

Um documentário de  
Gabriel Azevedo e  
Thássilla Formiga



@th33s



**UFPB**

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES  
CURSO DE RADIALISMO

GABRIEL LIMA DE AZEVEDO  
THASSILLA CAROLLYNE DA SILVA FORMIGA

**A GERAÇÃO INFLUENCIADORA:**  
A RELAÇÃO ENTRE OS INFLUENCIADORES DIGITAIS E O SEU PÚBLICO

JOÃO PESSOA

2019

GABRIEL LIMA DE AZEVEDO  
THASSILLA CAROLLYNE DA SILVA FORMIGA

A GERAÇÃO INFLUENCIADORA:  
A RELAÇÃO ENTRE OS INFLUENCIADORES DIGITAIS E O SEU PÚBLICO.

Relatório Técnico apresentado ao Curso de Radialismo, da Universidade Federal da Paraíba como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Radialismo.

**Orientador:** Prof<sup>o</sup> Dr Alan Mangabeira Mascarenhas

JOÃO PESSOA  
2019

Ficha catalográfica elaborada na Biblioteca Setorial do CCTA da Universidade Federal da Paraíba

A994g Azevedo, Gabriel Lima de.  
A geração influenciadora: a relação entre os influenciadores digitais e o seu público / Gabriel Lima de Azevedo, Thassilla Carollyne da Silva Formiga. - João Pessoa, 2019.  
44 f. : il.

Orientador: Alan Mangabeira Mascarenhas  
Relatório (Graduação) - UFPB/CCTA

1.Radialismo. 2. Mídias Digitais. 3. Influenciadores Digitais.  
4. Documentário. I. Título.

UFPB/BS-CCTA

CDU: 654.195(043.2)



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO

### ATA DE DEFESA DOS TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos 20 dias do mês de SETEMBRO do ano de 2019, realizou-se nas dependências do Departamento de Comunicação da UFPB a cerimônia de defesa do trabalho de Conclusão de Curso "A GERAÇÃO INFLUENCIADORA: A RELAÇÃO ENTRE OS INFLUENCIADORES DIGITAIS E O SEU PÚBLICO" - DOCUMENTÁRIO, com as seguintes alterações:

apresentado pelo(s) aluno(s):

GABRIEL LIMA DE AZEVEDO Matrícula 11507875  
THÁSSILA CAROLLYNE DA SILVA FORMIGA Matrícula 11517835

e examinado pelos professores:

ALAN MANGABEIRA MASCARENHAS Orientador(a), Nota: 10,0 (DEZ)  
ARTUR BARBOSA LIMA MAIA Membro da Banca, Nota: 10,0 (DEZ)  
CARLOS JOSÉ CARTAXO Membro da Banca, Nota: 10,0 (DEZ)

aprovado(s) com média: 10,0 (DEZ)

Na qualidade de presidente dos trabalhos, lavro esta ata, à qual dou fé e subscrevo.

João Pessoa, 20 de SETEMBRO de 2019

  
PRESIDENTE DA BANCA



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Discente: Gabriel Lima de Azevedo

Matrícula: 11507875

Título do Trabalho:

"A geração influenciadora: A relação entre os influenciadores digitais e o seu público."

Professor (a) orientador (a): Dr. Alan Mangabeira Mascarenhas

Professor (a) co-orientador (a): \_\_\_\_\_

Declaro, a quem possa interessar, que o presente trabalho é de minha autoria e que responderei por todas as informações e dado nele contidos, ciente da definição legal de plágio e das eventuais implicações.

João Pessoa, 20 de setembro de 2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Discente: Thásmilla Carollyne da Silva Formiga

Matrícula: 11517835

Título do Trabalho:

"A geração influenciadora: A relação entre os influenciadores Digitais e o seu público"

Professor (a) orientador (a): Dr. Alon Mangabeira Mascarenhas

Professor (a) co-orientador (a): -

Declaro, a quem possa interessar, que o presente trabalho é de minha autoria e que responderei por todas as informações e dado nele contidos, ciente da definição legal de plágio e das eventuais implicações.

João Pessoa, 20 de setembro de 2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO

Eu, Gabriel Lima de Azevedo,  
portador do RG de nº 3.548.122 inscrito no CPF sob o nº  
103.369.874-12 acadêmico regularmente matriculado sob a matrícula  
11507875, no Curso de Radialismo da UNIVERSIDADE FEDERAL DA  
PARAÍBA, autorizo que a IES ou meu orientador divulgue a obra intitulada  
" A Geração influenciadora: A relação  
entre os influenciadores digitais e o soap" pubblico  
em qualquer canal de comunicação e que a mesma seja encaminhada para submissão e  
posterior publicação em eventos e/ou periódicos de caráter científico, desde que seja  
preservada a autoria da obra, e até que cesse esta autorização.

João Pessoa, 20 de setembro de 2019

Gabriel Lima de Azevedo  
Assinatura do (a) discente



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO

Eu, Thaísilla Conollyne da Silva Ferrniga,  
portador do RG de nº 4.031.013, inscrito no CPF sob o nº  
701.874.494-65, acadêmico regularmente matriculado sob a matrícula  
11517835, no Curso de Radialismo da UNIVERSIDADE FEDERAL DA  
PARAÍBA, autorizo que a IES ou meu orientador divulgue a obra intitulada  
"A geração influenciadora: A relação entre os influenciadores  
digitais e o seu público."  
em qualquer canal de comunicação e que a mesma seja encaminhada para submissão e  
posterior publicação em eventos e/ou periódicos de caráter científico, desde que seja  
preservada a autoria da obra, e até que cesse esta autorização.

João Pessoa, 20 de setembro de 2019.

Thaísilla Conollyne da Silva Ferrniga  
Assinatura do (a) discente



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu, Gabriel Lima de Azevedo,  
aluno (a) regularmente matriculado (a) no Curso de Radialismo, matrícula  
11.507875 na disciplina TCC II, assumo  
total responsabilidade sobre o Trabalho de Conclusão de Curso de minha autoria e  
autorizo sua divulgação na web, assim como seu armazenamento na forma que dispuser  
a UFPB.

João Pessoa, 20 de setembro de 2019.

Gabriel Lima de Azevedo  
Assinatura do (a) discente



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu, Thárisilla Carollyne da Silva Formiga,  
aluno (a) regularmente matriculado (a) no Curso de Radialismo, matrícula  
11517835, na disciplina TCC II, assumo  
total responsabilidade sobre o Trabalho de Conclusão de Curso de minha autoria e  
autorizo sua divulgação na web, assim como seu armazenamento na forma que dispuser  
a UFPB.

João Pessoa, 20 de setembro de 2019.

Thárisilla Carollyne da Silva Formiga  
Assinatura do (a) discente

GABRIEL LIMA DE AZEVEDO  
THÁSSILLA CAROLLYNE DA SILVA FORMIGA

A RELAÇÃO ENTRE OS INFLUENCIADORES DIGITAIS E O SEU PÚBLICO

Relatório Técnico apresentado ao Curso de Radialismo, da Universidade Federal da Paraíba como requisito para obtenção do grau em Bacharel em Radialismo.

Data de aprovação: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_.

Banca examinadora:

---

Profº Dr Alan Mangabeira Mascarenhas  
Orientador

---

Profº Ms Artur Barbosa Lima Maia  
Examinador 1

---

Profº Dr Carlos Jose Cartaxo  
Examinador 2

“ E o que foi prometido  
Ninguém prometeu  
Nem foi tempo perdido  
Somos tão jovens  
Tão jovens! Tão jovens! ”

Legião Urbana – Tempo Perdido

Dedico esse trabalho a minha mãe, por sempre estar do meu lado em todas as situações da vida, ao meu pai por sempre estar ali me apoiando e me ajudando em tudo o que eu preciso. Obrigado por todo amor e dedicação que vocês tiveram por mim, me ajudando e sempre estando do meu lado em cada vitória da minha vida.

(GABRIEL LIMA DE AZEVEDO)

"Está nascendo um outro amanhecer, já pode  
abrir a porta  
E ver a luz batendo em você. Abra as janelas  
pra ver o sol brilhar  
Deixar a lágrima secar, e viver a vida..."

Para tudo acontecer - Suricato

Dedico este trabalho aos meus avós, em especial ao meu avô paterno (in memoriam) que foi mais que um pai para mim, a minha mãe por ter me guiado e me ajudado por todo o meu caminho com todo amor do mundo e a todos aqueles que de alguma forma me ajudou a seguir em frente mesmo com tantos motivos para desistir.

(Thássilla Carollyne da Silva Formiga)

## **AGRADECIMENTOS (GABRIEL LIMA DE AZEVEDO)**

Eu sempre gostei muito da área de comunicação. Desde a minha adolescência, por volta dos meus 14 anos, tinha bastante curiosidade em saber como são os bastidores de um programa de televisão, de rádio, quem são os profissionais que fazem novelas, séries, filmes... e como toda aquela estrutura é montada. Desde que eu entrei no ensino médio coloquei na minha cabeça que queria fazer algum curso da área de comunicação (jornalismo, por exemplo). Desconhecia o curso de Rádio e TV, mas no meu segundo ano do ensino médio comecei a pesquisar os cursos que tinham na faculdade relacionado a minha área e vi o curso de Rádio e TV. Pesquisei toda a sua ementa e já curti muito quando vi as cadeiras de fotografia, direção de arte, oficina do audiovisual, áudio... E foi aí que decidi fazer vestibular para Rádio e TV.

Queria primeiramente agradecer a Deus, porque sem Ele eu acredito que não sou nada e por ter feito eu chegar até aqui. E as pessoas que queria agradecer também que são as mais importantes da minha vida, o meu pai, Helrício Ferreira de Azevedo e minha mãe, Lúcia Carla Lima de Azevedo, por todo apoio que eles me forneceram desde a minha decisão de estudar comunicação. Eles sempre me apoiaram, sempre torceram por mim e estavam sempre ali do meu lado quando eu estava esgotado da vida acadêmica, quando muitas vezes pensei em desistir do curso. Foram eles que me incentivaram a continuar lutando pelos meus sonhos e que abriram os olhos para dizer que não será fácil, mas com o nosso esforço e dedicação podemos chegar aonde quisermos.

Também queria agradecer a minha família tanto por parte paterna quanto por parte materna que sempre me apoiaram e sempre acreditaram em mim, sempre diziam que eu iria longe e aqui estou, em especial a minhas tias: Luiza Lima (em memória), Helnycia Ferreira, uma excelente pedagoga que sempre me aconselhou que o melhor caminho que podemos seguir é o estudo e Hecilda Ferreira em sempre abriu as portas de sua casa e sempre estava atenta a conversar comigo sobre o meu curso.

Também queria agradecer ao meu grupo de teatro do ano de 2018 da Funesc, a “Companhia do Plexo”, por todo o companheirismo e por todo acolhimento que tiveram comigo, que sempre tiveram curiosidade em saber como é fazer Rádio e TV. Queria agradecer a toda essa turma e professores de teatro do Espaço Cultural, por enxergarem que eu posso trabalhar em uma área que envolva comunicação e teatro (que será a área de produção cultural).

Queria agradecer também aos meus amigos, pais e irmãos de fé do EJC da Paróquia Nossa Senhora de Fátima, principalmente ao meu círculo os “TeusOuros”, por sempre me apoiarem e

sempre passarem luz para a minha vida, em especial: Jessica Madruga que sempre me deu conselhos sobre a vida acadêmica, Matheus Barbosa que se tornou um irmão para mim, Camyla Wanderley e Flávio Laerton.

Queria agradecer também a equipe do EJC de Fátima, o “Tu é meu” por ter compartilhado durante esse ano de 2019 vários momentos de alegrias, partilhas e apoio justamente numa época puxada em relação a faculdade... E principalmente por essa equipe ter feito eu conhecer várias pessoas que irei levar para a minha vida.

Aos meus amigos do ensino médio que sempre estiveram comigo para qualquer dificuldade que eu tivesse passando no curso, obrigado Eusabely Inglith por todas as caronas, Ingrid Silva, Felipe Silva, Iuri Silva, Kamylle Louise, Raiane Ellen e Maryana Luna.

Quero agradecer também todos os meus amigos do curso que estavam sempre do meu lado me apoiando: Thássilla Formiga, Sabrinna Coutinho, Emiliano Gomes, Luanna Silva, Luzia Costa e Thaís Andrade.

Por fim, quero agradecer a todos que ajudarem a gente no nosso documentário, ao nosso orientador Alan Mangabeira, Lúcio Cesar que nos ajudou muito na nossa edição quando estávamos tendo dificuldade, aos nossos entrevistados que nos receberam de braços abertos para falar sobre o tema.

Gratidão por todas essas pessoas que sempre levarei na minha vida!

## **AGRADECIMENTOS (THÁSSILLA CAROLLYNE DA SILVA FORMIGA)**

Preciso agradecer primeiramente a Deus, por ter me dado forças para seguir nessa etapa da minha vida, que não foi nada fácil. Por vários momentos pensei em desistir e regredir na minha caminhada, mas Ele me dava impulso para levantar e seguir para mais um dia na Universidade. Por muitas vezes tive dificuldades e pedras no meu caminho, sejam pessoas ou momentos que me fizeram por muitas vezes pensar porque eu estava ali, mas todo o aprendizado de vida que eu adquiri jamais conseguiria em outro lugar.

Ao meu avô paterno, gratidão eterna. Ele foi meu pai quando eu mais precisei de um, nunca deixou me faltar nada e sempre me acolheu em suas asas. Um dia ele disse que infelizmente não iria me ver formando, mas eu sei que onde quer que esteja, ele está olhando por mim, me protegendo e sentindo orgulho de ver que a sua 'carochinha' está prestes a se formar.

Assim como meus avós maternos e minha avó paterna, que sempre estiveram comigo, me aconselhando e me incentivando a estudar e nunca desistir, cada um deles tem uma parte na minha história, e cada ensinamento que foi me dado eu irei levar pelo resto da minha vida, principalmente agora que se inicia uma nova etapa na minha vida.

Agradeço a minha mãe por tudo que sou, sem ela com certeza eu não estaria onde estou hoje. Agradeço por tudo que ela enfrentou para me proteger e me dar o melhor. Sabe mãe, eu sei que não foi fácil, mas obrigada por ter suportado cada momento ruim não só por mim mas por nós. Muito obrigada por não ter deixado me faltar nada durante toda essa graduação. O seu apoio foi muito importante para que eu conseguisse seguir sem medo do que ia vir no outro dia. Agradeço por cada bronca que me fez entender que a Universidade não era tão fácil assim.

Ao meu pai também agradeço, mesmo não sendo tão presente, obrigada por cada momento que você me proporcionou uma certa ajuda em relação a Universidade, sempre que estava à disposição você não falhou comigo e me ajudou em muitos aspectos em relação a algumas dificuldades da graduação.

Ao meu irmão e familiares, obrigada por toda ajuda durante esse percurso, todo esse apoio foi crucial para me manter de pé nesse curso, vocês foram como um braço direito para mim, cada clipe, cada gravação, cada um estava lá de alguma forma, me auxiliando e me apoiando no que eu precisasse, só tinha vocês e era o que bastava para mim.

Ao meu amigo Alan, que é como um irmão para mim, muito obrigado por estar tão presente na minha vida. Por várias vezes que me ajudou nas minhas questões acadêmicas e por sempre ouvir os meus problemas e me dar os melhores conselhos que alguém poderia dar.

Meu namorado Igor, muito obrigada por ser tão companheiro e estar sempre comigo não importa a circunstância. Agradeço por sempre me ouvir e me dizer tudo que eu precisava ouvir, por muitas vezes a universidade me sobrecarregava, mas você sempre estava ali para me dar suporte e repor minhas energias e claro, sou grata a cada carona que você me proporcionou, inclusive nesse TCC.

Luanna Silva, Luzia Costa, Gabriel Azevedo, Sabrina Coutinho e Emiliano Gomes, obrigada por vocês terem surgido na minha vida e fazer com que todo o caminho que percorremos não fosse tão exaustivo. Cada um de vocês sabem o tanto de dificuldade que passamos, mas enfim estamos aqui nos preparando para a nova etapa que está a surgir em nossas vidas. Passamos por muitos momentos juntos que irei levar pelo resto da minha vida.

A cada entrevistado, cada pessoa que de alguma forma nos ajudou nesse documentário, ao professor Lúcio César que foi a luz no fim do nosso túnel, ao nosso orientador Alan Mangabeira, a minha eterna gratidão. Finalizar o trabalho de conclusão de curso com a ajuda de vocês foi extremamente enriquecedor, agradeço por cada ensinamento que vocês me proporcionaram nesse momento final.

Apesar de toda dificuldade que passei no curso de radialismo, eu sou grata a cada momento, tudo que passei ali dentro daquela universidade levarei para minha vida como aprendizado, sejam eles momentos bons ou ruins. E peço a Deus que eu continue assim, com a minha essência intacta. Entrei e sai do CCTA da mesma forma que sempre fui, e que nesse novo momento que chegará na minha vida eu continue sendo quem sou e sempre praticando a empatia com o meu próximo, um abraço para todxs.

## RESUMO

O objetivo desse trabalho é relatar através de um documentário para a web a relação entre os influenciadores digitais com o seu público, trazendo opiniões e informações acerca do tema através de uma série de pessoas entrevistadas. Esse assunto foi escolhido devido a sua importância na atualidade, sabendo que a nossa sociedade está cada vez mais presente nas redes sociais. Buscamos mostrar nesse documentário os dois lados propostos pelo assunto: o do influenciador e o do público, levantando assim reflexões sobre o assunto entre aqueles que irão assistir. Todos os nossos entrevistados residem na cidade de João Pessoa, tendo como convidadas duas influenciadores digitais, Diene Toscano (@achadinhosdanega) e Fernanda Albuquerque (@fernandinhaalbuquerque), dois nomes da nossa região que estão totalmente ligados ao conteúdo proposto. Estudamos alguns pontos importantes que tem relação direta com o nosso tema, entre eles o conceito de influência midiática, tendo como objetivo acrescentar para o meio acadêmico análises sobre o assunto abordado.

**Palavras-chave:** Documentário; Influência; Mídia.

## **ABSTRACT**

The purpose of this work is to report the relation between digital influencers and their audience, bringing opinions and details about the subject by a series of interviews. The theme of this project was chosen due its relevance nowadays, knowing that our society is increasingly immersed in social media. We intend to present in this documentary the two sides involved in this theme: the influencer and the public, thus raising reflections on the subject among those who participated in the project. The interviewers live in João Pessoa, composed by Diene Toscano (@achadinhosdanega) and Fernanda Albuquerque (@fernandinhaalbuquerque), two influencers from our region that are deeply related to the impact of digital influencers in our society. It has been studied some important points that are directly related to our project, as the concept of Media Influence, aiming to add the academic analysis on the study.

**Keywords: Documentary; Impact; Media.**

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Giovanna Arruda-----	36
Figura 2- Gutemberg Cardoso-----	36
Figura 3- Gabriela Osoegawa-----	36
Figura 4- Ana Priscila Gesteira-----	37
Figura 5- Thaís Fontes-----	37
Figura 6- Fernanda Albuquerque-----	37
Figura 7- Giovanna Figueiredo -----	38
Figura 8- Diene Toscano-----	38
Figura 9- Equipamentos-----	38
Figura 10- Equipamentos-----	38
Figura 11- Programa de edição-----	40
Figura 12- Equipamento Pós-Produção-----	40
Figura 13- Arte do documentário-----	41

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>23</b>
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>25</b>
2.1. A ideia de influência midiática	25
2.2. Os influenciadores digitais	26
2.3. Teoria da modernidade líquida	27
2.4. O documentário: da modernidade á pós-modernidade	28
<b>3. PRÉ-PRODUÇÃO</b>	<b>30</b>
3.1. Perguntas elaboradas	30
3.2. Cronograma	33
<b>4. PRODUÇÃO</b>	<b>34</b>
<b>5. PÓS-PRODUÇÃO</b>	<b>39</b>
5.1. Planejamento das etapas de edição	39
5.2. Arte do documentário	41
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>43</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>44</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Esse trabalho tem como objetivo fazer um relatório técnico do nosso documentário, tendo como tema a relação entre os influenciadores digitais com o seu público, abordando estudos e diferentes visões acerca do nosso assunto. Escolhemos esse tema por ele estar a cada dia presente na nossa sociedade, tendo assim opiniões variadas sobre a questão da ideia de influência entre as pessoas das redes sociais com aqueles que lhe acompanham.

Trazemos nesse relatório um estudo cronológico sobre a “influência midiática”, desde os primeiros pensadores do assunto e as primeiras teorias relacionadas ao tema - a “teoria da bala mágica” também chamada de “agulha hipodérmica”, tendo como estudioso o norte-americano Harold Dwight Lasswell e o conceito de “*agenda setting*” ou chamado também de “agendamento”, sendo formulada por Donald Shaw e Maxwell McCombs -, até os pensadores da atualidade que são Zygmunt Bauman tendo como estudo a “teoria da modernidade líquida” e Stuart Hall com o “conceito de identidade”.

No web documentário, buscamos mostrar pensamentos de diferentes pessoas sobre o assunto em questão, desde as próprias influenciadoras digitais entrevistadas (Diene Toscano, conhecida pelo seu instagram o @achadinhosdanega tendo aproximadamente 220mil seguidores e Fernanda Albuquerque, apresentadora e influenciadora digital que têm no seu instagram @fernandinhaalbuquerque cerca de 269mil seguidores). Buscamos opiniões de pessoas que acessam bastante as suas redes sociais, profissionais e estudiosos de mídias sociais, e a visão de uma psicóloga para saber como a psicologia aborda o assunto em questão.

Acompanhamos um pouco a rotina de uma das influenciadoras entrevistadas: Diene Toscano. Durante o processo de gravação vimos como o seu trabalho está diretamente ligado ao fato dela ser uma *influencer*, em que através do seu perfil no Instagram, o @achadinhosdanega faz propagandas de diferentes lojas da cidade de João Pessoa (lojas de roupas, cosméticos, lojas de móveis, variedades em geral), tendo a sua ascensão nas redes sociais por justamente dar dicas de produtos que podem ser facilmente encontrados em diferentes lojas da cidade.

Entrevistamos também Fernanda Albuquerque, que ficou conhecida inicialmente por ser um dos maiores nomes de destaque da comunicação paraibana, trabalhando como apresentadora de televisão de uma emissora local (TV Correio). Com essa ascensão dos influenciadores digitais, ela ficou conhecida também desta forma por mostrar a sua rotina tanto profissional quanto pessoal nas suas redes sociais para o público que já lhe acompanhava desde a sua carreira na televisão como comunicadora.

O documentário para a web também debate a ideia de “influência midiática” através do depoimento da psicóloga Thaís Fontes, que aponta tanto o lado positivo quanto o lado negativo dos influenciadores digitais para a sociedade. Também destacou como a psicologia designa o termo “influência” sendo relacionado ao ambiente virtual;

Produzimos este documentário tendo como importância para o público mostrar elementos que tragam questionamentos sobre o tema proposto, possibilitando uma crítica midiática.

Esse tema contribui para a Universidade com estudos sobre a ideia de “influência midiática”, mostrando as linhas cronológicas de pensamentos do assunto através de referências bibliográficas de diferentes autores importantes para o nosso objeto de estudo.

Para o mercado audiovisual tem como papel contribuir com um tema bastante discutido atualmente através de um produto audiovisual, sendo escolhido um documentário

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. A ideia de influência midiática

Para iniciar os nossos estudos acerca da relação entre os influenciadores digitais e o seu público, precisamos compreender a ideia de influência midiática. Uma das questões mais debatidas desde o surgimento dos primeiros meios de comunicação são sobre a relação da mídia com a sociedade. Sendo assim, diferentes estudiosos da “comunicação de massa” começaram a desenvolver teorias sobre como a mensagem midiática pode influenciar a sociedade.

A primeira teoria sobre influência da mídia é o da “bala mágica” ou também chamada de “teoria da agulha hipodérmica”. O pesquisador Lasswell<sup>1</sup> dizia que uma mensagem midiática é enviada ao seu público afetando da mesma maneira todos os envolvidos – por isso a referência ao termo “agulha hipodérmica”, pois essa teoria postulava que o conteúdo midiático seria “injetado” em cada indivíduo, produzindo os mesmos efeitos sobre cada um deles. Foi uma das primeiras tentativas para explicar o efeito de influência da mídia, porém não foi aceita e é bastante criticada por ignorar completamente o background<sup>2</sup> social, político e religioso de cada indivíduo.

Na década de 70, foi desenvolvida pelos pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw o conceito de “*agenda setting*” ou também chamada “agendamento”. A ideia de agendamento não nos diz como pensar – tal como preconizava a teoria da agulha hipodérmica – mas sim no que pensar. Ou seja, os veículos de comunicação não teriam o poder de moldar o pensamento do público, mas sim de pautar as questões e temas que as pessoas iriam pensar.

Maxwell McCombs e Donald L. Shaw, à época dois jovens professores da Faculdade de Comunicação da Universidade da Carolina do Norte, nos Estados Unidos, uniram esforços na investigação acerca do possível fenômeno de influência dos meios de comunicação na agenda de temas considerados importantes pela sociedade (CASTRO, 2014, p.3).

A primeira análise para comprovar o “agendamento” de acordo com Castro (2014), foi durante a eleição presidencial norte-americana da Carolina do Norte, no final da década de 60. Ficou constatado que os temas abordados na cobertura midiática se tornaram, também os mais importantes da agenda pública e os mais debatidos pela sociedade, trazendo relação com

---

<sup>1</sup> Disponível em: < <https://teoriadecomunicacaoblog.wordpress.com/>> Acesso em: 23 de julho de 2019.

<sup>2</sup> Conjunto de condições, circunstâncias ou antecedentes de uma situação, acontecimento ou fenômeno.

a teoria do agendamento, iremos trazer o conceito de “*gatekeeper*”<sup>3</sup>, com relação ao jornalismo, são pessoas que fazem uma espécie de filtragem de noticiais, esses profissionais definem as notícias que irão ser veiculadas, reforçando assim a teoria da “*agenda setting*”.

Com base nos nossos estudos acerca das primeiras teorias de influência da mídia, iremos abordar os personagens principais do nosso estudo: os influenciadores digitais.

## 2.2. Os influenciadores digitais

Os influenciadores digitais (também chamados de *creators*<sup>4</sup> ou produtores de conteúdo) são pessoas que usam as redes sociais <sup>5</sup>(tais como: Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat; além de plataformas de vídeos como o Youtube) para engajar o seu público através de diferentes conteúdos (tais como: moda, game, culinária, humor, e outras questões do cotidiano).

A questão da Publicidade e Propaganda também está bastante presente no meio dos *digitais influencers*. De acordo com o site<sup>6</sup> Meio e Mensagem, estima-se que 49% das pessoas preferem adquirir produtos que são indicados pelos influenciadores digitais, perdendo apenas para produtos indicados por amigos e parentes. Por isso as empresas vão atrás dos *influencers* para fazerem as propagandas de seus produtos, que são vinculados através de seus vídeos e posts na internet.

Se um influenciador digital tem um canal no Youtube que fale sobre moda e em um de seus vídeos ele disser que usa uma camisa de marca “x”, grande parte das pessoas que estão assistindo aquele vídeo poderão se interessar por aquela roupa, devido a questão de credibilidade que aquela personalidade da internet passa para o seu público mais assíduo.

Dessa forma, o influenciador digital se torna um indivíduo capaz de influenciar um determinado nicho em que seja possível fazer um monitoramento por meio de ferramentas e métricas disponíveis nas redes sociais. Essas “personalidades digitais” são capazes de mudar as estratégias de investimento em propaganda por exercerem força suficiente para influenciar a nova geração a preferir determinada marca ou escolher certo produto igual ao que ele está utilizando, norteados grande parte das decisões de compra dos jovens (SILVA; TESSAROLO,2016, p.6).

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/caderno-da-cidadania/buscadores-os-novos-gatekeepers/>> Acesso em: 24 de setembro de 2019.

<sup>4</sup> “Pessoas que usam a internet e as redes sociais para produzirem seus conteúdos autorais”. Disponível em: <<https://meublogdesucesso.com.br/blogueiro-influenciador-digital-ou-creator>> Acesso em: 18 de agosto de 2019.

<sup>5</sup> “Aplicação da web cuja finalidade é relacionar as pessoas. Disponível em: <<https://conceitos.com/rede-social/>> Acesso em: 24 de setembro de 2019.

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/06/07/influenciadores-ja-sao-a-segunda-fonte-para-tomada-de-decisao.html/>> Acesso em: 19 de agosto de 2019.

Para Morin (1962), o termo celebridade significa alguma personalidade que foi criada pela mídia (através de diferentes personagens feitos em filmes) e que é vista como um “herói”, tendo como base a época cinematográfica. De acordo com Rogenski (2017), o que difere o *digital influencer* para uma celebridade é que o público vê a imagem de um *influencer* como alguém mais próximo a ele, por isso os influenciadores digitais estão tendo bastante credibilidade com as marcas para fazerem suas propagandas.

Diferente de uma celebridade que mesmo tendo uma força digital, as pessoas se encantam com o seu personagem, e não com a pessoa em si que está fazendo. Para Rogenski (2017) a relação das pessoas com as celebridades é de admiração, porém não tão próxima quanto a de um influenciador digital.

Há uma hipótese de que o termo *digital influencer* esteja relacionado a ideia que Bauman propõe sobre modernidade líquida,

### **2.3. Teoria da modernidade líquida**

A “modernidade líquida” é um conceito criado pelo sociólogo Zygmunt Bauman e existe desde o início da pós-modernidade. Essa teoria veio logo depois do conceito de “modernidade sólida” e serve para explicar o conjunto de relações e dinâmicas sociais presentes na sociedade atual.

Chegou a vez da liquefação dos padrões de dependência e interação. Eles são agora maleáveis a um ponto que as gerações passadas não experimentaram e nem poderiam imaginar; mas, como todos os fluidos, eles não mantêm a forma por muito tempo. Dar-lhes forma é mais fácil que mantê-los nela. Os sólidos são moldados para sempre (BAUMAN, 1999, p.9).

As relações sociais presentes na pós-modernidade são de fluidez, diferente da “modernidade sólida” que os valores e modos como exemplo de vida cultural e político eram estáveis. Para Bauman (1999) vivemos em uma sociedade insegura e incerta, gerando uma fluidez entre as relações e as dinâmicas sociais presentes nos dias de hoje.

No seu livro intitulado “vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria”, Bauman (2007) reforça que as relações sociais presentes hoje em dia estão sendo baseadas no consumo. Vivemos em uma sociedade em que somos consumidores e também mercadorias.

Um exemplo que somos consumidores e mercadorias são as redes sociais, em que vendemos a nossa imagem e estilo de vida todos os dias através de: fotos, vídeos e textos que postamos. Estamos em uma sociedade em que seu conceito de identidade se molda através do estilo de vida que adquirimos.

Por conceito de identidade<sup>7</sup> entendemos que é o reconhecimento de características particulares que identificam uma pessoa como nome, sexo, data de nascimento, entre outros. Também é o reconhecimento que outra pessoa tem dela mesma, tornando assim diferente dos outros ao seu redor.

Para Hall (2006), os conceitos de identidade são divididos em 3 diferentes sujeitos e significados, o "sujeito do iluminismo", "sujeito sociológico" e "sujeito pós-moderno".

O "sujeito do iluminismo" tem como base a concepção de um indivíduo totalmente centrado, com consciência de suas ações, enquanto o "sujeito sociológico" não acreditava que era autônomo em relação de suas atitudes e que suas ações se formavam através das relações pessoais que o indivíduo tinha com os outros. Essa última visão dá a ideia que a nossa sociedade seria formada através da nossa relação com as pessoas a nossa volta e com o mundo.

Segundo Hall (2006) o "sujeito pós-moderno" acredita que a identidade é formada e transformada de acordo com as relações e as formas de representações culturais que estão a nossa volta, o indivíduo atribui identidades diferentes em diversos momentos. De acordo com esse conceito, vamos adquirindo várias identidades a cada momento diferente em nossa vida.

Com todos esses conceitos estudados, procuramos relacionar essas teorias com o nosso tema de estudo, assim trazendo um produto audiovisual, escolhemos o documentário para relatar todo esse conteúdo.

#### **2.4. O documentário: da modernidade á pós-modernidade**

O documentário é uma produção audiovisual que tem como caráter informativo mostrar algum tema ligado a sociedade. Luiz Carlos Lucena cita em seu livro intitulado "Como fazer documentários: Conceito, linguagem e prática de produção" que: "O documentário é o tratamento criativo da realidade, com a adição de expressões bastantes utilizadas como "filmagem factual" e "reconstituição sincera" (2018, p.15). Sendo assim, esse tipo de produto audiovisual tem como finalidade levantar fatos que comprovem a veracidade do tema proposto (seja algum acontecimento cultural, histórico, algum assunto ligado a atualidade, a vida de alguma personalidade, entre outros assuntos)

Lucena (2018, p.14) ainda cita que: " O documentário fala de forma direta, nos faz prestar atenção, trata quase sempre do mundo real, nos obriga a tomar posições". Quando assistimos a um documentário despertamos o nosso senso crítico e a análise em geral daquele

---

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://www.significados.com.br/identidade/>> Acesso em: 25 de agosto de 2019.

tema que está sendo abordado, podemos ter opiniões tanto positivas quanto negativas sobre o assunto que está sendo visto.

O artigo “Um novo olhar entre a realidade e a ficção: O documentário “Vinicius de Moraes” como construção criativa” de Michele Matos e Márcio Guerra busca retratar a diferença entre a linguagem cinematográfica de uma ficção para um documentário. Na ficção podemos construir narrativas através de um “Mundo imaginário” enquanto em um documentário a sua narrativa é baseado no “Mundo Real”.

Em uma ficção criamos um mundo imaginário através de roteiro, cenários, figurinos e personagens para compor aquela história, enquanto no documentário usamos elementos do mundo real; como exemplo: assuntos do cotidiano e pessoas que estão inseridas naquele tema que será abordado.

Segundo Matos e Guerra (2013) no doc. “Vinicius de Moraes” o diretor dividiu os blocos através de várias histórias de vida do poeta, como por exemplo os seus nove casamentos, não apenas contando a sua história em ordem cronológica dando assim um ficcional ao seu produto. “É o olhar do diretor fora as câmeras que vai selecionar as informações que serão mostrados dando um novo sentido à realidade ou até mesmo construindo-a” (MATOS; GUERRA, 2013, PÁG.6). Existem vários fatores que podem influenciar a opinião do espectador que está vendo documentário como por exemplo: o enquadramento de câmera e as informações escolhidas pelo diretor durante a edição que serão mostradas.

Para Nichols (2012), existem 6 tipos de documentário, são eles: o documentário expositivo que é mais objetivo e se preocupa mais em esclarecer os fatos do que com a estética da imagem. O documentário poético é o oposto do expositivo e se preocupa com a estética do filme, podendo ser usados vários recursos para promover sua imagem.

No documentário participativo o diretor e sua produção podem aparecer no filme, seu contato com o entrevistado é direto, diferente do documentário observativo que busca mostrar totalmente a realidade e evita qualquer interferência do documentarista na hora da gravação.

O documentário performático é subjetivo e utilizada as técnicas livres de filmagem. Por fim tem o documentário reflexivo que busca mostrar a relação do entrevistado com a produção do documentário.

O nosso documentário traz uma mistura de elementos do documentário observativo, pois não interferimos nos depoimentos dos entrevistados, e também do documentário reflexivo, onde alguns dos entrevistados participaram dos bastidores da nossa produção, trazendo interatividade com os documentaristas.

### 3.PRÉ-PRODUÇÃO

Durante o processo de pré-produção elaboramos perguntas que foram feitas para as diferentes pessoas que entrevistamos no nosso documentário. Fizemos também um cronograma para a elaboração do nosso projeto, tendo nele o mês que começamos a pensar no tema que iríamos abordar para o nosso documentário, até o planejamento de sua produção para a data de entrega.

Selecionamos 2 influenciadoras digitais da cidade de João Pessoa, 3 pessoas ativas em redes sociais para opinarem sobre o assunto, 1 psicóloga para falar da relação entre o público e o influenciador, 1 estudiosa da área e 1 profissional de mídias sociais.

Cada entrevistado foi escolhido de acordo com a relação direta que eles têm com o tema proposto. A estudiosa do assunto e a profissional da área, conseguimos o contato através do nosso orientador Alan Mangabeira Mascarenhas. As influenciadoras digitais, obtivemos o contato de suas respectivas assessorias com a nossa entrevistada Ana Priscila Gesteira.

Os assíduos nas redes sociais e a psicóloga Thaís Fontes, ambos são de nosso convívio social, trazendo assim mais facilidade para entrarmos em contato.

Nós buscamos diferenciar as perguntas de cada entrevistado para que fossem feitas a partir de um primeiro consenso entre os participantes desse trabalho, por decidir assim explorar um produto documentário. E de acordo com a vivência dos participantes, gravamos seus relatos sobre suas experiências a partir do produto *digital influencer* que é a nossa principal fonte de pesquisa.

3.1. Para cada tipo de entrevistado foram feitas as seguintes perguntas:

#### **Para as 2 influenciadoras Digitais**

- Perguntas feitas para Fernanda Albuquerque (Instagram: @fernandinhaalbuquerque-268 mil seguidores):
- . Quem são seus seguidores? Que tipo de público é o seu?
- . Como você sente seu público em relação ao que eles esperam de você?
- . Existe uma variação entre Fernanda apresentadora, Fernanda mãe e Fernanda mulher nas redes sociais?
- . Existem vários tipos de seguidores de todos os influenciadores digitais, existem os seguidores que querem ser iguais as pessoas, existem os que admiram muito e se tornam assíduos e lógico existem os “haters”, como você lida com cada um

deles?

- . Quando você percebeu que estava se tornando uma pessoa também influente nas redes sociais?
- . Uma dica para quem se espalha em você como influenciadora, o que você pode falar para as pessoas que te seguem e querem ser um pouco do que você representa?
- . Uma mensagem final para quem te admira e acompanha nas redes sociais.

- Perguntas Feitas para Diene Toscano (Instagram: @achadinhosdanega – 220 mil seguidores):

- . Quem são seus seguidores? Que tipo de público é o seu?
- . Como você sente seu público em relação ao que eles esperam de você?
- . De onde surgiu a ideia central do seu Instagram, a de divulgar produtos com bons descontos e baratos, os famosos “achadinhos”?
- . Existem vários tipos de seguidores de todos os influenciadores digitais, existem os seguidores que querem ser iguais a pessoa seguida, existem os que admiram muito e se tornam assíduos e lógico existem os “haters”, como você lida com cada um deles?
- . Uma dica para quem se espelha em você como influenciadora, o que você pode falar para as pessoas que te seguem e querem ser um pouco do que você representa?
- . Uma mensagem final para quem te admira e te acompanha nas redes sociais.

#### **Perguntas feitas para as 3 pessoas ativas em redes sociais:**

- . O que você acha dessa onda de influenciadores?
- . Qual o lado positivo e negativo de um influenciador digital?
- . O que você acha que faz com que as pessoas sigam os influenciadores?
- . Cite alguns digitais influencers que você segue
- . Você se considera uma pessoa influente por quem você segue?
- . Por que você acha que tantas pessoas querem ser influenciadores digitais?
- . Você acha que essa onda de digitais influencers é algo passageiro ou veio para ficar?
- . Para você: Influenciador Digital é uma profissão?

#### **Perguntas feitas para a psicóloga Thais Fontes:**

- . Como psicóloga, como você vê essa interação dos digitais influencers com o seu público e vice-versa?
- . Como a psicologia designa o termo “influência”? Podemos dizer que algumas pessoas teriam o maior poder de influenciar outras devido a sua quantidade de seguidores?

- . Até que ponto essa relação entre influenciadores da mídia e “influenciados” é saudável?
- . Por que muitas pessoas usam os Influenciadores Digitais como uma espécie de espelho para a sua rotina?

**Para a estudiosa da área:**

- . Qual o significado do termo “influencer”?
- . Quais influenciadores digitais que você segue?

**Para a profissional de mídias sociais:**

- . Como você vê as mudanças que ocorreram desde a primeira rede social (o blog) para as da atualidade?
- . Qual a diferença dos influenciadores midiáticos das primeiras redes sociais para os influenciadores de hoje em dia?
- . Você acha que ser digital influencer é uma profissão?
- . Para você, como designa o termo “influencer”?
- . Nos fale um pouco do seu trabalho

Entramos em contato com as pessoas entrevistadas para marcar os dias das entrevistas por whatsapp e pelo email, além de conseguirmos os contatos das influenciadoras digitais através de um entrevistado. Os participantes foram:

- . Fernanda Albuquerque – Influenciadora Digital
- . Diene Toscano – Influenciadora Digital
- . Gutemberg Cardoso – Ativo em redes sociais
- . Giovanna Arruda – Ativa em redes sociais
- . Thais Fontes – Psicóloga
- . Gabriela Osoegawa – Estudante da área
- . Giovana Figueiredo – Ativa em redes sociais
- . Ana Priscila Gesteira – Profissional de mídias sociais

## 3.2 – Cronograma

Atividade	Mês	Mês	Mês	Mês	Mês	Mês
	Março/19	Abril/19	Mai/19	Julho19	Agosto/19	Setembro/19
Escolha do tema	<b>X</b>					
Levantamento Bibliográfico		<b>X</b>				
Revisão do Pré-Projeto			<b>X</b>			
Entrega do Pré-Projeto			<b>X</b>			
Organização do Roteiro				<b>X</b>		
Gravação e Captação do documentário				<b>X</b>	<b>X</b>	
Edição e Pós-Produção do documentário					<b>X</b>	
Revisão e Redação Final					<b>X</b>	
Entrega do TCC						<b>X</b>
Defesa do TCC						<b>X</b>

#### 4.PRODUÇÃO

O processo de produção ocorreu entre os dias 23 de julho de 2019 a 06 de agosto de 2019, tendo os dias específicos e horários de acordo com a disponibilidade dos entrevistados. Todo o processo de produção e direção foram feitos pelos idealizadores desse documentário: Criação de Gabriel Azevedo e Thássilla Formiga.

Nas locações, posicionamos a nossa câmera de acordo com a iluminação que favorecesse cada entrevistado. A maioria dos ângulos utilizados foram ângulos normais e enquadramentos em plano médio, a captação de áudio foi feita através de um smartphone da marca “apple”, devido à falta de equipamento de áudio.

Em seguida, a nossa tabela de gravação de acordo com cada dia:

<b>Ordem de Gravação por Data</b>			
<b>DIA</b>	<b>ATIVIDADES REALIZADAS</b>	<b>LOCAÇÃO</b>	<b>EQUIPAMENTOS UTILIZADOS</b>
17/07	Preparação da locação e gravação com Gabriela Osoegawa, Gutemberg Cardoso e Giovanna Arruda	Estúdio de TV do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA) da UFPB.	1 tripé, uma câmera Canon T5, Lente 18-55mm. Áudio – 1 Iphone 6S com fone de ouvido, 1 cartão de memória de 8GB e 1 Notebook para armazenamento das gravações
23/07	Preparação de locação e gravação com Ana Priscila Gesteira, às 18h	Sua Residência	1 tripé, uma câmera Canon T5, Lente 18-55mm. Áudio – 1 Iphone 6S com fone de ouvido, 1 cartão de memória de 8GB e 1 Notebook para armazenamento das gravações

25/07	Preparação de locação e gravação com a psicóloga Thais Fontes	No seu consultório	1 tripé, uma câmera Canon T5, Lente 18-55mm. Áudio – 1 Iphone 6S com fone de ouvido, 1 cartão de memória de 8GB e 1 Notebook para armazenamento das gravações
29/07	Preparação de locação e gravação com Fernanda Albuquerque	No estúdio da TV Correio	1 tripé, uma câmera Canon T5, Lente 18-55mm. Áudio – 1 Iphone 6S com fone de ouvido, 1 cartão de memória de 8GB e 1 Notebook para armazenamento das gravações
01/08	Preparação de locação e gravação com Giovana Figueiredo	Estúdio de TV do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA) da UFPB.	1 tripé, uma câmera Canon T5, Lente 18-55mm. Áudio – 1 Iphone 6S com fone de ouvido, 1 cartão de memória de 8GB e 1 Notebook para armazenamento das gravações
06/08	Preparação de locação e gravação com Diene Toscano	Loja Atacadão dos Presentes da estrada de Cadebelo (BR-230) e Loja Meggashop da Estrada de Cabedelo	1 tripé, uma câmera Canon T5, Lente 18-55mm. Áudio – 1 Iphone 6S com fone de ouvido, 1 cartão de memória de 8GB e 1 Notebook para armazenamento das gravações

Figura 1 – Giovanna Arruda



Fonte: Acervo Pessoal

Figura 2 – Gutemberg Cardoso



Fonte: Acervo Pessoal

Figura 3 – Gabriela Osoegawa



Fonte: Acervo Pessoal

Figura 4 – Ana Priscila Gesteira



Fonte: Acervo Pessoal

Figura 5 – Thaís Fontes



Fonte: Acervo Pessoal

Figura 6 – Fernanda Albuquerque



Fonte: Acervo Pessoal

Figura 7 – Giovanna Figueiredo



Fonte: Acervo Pessoal

Figura 8 – Diene Toscano



Fonte: Acervo Pessoal

Figura 9 – Equipamentos (Canon T5+  
Lente 18-55mm + carregador + Iphone 6S  
Com fone de ouvido)



Fonte: Acervo Pessoal

Figura 10 – Equipamentos (Tripé)



Fonte: Acervo Pessoal

## 5.PÓS- PRODUÇÃO

A edição do documentário foi realizada pelos discentes Gabriel Lima de Azevedo e Thássilla Carollyne da Silva Formiga, através do programa da Adobe o Premiere Pro CC 2017. A edição teve o período de cinco dias e todo esse processo foi feito na ilha de edição do Centro de Comunicação, Turismo e Artes da Universidade Federal da Paraíba.

No processo de montagem, buscamos trazer os principais conteúdos que captamos na produção. Os cortes foram feitos em cada entrevistado trazendo as questões que achamos mais importantes e que agrega ao nosso tema.

Devido à falta de equipamento de áudio, enfrentamos algumas dificuldades em relação a captação de áudio. Em alguns locais, ruídos externos atrapalharam um pouco nossas entrevistas, fazendo com que optássemos pelo áudio captado pelo celular.

Foi utilizado um HD externo para armazenamento de todo o material a ser editado e logo após todo o processo de edição feito gravamos o documentário em DVD-R. O documentário já editado deu aproximadamente 22 minutos.

Nessa etapa também pensamos na arte do nosso documentário, onde ela está sendo veiculada tanto como capa do nosso relatório, como inserido no começo do nosso produto.

### 5.1- Etapas da Edição:

<b>DIAS</b>	<b>FUNÇÕES</b>
26/08/2019 e 27/08/2019	Foram feitos os cortes nos videos
28/08/2019	Realizamos ajustes de imagens e sons
29/08/2019	Montagem das cenas e ajustes finais
30/08/2019	Finalização, renderização e gravação em DVD-R

Figura 11- Programa de edição Adobe Premiere

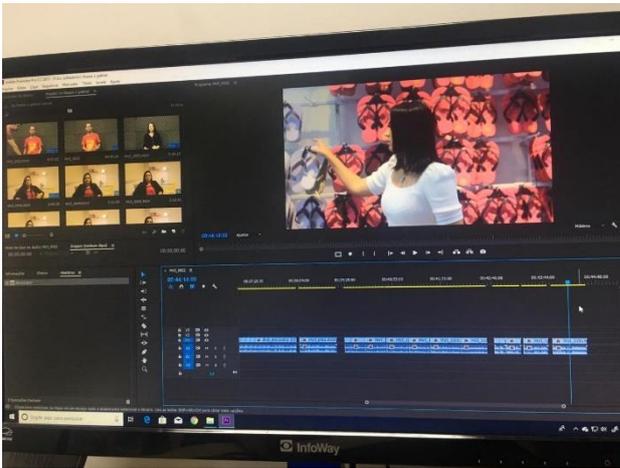


Figura 12 - HD externo para armazenamento dos vídeos



## 5.2- Arte do documentário



Fonte: Arquivo Pessoal

Créditos: Thaís Andrade (@tha3s)

O nosso documentário se intitula “A geração influenciadora”, devido a escolha desse título está inteiramente ligada ao assunto que abordamos no nosso documentário. As relações entre as pessoas nas redes sociais, e dos influenciadores digitais e o seu público.

Na arte, tentamos passar o nosso tema de estudo. O celular é o objeto principal, em que tendo ele na palma de nossas mãos, podemos nos conectar em diferentes redes sociais. O

exemplo da arte cita as principais (facebook, twitter, instagram e youtube) e através delas podemos ser influenciadores.

Tivemos a ideia central da arte, e quem a desenhou foi Thaís Andrade (@tha3s), também aluna de Rádio e TV da UFPB. Com a junção da nossa ideia e com o talento dela na área de design gráfico pudemos repassar a ideia geral do nosso documentário.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da construção do nosso documentário, vimos que o tema abordado mostrou diferentes visões dos nossos entrevistados sobre a questão da influência digital e como este termo está ganhando espaço em outras mídias, além das redes sociais.

Como papel de futuros profissionais da comunicação, buscamos trazer no nosso documentário depoimentos de diferentes pessoas que se interessam pelo nosso tema de estudo. Tivemos uma experiência mais concreta em relação a um profissional de Rádio e TV, que é o de produzir conteúdo e dar credibilidade para o assunto que será abordado com base em pesquisas, em informações passadas por cada entrevistado e o cuidado de deixar o tema claro para aqueles que irão assistir,

Foi muito gratificante em fazer um produto audiovisual como conclusão do nosso curso, pois enxergamos como um profissional da nossa área pode atuar em diversas funções, seja na produção, direção, roteiro, edição, entre outros. Vimos como realmente é a rotina de um profissional do audiovisual, desde a pré-produção, produção e pós-produção do produto feito.

O tema que escolhemos: “A relação entre os influenciadores digitais e o seu público”, mostrou que cada vez mais as pessoas estão criando os seus próprios conteúdos nas redes sociais, devido a autonomia que temos nas mídias sociais de falar sobre diversos assuntos. Vimos também que estamos ganhando cada vez mais visibilidade, sendo espelho para a vida dos outros e também nos tornando público da vida das outras pessoas, principalmente dos considerados *influencers* devido a liberdade que as redes sociais nos proporcionam.

## REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar Ed, 2008.
- BLOG TEORIA DA COMUNICAÇÃO. **O meio é a mensagem**. Disponível em: <<https://teoriadecomunicacaoblog.wordpress.com/>>. Acesso em: 23 de julho de 2019.
- BLOG DE SUCESSO. **Blogueiro, influenciador digital ou creator**. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/06/07/influenciadores-ja-sao-a-segunda-fonte-para-tomada-de-decisao.html/>> Acesso em: 19 de agosto de 2019.
- BLOG SIGNIFICADOS. **Identidade**. Disponível em: \_\_\_\_\_ <<https://www.significados.com.br/identidade/>> Acesso em: 25 de agosto de 2019.
- CASTRO, Davi. **Agenda-setting: hipótese ou teoria? Análise da trajetória do modelo de Agendamento ancorada nos conceitos de Imre Lakatos**. Porto Alegre. Ed, 2014.
- GUERRA, Pedro; MATOS, Michele. **Um novo olhar entre a realidade e a ficção: O documentário “Vinicius de Moraes” como construção criativa**. IN: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA. 9ª edição, 2013, Ouro Preto.
- HALL, Stewart. **A Identidade Cultural da Pós- Modernidade**. Rio de Janeiro. Ed, 2006.
- LUCENA, Luiz Carlos. **Como fazer documentários: conceito, linguagem e prática de produção**. 3.ed. São Paulo: Summus, 2018.
- MORIN, Edgar. **L esprit du temps**. Bernard Grasset Ed, 1962.
- NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papyrus Ed, 2016.
- PACETE, Luiz. **Influenciadores já são a segunda fonte para tomada de decisão**. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/06/07/influenciadores-ja-sao-a-segunda-fonte-para-tomada-de-decisao.html>>. Acesso em: 19 de agosto de 2019.

ROGENSKI, Renato. **Celebridades x influenciadores digitais, diferenças e sinergias em marketing.** Disponível em:

<<https://www.adnews.com.br/adcontent/influenciadores/celebridades-x-influenciadores-digitais-diferencas-e-sinergias-em-marketing/>> Acesso em 21 de agosto de 2019.

SILVA, Cristiane; TESSAROLO, Felipe. **Influenciadores digitais e as redes sociais enquanto plataforma de mídia.** IN: INTERCOM. 39ª edição, 2016, São Paulo.

SITE CONCEITOS. **Rede social.** Disponível em: <<https://conceitos.com/rede-social/>> Acesso em 24 de setembro de 2019.

SITE OBSERVATORIO DA IMPRENSA. **Buscadores os novos gatekeepers.** Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/caderno-da-cidadania/buscadores-os-novos-gatekeepers/>> Acesso em 24 de setembro de 2019.