* (formadores de opinião), *blogueiros* (termo brasileiro utilizado para designar o indivíduo que publica em blogs), e, até mesmo os *youtubers* (criadores de conteúdo para a rede social *youtube*), buscam atingir milhões de seguidores. Para que isso aconteça, muitos acabam expondo sua vida pessoal em suas redes sociais para se aproximar de seu público. Assim, um número grande de pessoas pode acabar se envolvendo e opinando sobre o cotidiano dessas celebridades. Quando uma figura pública faz algo que pode ser considerado questionável, ela se submete a todo tipo de comentário, muitas vezes maldosos e pessoais levando a uma série de distúrbios e de um ciclo de ódio sem fim em que todo mundo pode ser julgado por qualquer motivo<sup>3</sup>. Esse julgamento sem cabimento e desproporcional se chama linchamento virtual.

---

<sup>3</sup> (BUTLER, Danielle. Site theroot.com, 20 de mai. de 2021)

### 4.3.2 Twitter

O Twitter é uma rede social que simula um blog pessoal. A plataforma oferece um espaço de 280 caracteres para que seus usuários postem o que sentirem vontade, sendo desabafos do cotidiano, discussões sobre temas variados, notícias e afins. No Twitter essas postagens recebem o nome de “*Tweet*”.

Esta rede social ganhou popularidade no Brasil em 2008 e, desde então, vem crescendo progressivamente. Segundo a companhia, em 2020 a rede social alcançou a marca de 186 milhões de usuários em todo o mundo. Um aumento de 34% se comparado a 2019.<sup>4</sup>

Um ponto que merece destaque nesta rede social são as *hashtags*. As mais usadas ficam em destaque na plataforma e, por conta disso, elas podem envolver assuntos globais e de relevância generalizada como alguma notícia polêmica sobre política, o lançamento de um novo programa, relatos emocionantes, o começo de um *reality show*, desastres geográficos, uma grande apresentação musical entre outros. É uma plataforma onde tudo se torna discutível, tudo é comentado e qualquer usuário pode opinar sobre.

O linchamento virtual no Twitter na maioria das vezes vem por meio dessas *hashtags*, onde determinados grupos comentam repetidamente até que a *hashtag* utilizada receba destaque na plataforma e assim se torna ainda mais acessível. Com isso, pode se sobressair uma frase insultando e caluniando alguém, normalmente figuras públicas, por conta de atitudes ou falas que desagradaram essas pessoas.

Muitos desses usuários nem sempre buscam a informação por completo, resultando em uma onda de acontecimentos e comentários com más intenções apenas pela influência de alguns.

## 4.4 Reality Show

Antes de fundamentar sobre o principal foco deste trabalho, é importante explicar o que é o gênero *Reality show*, visto que, na maioria das vezes é de onde parte o cancelamento virtual. O mesmo normalmente é associado às relações sem conexões pessoais, onde a pessoa julgada não tem chance de se retratar e nem direito ao perdão. (FARHAD, 2019<sup>5</sup>).

---

<sup>4</sup> Blog Mlabs, 2021.

<sup>5</sup> Site nytimes.com

*Reality show* é uma espécie de programa de televisão que visa mostrar como as pessoas comuns se comportam no dia a dia, ou em situações, muitas vezes criadas pelos próprios produtores, que têm como objetivo representar a vida cotidiana.

Desde os primórdios da civilização, o ser humano mostra necessidade de representar cenicamente seus dramas pessoais e vicissitudes existenciais. O "*reality show*" é uma das versões pós-modernas da encenação da vida humana. (PEREIRA, M. *Reality shows: uma abordagem psicossocial*, 2006)

Com o desenvolvimento tecnológico ocorrido fundamentalmente do século XX em diante, segundo Marília Pereira cita no artigo científico *Reality Shows: uma abordagem psicossocial* (2006), um fenômeno atual que ganhou notoriedade, sobretudo na última década, foi o "*reality show*", filmagem ao vivo de pessoas comuns convivendo em um espaço fechado durante um tempo determinado.

O *Reality Show* que merece destaque neste artigo é a versão brasileira do "*Big Brother*", programa originalmente criado na Holanda em 1999 por John de Mol, que teve a ideia de criar um *Reality Show* onde pessoas comuns seriam selecionadas para conviverem juntas dentro de uma mesma casa, vigiadas por câmeras, 24 horas por dia. O nome do programa foi inspirado no nome de um personagem do livro 1984 de George Orwell.

Trata-se de um programa de entretenimento que consiste no confinamento voluntário de pessoas em uma casa, que se dispõem a ser filmadas durante todo o tempo que ali permanecerem. A duração é de cerca de dois meses e, semanalmente, um dos participantes é eliminado de acordo com as votações feitas pelo público e pelos outros integrantes do grupo. A finalidade última do jogo é que apenas uma pessoa consiga permanecer, o que lhe dará o direito de receber um prêmio em dinheiro (PEREIRA, 2006).

O *Big Brother* é o espelho e o desastre de toda uma sociedade presa da insignificância que se curva diante de sua própria banalidade. É uma farsa integral, uma imagem reflexa de sua própria realidade. Para o autor, a audiência é grande graças à debilidade e nulidade do espetáculo: ou as pessoas assistem porque ali se reconhecem e/ ou assistem para se sentirem menos idiotas que os protagonistas (PEREIRA, 2006).

No Brasil, o *Big Brother* teve seu início em 2001, com apresentação de Pedro Bial. Desde então, não parou mais e a cada ano começa uma nova edição com duração de aproximadamente três meses. Em 2021, vigésima primeira edição, contava com vinte participantes em busca de um prêmio de um milhão e meio de reais. Essa jornada é sempre marcada por discussões, afetos e muita intensidade (CORAL, 2021).

A cada ano, o *Big Brother* vem ganhando mais audiência e conseqüentemente se tornando mais discutido nas redes sociais.

O BBB 21 registrou recordes históricos de audiência do canal. No dia 28 de março o reality bateu 26 pontos de audiência e 49% do total de público da televisão brasileira durante a formação do paredão, conforme dados do Painel Nacional de Televisão (PNT) (Giovana Christ, Editorial SP-Arte 365).

#### 4.5 Cancelamento Virtual

Nesse artigo será dissertado sobre o “cancelamento virtual”. Um termo novo que tem se feito extremamente presente nos dias atuais devido à influência extrema da televisão brasileira sobre seus telespectadores. Será comentado sobre suas causas, conseqüências, e todas as atitudes relacionadas ao linchamento do séc. XXI.

Cancelamento é o termo que está sendo utilizado quando alguém (normalmente, mas não necessariamente, uma figura pública) tem alguma fala ou atitude que não agrada o público e, assim, é julgada fortemente por uma atitude isolada, sendo um verdadeiro linchamento virtual. (SERAFIM, 2020).

O cancelamento virtual tornou-se algo comum e diário nas redes sociais em 2021. O programa da Rede Globo da televisão aberta ‘Big Brother Brasil’ se mostrou extremamente influente sobre seus telespectadores nesse quesito. Os fãs do programa foram os que mais praticaram o cancelamento virtual, segundo pesquisas.

“A TV aberta é um serviço oferecido gratuitamente à população pelas emissoras de televisão abertas [...] A TV “por assinatura”, “a cabo”, entre outras denominações possíveis, é um serviço de acesso ao conteúdo de canais de televisão abertos e dos canais “fechados” ou “pagos” por meio do pagamento de mensalidade”.<sup>6</sup>

Como citado anteriormente, ‘Big Brother Brasil’ é uma adaptação de um *reality* show holandês na qual 20 pessoas ficam confinadas em uma casa sem acesso ao mundo exterior. Elas precisam passar por desafios e a que restar é a ganhadora, porém, no *reality* show original as provas e testes eram menos inofensivos. Eram colocados à prova o instinto de sobrevivência e resistência física dos participantes.

Durante a última semana, a partir do lançamento da edição atual do *reality* show Big Brother Brasil, no dia 25 de janeiro, os termos cancelamento e cultura do cancelamento cresceram 80% nas buscas. Isso porque o assunto está sendo discutido diariamente pelos participantes do BBB, que inclui algumas celebridades e artistas famosos. (NEJM, 2021).

O cancelamento virtual se faz presente também distante das celebridades. Empresários e funcionários de grandes marcas podem ser vítimas desse severo “tribunal”. Em novembro de 2016, o seriado “*The 100*” (“Os 100” em tradução livre) da emissora “The CW”

<sup>6</sup> Disponível em: <dtv.org.br>. Acesso em 15 de abr. de 2021.

da Califórnia, Estados Unidos, foi vítima de ataques em grande escala em suas redes sociais. Fãs do seriado se revoltaram com a morte de uma das personagens da trama, direcionando xingamentos e ameaças à emissora, seus desenvolvedores e toda a equipe de produção<sup>7</sup>.

O sentimento de ódio generalizado e sem fundamento ocasionado pela cultura do cancelamento afeta inclusive figuras não-públicas e por motivos não vívidos.

#### **4.5.1 A influência da televisão sobre seus telespectadores.**

O *Reality Show* Big Brother Brasil bateu um recorde histórico e acabou indo parar no Guinness Word Records: “[...] em 20, foi constatada a maior votação da história do programa e de *reality shows* no mundo, com exatos 1.532.944.337 votos em um dos programas” (RAMBALDO, 2021).

O acontecimento foi tão memorável que entrou para o Guinness World Records como “A maior quantidade de votos do público conseguidos por um programa de televisão”.

O recorde do Big Brother Brasil também foi mencionado no Jornal Nacional e ganhou uma matéria na revista eletrônica estadunidense Variety, que chamou o recorde de “colossal” (RAMBALDO, 2021).

O cancelamento virtual consiste basicamente em boicotar pessoas famosas por atitudes julgadas como inadequadas, incorretas ou preconceituosas. A pessoa é exposta por sua conduta e então cancelada pelo comportamento: o público deixa de seguir o artista nas redes sociais e deixa de consumir seus conteúdos e assim conseqüentemente. Todos são propensos a serem cancelados, Artistas, influenciadores, atletas e qualquer personalidade pública estão sujeitos a isso, caso faça ou fale alguma coisa que pode ser julgada como preconceituosa ou que não tenha a aprovação da maioria.

Apesar de usarmos o termo "cancelamento" muito mais para famosos, pessoas anônimas também podem ser "canceladas" pelos amigos, quando diz algo controverso e os amigos deixam de ter contato com ela. (GARCIA, 2020.)

O cancelamento digital é extremamente danoso para quem o sofre, pois, a pessoa em questão tem sua trajetória toda julgada e anulada normalmente devido a apenas uma atitude. Esse processo pode ocasionar em síndromes mentais em razão de uma anulação de uma vida inteira por conta de uma fala mal expressada. Além de que, o ser humano tende a errar e a aprender com os erros e, o cancelamento tira o direito de aprendizagem e de uma segunda chance.

---

<sup>7</sup> Segundo Alex Cranz, d.+o Site gizmodo.com

Eleito termo do ano em 2019, tendo alcançado o ápice do interesse das buscas na internet em julho de 2020, a “cultura do cancelamento” sempre existiu, mas nunca esteve tão “na moda”. (TONELLI, 2020)

Muitas vezes, mesmo discordando com o linchamento, as pessoas seguem esse ciclo, independente do que pensam por imaginarem que essa tendência é mais aceita socialmente. Inconscientemente, se impulsionam além de falas prontas e artificiais, mas também uma busca por uma perfeição incansável e inexistente e que pode impedir a pessoa de aceitar seus defeitos, afinal, ninguém quer ser cancelado ou restringido. A pessoa tende a começar uma luta interna em que tenta e não consegue, e se frustra diante dos conflitos que a vida nos apresenta.

“Cancelar pessoas é uma forma pouco eficaz para apontar erros, podendo trazer consequências negativas para quem cancela e quem é cancelado. Canceladores podem se tornar críticos demais e intolerantes. Criticados podem sentir abandono, desprezo e desconsideração” (GARCIA, 2021)

## 5 METODOLOGIA

A metodologia é o fundamento lógico para a abordagem da pesquisa e a lente por meio da qual ocorre a análise. Dito de outra forma, uma metodologia descreve como a pesquisa deve ser realizada, é ela quem direciona a produção do trabalho. Tem como objetivo facilitar o desenvolvimento da pesquisa, possibilitando a escolha do melhor caminho, por meio da definição e organização de quais serão os métodos utilizados para a obter os dados convincentes.

Os procedimentos usados nessa investigação científica se basearam em análise descritiva, numa abordagem qualitativa. Para coleta de dados foram feitas análises documentais (livros, revistas, documentários, entrevistas etc.) e revisões bibliográficas baseadas em artigos científicos, teses, dissertações, livros, base de dados, Google Acadêmico (SciELO, CAPES, Bireme).

O cancelamento virtual impactou a sociedade contemporânea de maneira inesperada. E, para isso, foi medido em pesquisa quantitativa o quanto se tem conhecimento sobre o assunto. Mais de 176 pessoas responderam o questionário das seguintes perguntas:

1. Qual o seu gênero?

- Masculino
- Feminino
- Outro
- Prefiro não dizer

2. Qual é a sua idade?

- Menos que 18
- 18 anos a 24 anos
- 25 anos a 34 anos
- 35 anos a 44 anos
- 45 anos a 54 anos
- Mais de 54

3. Você já ouviu o termo "cancelamento digital"?

- Sim e sei o que é.
- Já ouvi falar, mas não tenho conhecimento.
- Nunca ouvi falar.

4. Se respondeu “sim” ou que “já ouviu falar” sobre o cancelamento digital na questão anterior, por qual meio você teve contato com o tema?

- Televisão
- Internet
- Rádio
- Por pessoas próximas a mim.

5. Você se considera um "hater" (termo usado na internet para classificar pessoas que postam comentários de ódio ou crítica sem muito critério.)?

- Sim
- Às vezes
- Não

6. Você conhece alguém que pratica "hate"?

- Sim, muitas pessoas.
- Sim, algumas pessoas.
- Não.

7. Você acha legal quem pratica o linchamento virtual (hate)?

- Sim, mas eu não faria.
- Sim e eu pratico.
- Não.

8. Você já “cancelou” alguém?

- Sim.
- Não.

9. Qual a frequência de comentários positivos e negativos que você faz nas redes sociais?

- Faço apenas comentários positivos.
- Faço tanto comentários positivos quanto negativos, quando não gosto de algo.
- Apenas faço comentários quando não gosto de algo ou não concordo.

10. Você teria interesse em assistir um produto audiovisual sobre cancelamento digital?

- Sim
- Não

11. Se respondeu sim na questão anterior, em qual plataforma gostaria de assistir?

- Instagram IGTV
- Youtube

Esse estudo ressalta a frequência e rapidez que o linchamento virtual se fez presente nos últimos tempos. Os dados apresentados apontam que apesar de ser um assunto consideravelmente popular, poucas pessoas entendem de fato esse processo que transformou a maneira de se conviver em sociedade.

Serão entrevistados também alguns artistas para uma compreensão interna dos efeitos do linchamento virtual em comunidade:

#### ***Lista de entrevistados***

Pali Venturi (Influencer)

- 300 mil seguidores no Tik Tok;
- 70 mil seguidores no instagram.

Dj GBR (Dj)

- 5,3 milhões de ouvintes mensais no Spotify;
- mais de 40 milhões de views no Youtube;
- Considerado pela maior produtora de funk do Brasil, o melhor DJ de funk por 2 anos consecutivos.

Rafael Corrêa

- Ex DJ, diretor e representante no Vale do Paraíba da Produtora Love Funk (1,5 bilhões de views no Youtube).

Psicóloga Fabíola Miranda

- Especialista em terapia cognitiva comportamental.

Fernando e Fabiano

- Dupla sertaneja
- Mais de 3 milhões de views;
- 50 mil seguidores no instagram.

Solange Moraes

- Apresentadora de Tv (Globo; Band) há 25 anos

Julio Moraes

- Locutor a 10 anos
- Ex produtor de eventos da Band Vale

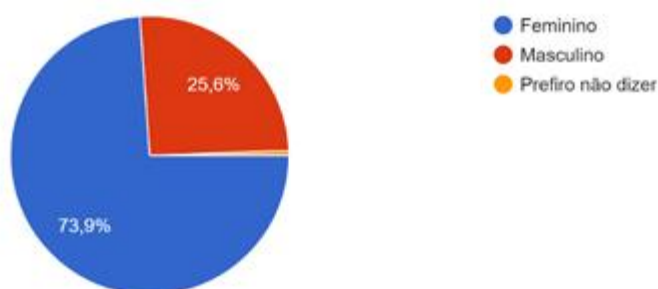
A opinião popular e interna sobre o tema é necessária para evidenciar que às vezes, mesmo não tendo conhecimento sobre tal assunto, se sofre as consequências em seu convívio. E, para as figuras públicas, pode ser ainda mais cruel. O receio de exercer a liberdade de expressão, aceitar sua personalidade e a busca por uma perfeição generalizada e inalcançável levantam tópicos que impactam bastante a métrica das relações interpessoais. Esse estudo audiovisual vai mostrar as causas, o processo e as consequências individuais e coletivas do cancelamento virtual

## 5 RESULTADOS

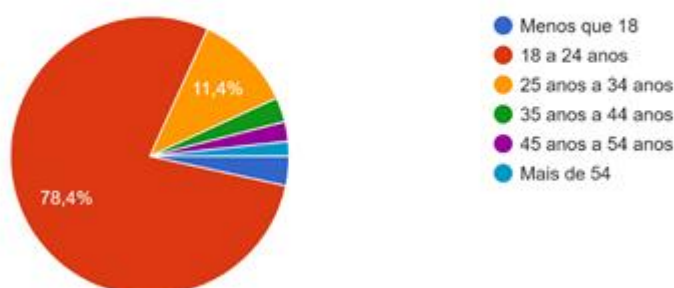
Em virtude dos fatos mencionados, para apurar os questionamentos levantados sobre o conhecimento do assunto “cancelamento digital”, foram estabelecidos os seguintes resultados abaixo, gerados através de uma pesquisa quantitativa com 176 pessoas, sendo elas, de São José dos Campos, que usufruem das redes sociais onde geralmente ocorrem os “linchamentos”, visando o objetivo de medir a compreensão do tema.

Nota-se que a maioria das pessoas que responderam à pesquisa é do gênero feminino e de 18 a 24 anos de idade.

Qual o seu gênero?  
176 respostas



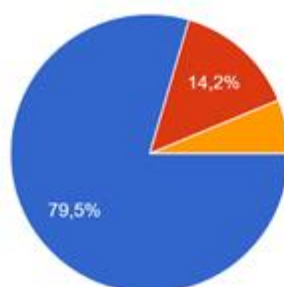
Qual é a sua idade?  
176 respostas



Visto que o cancelamento digital é um assunto contemporâneo, 79,5% das pessoas responderam que possuem conhecimento sobre o tema.

Você já ouviu o termo "cancelamento digital"?

176 respostas

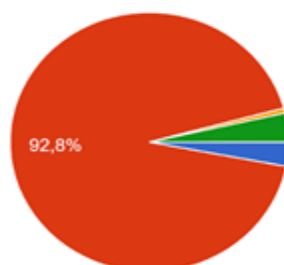


- Sim e sei o que é.
- Já ouvi falar, mas não tenho conhecimento.
- Nunca ouvi falar.

Destas pessoas, 92,8% tiveram o primeiro contato através da internet.

Se respondeu "sim" ou que "já ouviu falar" sobre o cancelamento digital na questão anterior, por qual meio você teve contato com o tema?

166 respostas

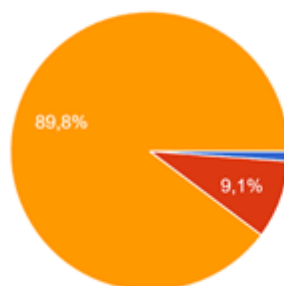


- Televisão
- Internet
- Rádio
- Por pessoas próximas a mim.

Ao serem questionados sobre "hater" (termo utilizado na internet para classificar pessoas que postam comentários de ódio ou crítica sem muito critério), 89,8% das pessoas não se consideram.

Você se considera um "hater" (termo usado na internet para classificar pessoas que postam comentários de ódio ou crítica sem muito critério.)?

176 respostas

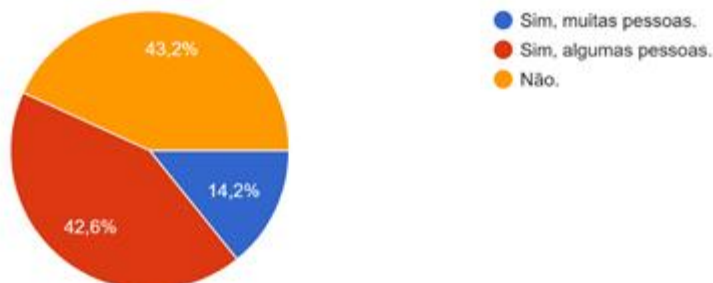


- Sim
- Às vezes
- Não

Porém, 42,6% das pessoas conhecem pelo menos uma pessoa que pratica “hate”, ou seja, é uma linguagem bastante presente virtualmente.

Você conhece alguém que pratica "hate"?

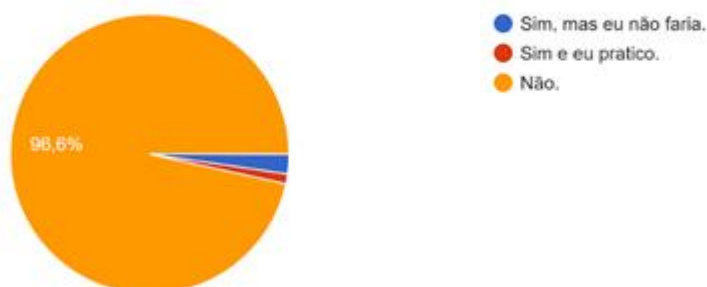
176 respostas



O ponto positivo desta pesquisa é que 96,6% das pessoas não acham legal quem pratica o “linchamento virtual”.

Você acha legal quem pratica o linchamento virtual (hate)?

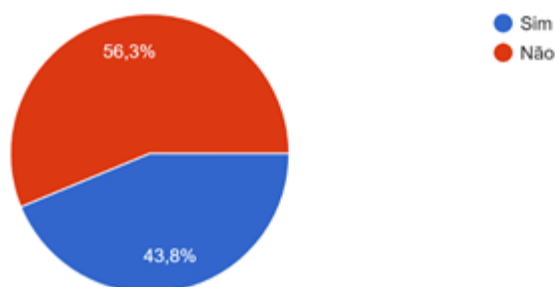
176 respostas



Nota-se que grande parte das pessoas que responderam à pesquisa, em algum momento já “cancelaram” alguém, sendo essa pessoa figura pública ou não.

Você já "cancelou" alguém?

176 respostas



Ao serem questionados sobre a frequência de comentários positivos e negativos que fazem nas redes sociais, 60,8% das pessoas fazem apenas comentários positivos.

Qual a frequência de comentários positivos e negativos que você faz nas redes sociais?

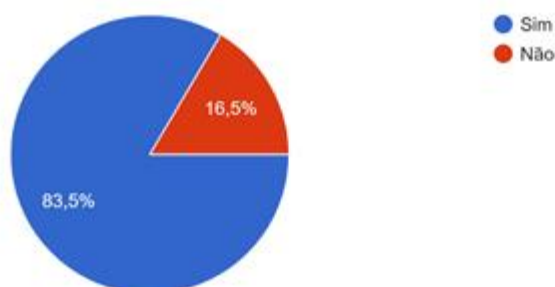
176 respostas



Sobre o material audiovisual que será produzido através desse trabalho de conclusão de curso, 83,5% das pessoas têm interesse em assistir.

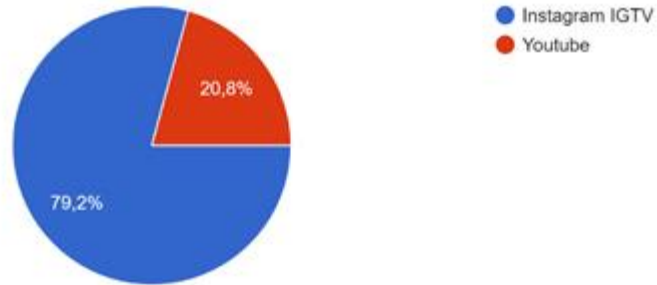
Você teria interesse em assistir um produto audiovisual sobre cancelamento digital?

176 respostas



Dessas pessoas, 79,2% gostaria de assistir o documentário no IGTV através do Instagram.

Se respondeu sim na questão anterior, em qual plataforma gostaria de assistir?  
154 respostas



## **6 MEMORIAL**

Neste capítulo será aprofundado a concepção da ideia inicial do projeto, etapas essenciais da pré-produção, detalhes da realização, do desenvolvimento, da finalização e pós-produção do documentário.

### **6.1 Concepção e pré-produção**

A ideia de produzir um documentário surgiu com o objetivo de pontuar as causas, impactos, e consequências do cancelamento virtual na sociedade atual e, entender e apresentar a evolução da influência das redes sociais em comunidade. Os critérios para a seleção dos entrevistados foram: a proximidade com o assunto em seu cotidiano e ocupação em áreas distintas da comunicação.

Este projeto está sendo realizado no ano de 2021, em meio à pandemia da Covid-19, vírus que já infectou 22 milhões de brasileiros e causou a morte de mais de 4,7 milhões de pessoas no mundo todo.

Para conter a transmissão do vírus, foi instaurada uma quarentena no mundo todo, o que afetou radicalmente o modo de vida de todos os habitantes do globo, influenciando e intensificando também a prática do cancelamento virtual em sociedade.

#### ***6.1.1 Entrevistados***

Para este documentário foram escolhidas pessoas que tenham proximidade com o cancelamento virtual, ou seja, que trabalham com meios de comunicação, que sintam o impacto do mesmo em seu cotidiano e que já tiveram que se policiar em seu ambiente de trabalho, por conta disso.

A primeira delas é a Paloma Venturi, mais conhecida como Pali Venturi. Ela tem 21 anos e há 2 anos trabalha com internet, mais especificamente com suas redes sociais. Ela já fechou parcerias com marcas grandes como a Globo Play, Shein, 99pop, Deezer, Kawaii e entre outras. Hoje, Paloma se sustenta desta forma, e já alcançou a marca de 80 mil seguidores em seu Instagram (rede social), 420 mil na sua conta do Tik Tok (rede social), e uma somatória de mais de 11 milhões no mesmo.

Gilson Moraes é um renomado radialista do Vale do Paraíba. Já foi coordenador de todas as rádios do Grupo Bandeirantes simultaneamente. Possui uma carreira extensa na área e hoje atua na 012 News, na qual é sócio fundador e diretor.

Bleid Antônio, mais conhecido como Tony Bleid, atua na área da comunicação há mais de 39 anos. Começou sua carreira como radialista, mas foi apresentando programas na televisão que se solidificou ainda mais como comunicador. Hoje, é radialista de um programa de notícias na 012 News.

Gabriel Magalhães atua no ramo de produção musical. Ele é diretor de planejamento e, diretor de estratégias de lançamentos e logística dos artistas da Love Funk Vale, uma das maiores produtoras de música do Brasil.

Beto Gomes é radialista há 25 anos, já passou por diversas rádios, entre elas AM e FM, locais e nacionais. Chegou até a ser voz padrão da Emissora Band Vale. Hoje é radialista e possui seu próprio podcast.

Fabiola Miranda é psicóloga clínica especialista em terapia cognitiva comportamental.

### 6.1.2 Pré-Roteiro

<b>DOCUMENTÁRIO CANCELAMENTO VIRTUAL</b>	
<b>ENTREVISTADOS</b>	<b>PERGUNTAS</b>
Paloma Venturi; Gilson Moraes, Tony Bleid, Beto Gomes; Gpgo	Você sabe o que é cancelamento digital?
	Você já deixou de falar algo que gostaria/se absteve de algum assunto, por receio de ser mal interpretado?
	Você sente que hoje em dia as coisas estão diferentes? Por exemplo, antigamente você tinha mais liberdade para falar sobre determinados assuntos?
Psicóloga Fabiola Miranda	O que é cancelamento digital?
	De onde surgiu o cancelamento digital?
	Quais são os efeitos do cancelamento digital?

### ***6.1.3 Produção***

No processo de produção são retratadas as gravações, a criação da identidade visual, a equipe do projeto e os equipamentos que foram utilizados para captação do documentário.

### ***6.1.4 Gravações***

As captações foram feitas nos ambientes profissionais de cada entrevistado, passando assim um pouco da realidade de cada um.

### ***6.1.5 Identidade Visual***

A fonte escolhida para o logo é a Bukhari Script, nas cores azul claro e azul escuro, que significam honestidade, seriedade e confiança. Foi utilizada também a cor laranja, que é a cor da criatividade, pois o cancelamento virtual é um fenômeno recente e recorrente nas redes sociais, entre os costumes da sociedade atual.

### ***6.1.6 Equipe e funções***

- Roteiro: Luana Reis
- Direção: Giovana Nakamura
- Produção: Luana Reis e Giovana Nakamura
- Câmera: Giovana Nakamura
- Áudio: Luana Reis
- Edição: Giovana Nakamura
- Finalização: Giovana Nakamura

### ***6.1.7 Lista de equipamentos***

- Câmera em 4k do Iphone 12
- Ring Light de 1.20m de altura e 30cm de diâmetro na luz de led branca
- Microfone interno do Iphone 12

## 6.2 Viabilidade Econômica

O orçamento do projeto foi levado em consideração os valores de equipe e equipamento, tendo como base dados do Sindicato dos Trabalhadores da Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (SIDCINE).

Quadro - Orçamento do documentário

Descrição	Quantidade	Unidade	Valor unitário	Valor total
Diretor	1	por 20 dias		
Produtor geral	1	por 20 dias		
Diretor de Fotografia	1	por 20 dias		
Operador de câmera	2	por 20 dias		
Operador de áudio	1	por 20 dias		
Edição	1	por 2 dias		
Transporte	1	por 20 dias		

## 6.3 Pós-produção e finalização

Esse tópico tem como objetivo destacar processos de decupagem das entrevistas, montagem e finalização do documentário.

### 6.3.1 Decupagem

Após a captação das 6 entrevistas, a decupagem do material foi feita no Adobe Premiere, onde foi colocada a resposta da mesma pergunta para cada entrevistado.

Realizando assim uma organização coesiva e visual, facilitando o processo de entendimento do telespectador, e de edição.

Seguindo uma sequência dinâmica e criativa. Foram utilizadas as cores azul e laranja nos GCs para reafirmar a identidade visual escolhida.

### ***6.3.2 Montagem***

A montagem do documentário foi feita seguindo a ordem contextual e alternando a resposta de cada um dos entrevistados, trazendo maior dinamismo e facilitando o entendimento da mensagem dita.

### ***6.3.3 Finalização***

A finalização foi feita pensando em uma estrutura que deixasse o tema leve, de fácil entendimento e que passasse a informação necessária de forma prática e descontraída. As trilhas de fundo foram adicionadas para ambientar melhor as gravações e seus contextos.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme se colhe os dados e as informações, é cabível uma segunda pesquisa, tendo em vista que os dados da quantitativa foram tendenciosos. O estudo e produção audiovisual se beneficiam da junção entre o processo de entrevistas, coleta de dados quantitativos e bibliográficos. É a fonte de registros de princípios sociais, culturais e sociais que revelam a dinâmica e complexidade da comunicação e mídia brasileira.

O cancelamento é construído a partir de um desvio de conduta moral geral da sociedade, dentro de contextos específicos. É interessante apontar que tamanha a proporção do “cancelamento” a intersecção entre mundo virtual e real que, mesmo não se considerando “*haters*”, os entrevistados relataram já ter “cancelado” alguém. Abre-se espaço para pensar o cancelamento enquanto expressão que sintetiza algo recorrente.

As mídias sociais tomam um papel de comunicação amplo e de maior impacto, onde os usuários podem confrontar diretamente a personalidade midiática que não lhe agrade. Seja relacionado a uma interpretação seja negativa e subjetiva ou que apresente um comportamento desviante da norma moral coletiva do contexto. (BRASILEIRO&AZEVEDO, 2020), se parte do pressuposto de que não há necessidade de cumprir o acordo social de considerar os sentimentos do errante (GOFFMAN, 2011).

Durante a produção do documentário, tanto o objetivo quanto mote de pesquisa residiram na necessidade de se conscientizar por aquilo que chamamos de “cancelar”. Além de refletir o que significa o termo, também se aferiu o impacto dele no discurso do brasileiro médio. A experiência de filmagem garantiu uma interação que se pauta tanto no dar científico quanto o receber do interlocutor. Mais do que coletar dados e respostas dos entrevistados, a produção do documentário permitiu a atividade da teoria aqui contida: se discutiu, durante as filmagens, inevitavelmente sobre o tema e possibilitando a conscientização (ainda de que um pequeno número e pessoas) acerca de algo que parece raso, mas é fundado em raízes midiáticas fortes (SIGNIFICADOS, 2021).

É inegável que o mercado digital se incorporou aos modos de se comunicar, e vice e versa. O tema do "cancelamento", ainda que recente, traz ao mundo real as dinâmicas de poder e subjetividades existentes na nossa sociedade e traduzidas, expressadas e ampliadas pelas redes sociais. Estudar e analisar o fenômeno do “cancelamento” sob o olhar da do audiovisual é trazer a discussão sobre a importância tanto da arte cinematográfica quanto da

pesquisa brasileira na construção da mídia brasileira. É em forma de provocação que se estuda o “cancelamento digital” na sociedade do consumo contemporâneo, pavimentando um caminho no qual percorre os estudos das mídias digitais e sua influência social atrelado a função e desenvolvimento exigidos na produção de um documentário.

Quanto aos objetivos propostos acreditamos ter conseguido satisfazê-los, porém novos estudos devem ser desenvolvidos. Apresentamos aqui uma pequena parcela de um universo extenso de possibilidades que são as mídias sociais em suas relações interpessoais.

Documentário Cancelamento Virtual: <https://youtu.be/D2tFmWdsBtY>

## 8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALFREDGE, Jourdan. The 6 types of documentary films, **Blog Premium Beat**, 2020. Disponível em: <<https://www.premiumbeat.com/blog/6-types-of-documentary-film/>>. Acesso em 18 de abr. de 2021

BRASILEIRO, Fellipe Sá; DE AZEVEDO, Jade Vilar. Novas Práticas De Linchamento Virtual: Fachadas Erradas E Cancelamento De Pessoas Na Cultura Digital. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 19, n. 34, 2020.).

BORGES, Luciana. Estamos vivendo a Era do Cancelamento na internet, **Consumidor Moderno**, 2020. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2020/02/28/era-cancelamento-internet/>>. Acesso em 16 de abr. de 2021

BUTLER, Danielle. The Misplaced Hysteria About a ‘Cancel Culture’ That Doesn’t Actually Exist, **The Root**, 2018. Disponível em: <https://www.theroot.com/the-misplaced-hysteria-about-a-cancel-culture-that-do-1829563238>>. Acesso em 25 de mai. de 2021

CRANZ, Alex. **Angry Fans May Have Actually Driven Down The 100's Ratings**, 2016. Disponível em: <https://gizmodo.com/angry-fans-may-have-actually-driven-down-the-100s-ratin-1764318782>> . Acesso em 02 de jun. de 2021.

CESARIO, Pedro Zamith. **A influência do comportamento de consumo da geração Y na evolução do mercado de streaming de vídeo**. 2019. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/12373> >. Acesso em 27 de maio de 2021.

CHRIST, Giovanna,. O que o sucesso de BBB tem a dizer sobre o confinamento no Brasil, **Editorial SP- Arte** 2021. Disponível em: <https://www.sp-arte.com/editorial/o-que-o-sucesso-de-bbb-tem-a-dizer-sobre-o-confinamento-no-brasil/>>. Acesso em 10 de jun. de 2021

CORAL, Guilherme. **A verdade sobre o Big Brother que ninguém vai te contar**, 2021. Disponível em: <https://observatoriodocinema.uol.com.br/series-e-tv/2021/01/a-verdade-sobre-o-big-brother-brasil-que-ninguem-vai-te-contar>. Acesso em 1 abr. 2021.

DIALOGANDO Vivo. **Cultura do cancelamento: o que significa ser cancelado na internet?**, 2021. Disponível em: <<https://www.dialogando.com.br/comportamento/cultura-do-cancelamento-o-que-significa-ser-cancelado-na-internet>>. Acesso em 13 de abr. de 2021

DUMONT, S. Patricia. Tribunal virtual: 'cultura do cancelamento' cresce na pandemia como boicote na web, **Hoje Em Dia**,2020. Disponível em: <https://www.hojeemdia.com.br/plural/tribunal-virtual-cultura-do-cancelamento-cresce-na-pandemia-como-boicote-na-web-1.797754>> .Acesso em 02 de mai. de 2021

EPOW documentary. **Expository Mode**, 2011. Disponível em: <https://epowdocumentary.wordpress.com/documentary-modes/expository-mode/>. Acesso em 17 abr. 2021

FARHAD, Manjoo. 2019. “Never Tweet.” **New York Times**, January 23. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2019/01/23/opinion/covington-twitter.html>>. Acesso em 01 de jun. de 2021

GOFFMAN, Erving. **Ritual de interação**: ensaios sobre o comportamento face a face. Tradução de Fábio Rodrigues Ribeiro da Silva. Petrópolis: Vozes, 2011.

GARCIA, Diego. **Cancelamento não é boa forma de apontar erros: como afeta a saúde mental**, 2020. Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2020/03/21/cancelamento-nao-e-boa-forma-de-apontar-erros-como-afeta-a-saude-mental.htm>>. Acesso em 15 de abr. de 2021

GLOBO, Instagram faz 10 anos como uma das maiores redes sociais do mundo e de olho no TikTok, para não envelhecer, **Portal G1**, 2020. Disponível em:

<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos-como-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao-envelhecer.ghtml>.

Acesso em 24 de mai. de 2021

HUMANISTA, Jornalismo e Direitos Humanos.. EDITORIAL | O Big Brother e a “cultura do cancelamento”, **UFRGS**, 2021. Disponível em:

<<https://www.ufrgs.br/humanista/2021/02/17/editorial-o-big-brother-e-a-cultura-do-cancelamento/>>. Acesso em 02 de mai de 2021

LINS, Consuelo. **Filmar o real: sobre o documentário brasileiro contemporâneo**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2008. Disponível em:

<[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=bW3TDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&ots=QZDJEC0kNk&sig=bpVYfmXPY-W09rIJZ3d33G\\_xDwE#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=bW3TDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&ots=QZDJEC0kNk&sig=bpVYfmXPY-W09rIJZ3d33G_xDwE#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em 27 de maio de 2021.

MILLAN, Marília Pereira Bueno. Reality shows: uma abordagem psicossocial. **Psicologia: ciência e profissão**, v. 26, p. 190-197, 2006. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/pcp/a/w34tvYn3DcPSyM4sPfnmFhM/?lang=pt>>. Acesso em 10 jun. 2021.

MLABS., **Tire todas suas dúvidas sobre o que é Twitter e comece a usá-lo na sua estratégia de marketing**, 2021. Disponível em:< <https://www.mlabs.com.br/blog/twitter/>>. Acesso em 25 de mai de 2021

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**, 2001. Disponível em:

<[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/342569/mod\\_resource/content/1/Nichols%20-%20Que%20tipos%20de%20document%3%A1rio%20existem%3F%20.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/342569/mod_resource/content/1/Nichols%20-%20Que%20tipos%20de%20document%3%A1rio%20existem%3F%20.pdf)>. Acesso em 22 de mar. de 2021

PEIXOTO, Clarice Ehlers. Caleidoscópio de imagens: o uso do vídeo e a sua contribuição à análise das relações sociais. **Feldman-Bianco B, Leite MLM. Desafios da imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais**. Campinas: Papyrus, p. 213-24, 1998.

Disponível em: <<https://xdocs.com.br/doc/peixoto-c-caleidoscopio-de-imagens-1998-4olrgmrm3vomb>>. Acesso em 27 de mai. de 2021.

PEIXOTO, Clarice E. Antropologia & Imagens: O que há de particular na Antropologia Visual Brasileira?. **Cadernos de Arte e Antropologia**, v. 8, n. 1, p. 131-146, 2019.

Disponível em: <<https://journals.openedition.org/cadernosaa/2137?file=1>>. Acesso em 27 de maio de 2021.

PORTAL do Curta. **Documentários e seus tipos segundo “Bill Nichols”**, 2012. Disponível em: <<https://portaldocurta.wordpress.com/2012/11/03/documentario-e-seus-tipos-segundo-bill-nichols/>>. Acesso em 17 abr de 2021

RAMOS, Fernão Pessoa; CATANI, Afrânio. O que é documentário. **Estudos de Cinema SOCINE**, p. 192-207, 2000. Disponível em: <[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5622452/mod\\_resource/content/1/pessoa-fernao-ramos-o-que-documentario.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5622452/mod_resource/content/1/pessoa-fernao-ramos-o-que-documentario.pdf)>. Acesso em 22 de mar. de 2021

RAMBALDO, Thainá. Big Brother Brasil: Saiba tudo sobre a história, polêmicas e curiosidades do reality,,**Site FashionBubbles** 2021. Disponível em: <<https://www.fashionbubbles.com/destaque/big-brother-brasil/saiba-tudo-sobre-o-big-brother-brasil/268835/>>. Acesso em 02 de abr. de 2021

RENOV, Michael (Ed.). **Theorizing documentary**. Routledge, 1993.

SANTANA, Ana Lúcia, 2021 **Instinto Humano** - InfoEscola

SANTOS, Sílvio; FIGUEIRA, João. (Des) informação em tempos de incerteza: jornalismo, democracia e redes sociais. **Mediapolis–Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, n. 11, p. 5-9, 2020. Disponível em: [https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_11\\_2020-12-28](https://doi.org/10.14195/2183-6019_11_2020-12-28). Acesso em 29 de mai. de 2021

SERAFIM, Juliana. O que é ser CANCELADO nas redes sociais? **Site Butia**, 2020. Disponível em: <<https://butia.com.br/o-que-e-ser-cancelado-nas-redes-sociais/>>. Acesso em 15 de abr. de 2021;

SIGNIFICADOS.COM. **Significado de Mídia**. Disponível em: <[www.significados.com.br](http://www.significados.com.br)>.. Acesso em: 23 de mai. de 2021.

TELLES, Andre. **A Revolução das mídias socais**. São Paulo: M.Books, 2010.

TERRA, Thiago. TV segue como principal meio de comunicação do Brasil, **MundoMarketing**, 2020. Disponível em:< <https://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/38609/tv-segue-como-principal-meio-de-comunicacao-do-brasil-diz-pesquisa.html>> .Acesso em 22 de maio de 2021

TONELLI, Patricia. **A cultura do cancelamento digital e o tribunal da internet: Há limites para essa nova concepção?**, 2020. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/85477/a-cultura-do-cancelamento-digital-e-o-tribunal-da-internet-ha-limites-para-essa-nova-concepcao>>. Acesso em 16 de abr. de 2021

VASCONCELOS, C.; FEITOSA, I.; MEDRADO, P.; BARBOSA, A. P. O novo coronavírus e os impactos psicológicos da quarentena. Desafios - **Revista Interdisciplinar Da Universidade Federal Do Tocantins**, 7(Especial-3), 75-80. Disponível em: < <https://doi.org/10.20873/uftsuple2020-8816> >Acesso em 29 de mai. de 2021

## **ANEXO A**

### **Roteiro de Entrevista - Pesquisa Qualitativa**

Essa pesquisa visa medir o interesse e conhecimento das pessoas em relação ao "cancelamento digital".

1. Qual o seu gênero?

- Masculino

- Feminino

- Outro

- Prefiro não dizer

2. Qual é a sua idade?

- Menos que 18

- 18 anos a 24 anos

- 25 anos a 34 anos

- 35 anos a 44 anos

- 45 anos a 54 anos

- Mais de 54

3. Você já ouviu o termo "cancelamento digital"?

- Sim e sei o que é.

- Já ouviu falar, mas não tenho conhecimento.

- Nunca ouvi falar.

Se respondeu “sim” ou que “já ouviu falar” sobre o cancelamento digital na questão anterior, por qual meio você teve contato com o tema?

- Televisão

- Internet

- Rádio

- Por pessoas próximas a mim.

4. Você se considera um "hater" (termo usado na internet para classificar pessoas que postam comentários de ódio ou crítica sem muito critério.)

- Sim

- Às vezes

- Não

5. Você conhece alguém que pratica "hate"?

- Sim, muitas pessoas.

- Sim, algumas pessoas.

- Não.

6. Você acha legal quem pratica o linchamento virtual (hate)?

- Sim, mas eu não faria.

- Sim e eu pratico.

- Não.

7. Você já “cancelou” alguém?

- Sim.

- Não.

8. Qual a frequência de comentários positivos e negativos que você faz nas redes sociais?

- Faço apenas comentários positivos.

- Faço tanto comentários positivos quanto negativos, quando não gosto de algo.

- Apenas faço comentários quando não gosto de algo ou não concordo.

9. Você teria interesse em assistir um produto audiovisual sobre cancelamento digital?

- Sim

- Não

Se respondeu sim na questão anterior, em qual plataforma gostaria de assistir?

- Instagram IGTV

- Youtube

## **Lista de entrevistados**

Pali Venturi (Influencer)

-300 mil seguidores no Tik Tok;

-70 mil seguidores no instagram.

Dj GBR (Dj)

-5,3 milhões de ouvintes mensais no Spotify;

-mais de 40 milhões de views no Youtube;

- Considerado pela maior produtora de funk do Brasil, o melhor DJ de funk por 2 anos consecutivos.

Rafael Corrêa

-Ex DJ, diretor e representante no Vale do Paraíba da Produtora Love Funk (1,5 bilhões de views no Youtube).

Psicóloga Fabíola Miranda

-Especialista em terapia cognitiva comportamental.

Fernando e Fabiano

-Dupla sertaneja

-Mais de 3 milhões de views;

-50 mil seguidores no instagram.

Solange Moraes

-Apresentadora de Tv (Globo; Band) há 25 anos

Julio Moraes

-Locutor a 10 anos

-Ex produtor de eventos da Band Vale

**ANEXO B****Fichas de orientação mensal**

**NOME ALUNO:** Giovana Nakamura Ass.

**NOME DO ALUNO:** Luana Reis Ass.

**DATA:** 08/03/2021

**TEMAS DISCUTIDOS:** Nesta reunião clareamos as ideias sobre o projeto, discutimos e escolhemos os temas que teremos que pesquisar para colocar no referencial teórico.

Também decidimos o tipo de documentário que iremos seguir, no caso, o documentário expositivo.

**DESENVOLVER:** Vamos desenvolver as pesquisas dos temas discutidos: DOCUMENTÁRIO E SUAS CATEGORIAS, LINCHAMENTO VIRTUAL-CANCELAMENTO, TV ABERTA/ TV FECHADA, GENERO REALITY SHOW, REDES SOCIAIS e INFLUENCIADORES ATUAIS.

**ASSINATURA DO ORIENTADOR:**

---

**26 DE Fevereiro DE 2021**

**Av. Shishima Hifumi, 2911 - 12244-000 - São José dos Campos - SP -  
www.univap.br**

***Ficha de orientação mensal*****NOME DO ALUNO:** Giovana Nakamura Ass.**NOME DO ALUNO:** Luana Reis Ass.**DATA:** 15/04/2021

**TEMAS DISCUTIDOS:** Nesse mês discutimos com nossos orientadores sobre como ter fontes confiáveis e relevantes sobre o tema em questão. Conseguimos especificar ainda mais o nicho escolhido e nosso objetivo com este trabalho. Trabalhamos em cima do referencial teórico e sua importância no decorrer do artigo.

**DESENVOLVER NO PRÓXIMO MÊS:** Vamos desenvolver a introdução, objetivo geral e específico, resumo e o sumário.

**PRÓXIMA REUNIÃO:** Verificaremos a disponibilidade de nossos orientadores sobre o dia 04/05/2021

**ASSINATURA DO ORIENTADOR**

: \_\_\_\_\_

**23 de Abril de 2021**

**Av. Shishima Hifumi, 2911 - 12244-000 - São José dos Campos - SP -  
www.univap.br**

***Ficha de orientação mensal*****NOME DO ALUNO:** Giovana Nakamura Ass.**NOME DO ALUNO:** Luana Reis Ass.**DATA:** 24/05/2021**TEMAS DISCUTIDOS:** Este mês discutimos com nossos orientadores sobre a pesquisa qualitativa e sobre algumas alterações no referencial teórico.**DESENVOLVER NO PRÓXIMO MÊS:** Finalização da parte escrita completa, deixando para o próximo semestre apenas a parte prática.**ASSINATURA DO ORIENTADOR**

: \_\_\_\_\_

**24 de Maio de 2021****Av. Shishima Hifumi, 2911 - 12244-000 - São José dos Campos - SP -  
www.univap.br**

**ANEXO C- Autorização de imagem**

## Autorização de Imagem

Pelo presente instrumento, eu abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a Fundação Valeparaibana de Ensino, mantenedora da Universidade do Vale do Paraíba – UNIVAP (UNIVAP/FCSAC) a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso de Rádio e TV, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciado pela UNIVAP/FCSAC, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Nome: Gabriel Henrique Pinto de Magalhães (Gogo)

Data: 26/10/2021

RG: 372767345

CPF: 452.695.628-71

Telefone: (12) 997493950

## Autorização de Imagem

Pelo presente instrumento, eu abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a Fundação Valeparaibana de Ensino, mantenedora da Universidade do Vale do Paraíba – UNIVAP (UNIVAP/FCSAC) a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso de Rádio e TV, ou ainda destinadas á inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciado pela UNIVAP/FCSAC, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Nome: Fabíola Custódio Pereira Miranda

Data: 26/10/2021

RG: 29.483.732-2

CPF: 297.895.738-71

Telefone: 12 98177 8300

## Autorização de Imagem

Pelo presente instrumento, eu abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a Fundação Valeparaibana de Ensino, mantenedora da Universidade do Vale do Paraíba – UNIVAP (UNIVAP/FCSAC) a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso de Rádio e TV, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciado pela UNIVAP/FCSAC, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Nome: Roberto Aparecido Gomes

Data: 26/10/2021

RG: 214639113

CPF: 176.384.148-02

Telefone: 12 98259-2399

### Autorização de Imagem

Pelo presente instrumento, eu abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a Fundação Valeparaibana de Ensino, mantenedora da Universidade do Vale do Paraíba – UNIVAP (UNIVAP/FCSAC) a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso de Rádio e TV, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciado pela UNIVAP/FCSAC, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Nome: Joilson Bezerra de Moraes

Data: 26/10/2021

RG: 30077316x

CPF:26285331898

Telefone: 12 98701-5856

*Autorização de Imagem*

Pelo presente instrumento, eu abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a Fundação Valeparaibana de Ensino, mantenedora da Universidade do Vale do Paraíba – UNIVAP (UNIVAP/FCSAC) a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso de Rádio e TV, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciado pela UNIVAP/FCSAC, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Nome: Bleid Ramos de Paula

Data: 26/10/2021

RG: 15719204

CPF: 02605234886

Telefone: 12 99758-7512

*Autorização de Imagem*

Pelo presente instrumento, eu abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a Fundação Valeparaibana de Ensino, mantenedora da Universidade do Vale do Paraíba – UNIVAP (UNIVAP/FCSAC) a utilizar minha imagem e voz, a ser veiculada, primariamente, no material em vídeo desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso de Rádio e TV, ou ainda destinadas à inclusão em outros projetos educativos, organizados e/ou licenciado pela UNIVAP/FCSAC, sem limitação de tempo ou de número de exibições.

Nome: Paloma Amorim Venturi Silva

Data: 29/10/2021

RG: 50.660.446-9

CPF: 487.283.138-10

Telefone: 12 988171834