



UnB

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

João Victor Sampaio Barros
Laianny Gonçalves Mangabeira da Silva

Melhor Ir à Luta

Um *podcast* sobre a vivência de micro-influenciadores em
defesa dos direitos humanos

Orientadora: Profa. Dra. Elen Cristina Geraldês

Brasília

2021

João Victor Sampaio Barros
Laianny Gonçalves Mangabeira da Silva

Melhor Ir à Luta

Um *podcast* sobre a vivência de micro-influenciadores em
defesa dos direitos humanos

Memorial Descritivo do Produto apresentado
à Faculdade de Comunicação, da
Universidade de Brasília, como requisito
parcial para a obtenção do título de Bacharel
em Comunicação Social com habilitação em
Comunicação Organizacional.

Orientadora: Profa. Dra. Elen Cristina
Geraldês

Brasília
2021

João Victor Sampaio Barros
Laianny Gonçalves Mangabeira da Silva

Melhor Ir à Luta

Um podcast sobre a vivência de micro-influenciadores em
defesa dos direitos humanos

Memorial Descritivo do Produto apresentado à
Faculdade de Comunicação, da Universidade de
Brasília, como requisito parcial para a obtenção do
título de Bacharel em Comunicação Social com
habilitação em Comunicação Organizacional.
Orientadora: Profa. Dra. Elen Cristina Geraldes

Aprovada em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Elen Cristina Geraldes
ORIENTADORA

Profa. Dra. Cristiane Parente
BANCA

Profa. Dra. Kelly Tatiane Martins Quirino
BANCA

Profa. Dra. Gisele Pimenta
SUPLENTE

AGRADECIMENTO - João Victor Sampaio Barros

Meus mais sinceros agradecimentos à Lucimar e Larissa, minhas duas maiores inspirações. São pessoas de um coração gigantesco e que sempre estiveram presentes na minha vida. Pelos ensinamentos, pelas motivações e pelo amor constante, obrigado.

Agradeço à professora Elen Geraldes pelos inúmeros conselhos, pela sabedoria, pela paciência, pelas oportunidades e por sempre estar presente e disposta a nos ajudar durante toda a graduação.

Agradeço aos irmãos e irmãs que a vida me deu: Eduardo Jone, Nickolas, Felipe, Amanda, Vitória, Thiago, Adaut, Mateus Mohn, Letícia, Tereza, Talita, Alexandre e Bruna, pelo suporte, pelas lágrimas e risadas compartilhadas e por tudo mais que está por vir.

Aos profissionais que hoje chamo de amigos e amigas, e que, com toda certeza, carregarei para o resto da minha vida: Nicole, Letícia, Mateus, Larissa, Eduardo, Dionízio, Mariana e Lilian. Obrigado pelos ensinamentos, pela parceria e pelos conselhos.

Aos meus colegas do @Studio.BT247 - Fernanda, Júlia, Patrícia, Caroline e Luiggi, pessoas incríveis que conheci na faculdade e que, com certeza, levarei para a vida. Obrigado pela paciência, pelas oportunidades, pelas melhores reuniões e pelas risadas.

Um agradecimento especial ao professor Guilherme Santos e ao pessoal da 5StemBJJ pela motivação e pelos ensinamentos nesses últimos meses, e ao meu psicanalista, Giancarlo, pela persistência e por nunca ter deixado que eu desistisse.

AGRADECIMENTO - Laianny Gonçalves Mangabeira da Silva

À minha mãe, que é minha heroína, minha inspiração, minha força, meu tudo. Obrigada por ser essa mulher batalhadora e guerreira todos os dias da sua vida. Todas as minhas conquistas são para você. Obrigada Ita, minha irmã, que é minha melhor amiga e que esteve sempre ao meu lado. Agradeço ao meu pai, pelo companheirismo e todo apoio. E agradeço ao Daniela Sabóia, que é o irmão que a vida me deu, por estar sempre ao meu lado.

Agradeço aos meus amigos que me acompanharam durante essa jornada: Daniela, Pedro, Arthur, Gabriela, Enio, Filliphi, João Paulo, Filhusi, Gustavo, Vanessa, Vitória, Ramille, Igor, Nicolle, Duda, Zuleide, João Pedro, Maria Antonia. À Bárbara Malato, sou muito grata ao universo por ter nos unido, sem o seu apoio e sua cumplicidade eu não teria conseguido chegar até aqui! Obrigada por todos os momentos incríveis e por essa amizade que se iniciou no primeiro dia de aula e que se estenderá para a vida. Ao Matheus Carvalho, obrigada por ser uma inspiração para mim e para tantos outros, e obrigada por ser um amigo tão especial. Ao Victor Hugo, obrigada por ser minha metade durante tantos anos, por todas as conquistas e aprendizados que compartilhamos.

Aproveito esse momento para agradecer aos profissionais que tive a oportunidade de aprender durante os meus anos de estágio no percurso da minha graduação, que me guiaram e me ajudaram a me tornar quem sou hoje e que eu tenho a sorte de tê-los como amigos: Fábria Galvão, Renata Chamarelli, Rafania, Sylvia Dimitria, Pedro Lino, Bruna Marques e Aline Duarte. Agradeço imensamente a Juliana Freitas, sem você eu definitivamente não conseguiria chegar até aqui! Não tenho palavras para descrever o quanto você é importante na minha vida e o quanto eu sou grata em saber que posso contar com você.

Agradeço à minha orientadora Elen Geraldês por todo acolhimento durante esses anos de graduação, obrigada por todo o carinho comigo e com todos os alunos, e muito obrigada por sempre enxergar o melhor em nós. Agradeço a professora Janara, por ter sido essencial durante todos esses anos da minha graduação. Obrigada por todo apoio, todo aprendizado e por tantos momentos bons que tive o privilégio de compartilhar com você!

RESUMO

Este memorial descreve a questão-problema, as justificativas, a metodologia, o referencial teórico, as etapas de produção, a cronologia e o orçamento da série de podcasts “Melhor ir à luta”, que relata vivências de micro-influenciadores voltados para a defesa dos direitos humanos. O objetivo do produto é abordar, de forma envolvente e aprofundada, como os micro-influenciadores enxergam a sua contribuição para a causa de direitos humanos e os limites e possibilidades dessa atuação. O gênero *podcast* foi escolhido por estar em evidência entre populações de diferentes idades, classes sociais e escolaridades e por permitir a abordagem de conteúdos variados. Como metodologia, foram utilizadas a revisão bibliográfica e a entrevista semi-estruturada, a qual prevê a existência de um roteiro, mas confere ao entrevistador e à fonte a autonomia para abordarem aspectos não contemplados pelas questões, desde que ligados aos objetivos e ao contexto da conversa. O referencial teórico voltou-se para uma breve conceituação e história dos direitos humanos, sua relação com a mídia, a conceituação de *podcast*, com suas principais características, e a definição de micro-influenciadores. As etapas de pré-produção e produção envolveram a leitura e aprofundamento sobre o tema, a construção do roteiro, a escolha dos entrevistados, as gravações, o processo de edição e o planejamento visual do produto, que destacou cores e tipografias ligadas à luta social. Os principais desafios do trabalho foram realizar um produto em linguagem atraente e acessível, divulgá-lo para públicos diversificados e trabalhar em condições de produção difíceis, já que o tempo era escasso e há uma pandemia em andamento, trazendo riscos à saúde física e mental e a necessidade de realizar a produção de forma remota. As maiores conquistas do trabalho foram a realização ao produzir um trabalho final de temática relevante e atual, que explore vários conhecimentos adquiridos durante o curso, e a experiência de trabalhar em dupla, adequando-se ao ritmo e às necessidades do parceiro/da parceira. Como divulgação, pretende-se utilizar a rede já formada de micro-influenciadores parceiros, a fim de dar mais organicidade entre o produto e seus públicos.

Palavras-chave:

Comunicação e Direitos Humanos. Podcast. Micro-influenciadores digitais.

ABSTRACT

This memorial describes the problem-issue, the justifications, the methodology, the theoretical framework, the stages of production, the chronology and the budget of the podcast series "Melhor ir à luta", which reports experiences of micro-influencers focused on the defense of human rights. The objective of the product is to approach, in an engaging and in-depth way, how micro-influencers see their contribution to the cause of human rights and the limits and possibilities of this action. The podcast genre was chosen because it is in evidence among populations of different ages, social classes and schooling and because it allows the approach of varied contents. As a methodology, we used the bibliographic review and the semi-structured interview, which provides for the existence of a script, but gives the interviewer and the source the autonomy to address aspects not contemplated by the issues, as long as they are related to the objectives and context of the conversation. The theoretical framework turned to a brief conceptualization and history of human rights, its relationship with the media, the concept of podcast, with its main characteristics, and the definition of micro-influencers. The stages of pre-production and production involved reading and deepening on the theme, the construction of the script, the choice of the interviewees, the recordings, the editing process and the visual planning of the product, which highlighted colors and typographies related to the social struggle. The main challenges of the work were to carry out a product in attractive and accessible language, disseminate it to diverse audiences and work in difficult production conditions, since time was scarce and there is a pandemic in progress, bringing risks to physical and mental health and the need to carry out production remotely. The greatest achievements of the work were the realization by producing a final work of relevant and current theme, which explores various knowledge acquired during the course, and the experience of working in pairs, according to the rhythm and needs of the partner/ partner. As a disclosure, it is intended to use the network already formed of micro-influencers partners, in order to give more organicity between the product and its audiences.

Keywords:

Communication and Human Rights. Podcast. Digital micro-influencers.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logo do projeto.....	37
Figura 2 - Código de cores.....	37
Figura 3 - Tipografia Hackney.....	38
Figura 4 - Tipografia Futura.....	38
Figura 5 - Perfil no Instagram do @militantecansado.....	39
Figura 6 - Perfil no Instagram do @onlyfuego.....	39
Figura 7 - Capa de perfil do podcast "Melhor ir à Luta".....	41
Figura 8 - Capa do episódio #00 do podcast.....	41
Figura 9 - Capa do episódio #01 do podcast.....	42
Figura 10 - Capa do episódio #02 do podcast.....	42
Figura 11 - Print dos episódios publicados na plataforma <i>Spotify</i>	43
Figura 12 - Print dos episódios publicados na plataforma <i>Soundcloud</i>	43

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. PERCURSO METODOLÓGICO	15
2.1 Pesquisa Bibliográfica	15
2.2 Entrevistas semi-estruturadas	16
3. REFERENCIAL TEÓRICO	16
3.1 Direitos Humanos	17
3.1.1 Surgimento e Evolução no Brasil	18
3.1.2 Conceito e características	20
3.1.3 Limitações	23
3.2 Direitos Humanos, influenciadores e marketing de causas	25
3.3 Os influenciadores digitais	27
3.3.1 Micro-influenciadores	29
3.4 Podcasts	30
3.4.1 Sobre as características dos Podcasts	32
4. ETAPAS DE PRODUÇÃO	34
4.1 Pré-produção	35
4.1.1 Identidade Visual	36
4.2 Produção	38
4.3 Pós-produção	40
5. CRONOGRAMA	44
6. ORÇAMENTO	45
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
8. REFERÊNCIAS	47
9. ANEXOS	51
9.1 Anexo I - Controle de produção	51
9.2 Anexo II - Estrutura dos episódios	51
9.3 Anexo III - Roteiros	53

1. INTRODUÇÃO

Vivemos em tempos sombrios. A pandemia, a violência contra grupos vulneráveis, as crises políticas, econômica e institucional exigem que os direitos humanos sejam problematizados, discutidos e vivenciados. No entanto, eles parecem muito distantes de uma grande parte da população, que frequentemente os deslegitimam e criticam.

Em um país no qual a cada seis horas e meia um novo caso de feminicídio é registrado¹; a população negra corresponde a 77% das vítimas de homicídio²; que apresenta um crescimento de 106% nas denúncias contra homofobia na internet; ou em que a população indígena luta, constantemente, pela demarcação dos seus 13% de território reservado o qual, a cada ano, torna-se cada vez mais reduzido³, fica fácil comprovar o impacto da falta de diálogo acerca dos direitos humanos no dia a dia da sociedade.

Isto, alinhado com o desinteresse dos cidadãos e com a narrativa criada de que esses direitos existem apenas para resguardar indivíduos que não se encaixam nas regras hegemônicas da sociedade, resulta na exclusão de uma certa parcela da população. Uma pesquisa feita pelo Pulso Brasil⁴, da Ipsos, realizada entre 1º e 15 de abril de 2018 acerca da percepção dos brasileiros sobre os direitos humanos, aponta que 63% dos brasileiros se manifestaram a favor dos direitos humanos e 21%, contra. A pesquisa entrevistou presencialmente 1,2 mil pessoas em 72 municípios das cinco regiões brasileiras e revelou um desconhecimento sobre a aplicação dos direitos humanos no Brasil; enquanto 94% responderam já terem ouvido sobre os direitos humanos, 50% admitem que gostariam de conhecer melhor o assunto.

¹Disponível em:

<<https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2021/07/4937873-brasil-registra-um-caso-de-feminicidio-a-cada-6-horas-e-meia.html>> Acesso em: Outubro de 2021.

²Disponível em:

<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2021-08/risco-de-negro-ser-assassinado-e-26-vezes-superior>> Acesso em: Outubro de 2021.

³Disponível em: <<https://www.politize.com.br/qual-a-situacao-das-terras-indigenas-no-brasil/>> Acesso em: Outubro de 2021.

⁴Disponível em: <<https://www.ipsos.com/pt-br/63-dos-brasileiros-sao-favor-dos-direitos-humanos>> Acesso em: Outubro de 2021.

Em meio a este cenário, a Internet parece ser a utopia possível para grupos que se acostumaram com o silêncio e invisibilidade midiática sobre as temáticas de suas vivências e histórias. Porém, apesar de todo o seu potencial de mobilização, a internet não é acessível para todas e todos, sendo influenciada por variáveis como gênero, idade, classe social, localização geográfica etc. Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD)⁵ de 2019 mostram que cerca de 17,3% da população brasileira ainda está sem acesso à internet, um número bastante alto para uma sociedade que, cada vez mais, depende desta conexão para as necessidades mais fundamentais no seu cotidiano.

Aliada à exclusão dessa parte da população no que tange o acesso à internet, vale ressaltar também que a qualidade desse acesso é uma característica de forte influência na vida dos brasileiros. A PNAD 2019 complementa que 58% dos brasileiros acessaram a internet, exclusivamente, pelo telefone celular. Isto é perigoso, pois permite que diversas operadoras de telefonia e provedores de internet no país usufruam de lacunas na legislação brasileira responsáveis por impor limites às políticas que vão contra o uso sustentável e democrático da rede.

Além de problemas relacionados à exclusão e dificuldade de acesso à rede, outras adversidades podem ser encontradas ao se vivenciar o mundo digital. Crimes cibernéticos, propagação de *fake news* e ataques contra a honra são algumas das práticas que vêm crescendo de forma proporcional à propagação do acesso à internet. Uma parceria entre a OnG Safernet Brasil com o Ministério Público Federal estima que o Brasil teve, em 2020, um aumento de cerca de 147,8% em denúncias de casos de racismo na internet e 78,5% em denúncias de violência ou discriminação contra a mulher.⁶

A verdade é que o cenário digital nunca foi um espaço 100% democrático e de ampla aceitação da diversidade do mundo dito real, e isto se deve em função da repetição de comportamentos implementados na rede por parte daqueles que a

⁵ Disponível em:

<<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/30521-pnad-continua-tic-2019-internet-chega-a-82-7-dos-domicilios-do-pais>> Acesso em: Outubro de 2021.

⁶ Disponível em:

<<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/02/09/numero-de-denuncias-de-crimes-cometi-dos-pela-internet-mais-que-dobra-em-2020.ghtml>> Acesso em: Outubro de 2021.

desenvolvem, que são, em sua maioria, parte do grupo responsável por esses comportamentos fora da internet. Sobre esse comportamento, Scheidweiler e Valiquette complementam, quando afirmam que:

É, contudo, de grupos dominantes de onde saem aqueles que programam e controlam as regras do desenvolvimento tecnológico contemporâneo, cabendo a eles a criação de padrões que podem, no não reconhecimento das diferenças, ocasionar uma perigosa opressão transvestida de racionalidade técnica. Quando os dados que alimentam as máquinas refletem a história da nossa própria desigualdade social, nós estamos, em efeito, fazendo com que o programa aprenda e reproduza essas desigualdades (2019, pág 32).

Em meio a essa série de eventos perpetuados dentro do mundo digital, figuras importantes como influenciadores digitais surgem dando centralidade às questões antes consideradas periféricas e discutem representatividade, direitos e conquistas. São cidadãos comuns que se apoderam desses meios de comunicação para construir uma linha de defesa frente a essas práticas de violação de direitos humanos na internet, utilizando os recursos e as características pertencentes ao canal em suas respectivas batalhas.

Muitos desses influenciadores, porém, tornam-se verdadeiras celebridades e têm a sua atuação vinculada e/ou condicionada a patrocínios e visualizações. Por isso, os micro-influenciadores se mostram especialmente atraentes, pois parecem mais autênticos e menos dependentes de visualizações. São pessoas que estabeleceram o seu nicho de seguidores em função do seu conteúdo, que se apresentam de forma mais pessoal e direta e que têm como objetivo de criar verdadeiras conexões com a sua audiência. Esse método de interação, como explica Mahajan e Gupta (2019, pág. 190), "cria uma imagem ideal em sua categoria de especialização, que outros usuários consideram atraente e confiável."

Começamos, dessa forma, a delinear o recorte de nosso projeto final. Queremos falar sobre direitos humanos, por sua ampla relevância e pelo papel que atribuímos à comunicação na discussão da temática e pretendemos compreender como esses direitos estão na internet, a partir da observação de micro-influenciadores que militam pela causa, seja de forma explícita, seja por serem representativos de grupos mais vulneráveis e invisibilizados da sociedade. No

entanto, como fazer isso? Por meio de uma monografia ou artigo? Ou por meio de um produto?

Nossa opção por um produto relaciona-se ao nosso perfil como estudantes e profissionais, mas também ao desejo de atingir mais pessoas, além de dialogar com a sociedade. Por isso, escolhemos um produto que tem em sua gênese um grande potencial dialógico, os *podcasts*. Eles fazem parte de um formato de produto comunicacional dinâmico e inovador para diferentes faixas etárias, capaz de proporcionar aprofundamento, valendo-se de uma linguagem clara e atraente. A pesquisa *Globo Podcast*, lançada em Outubro de 2020, afirma que 17% dos brasileiros com mais de 16 anos de idade são ouvintes de *podcast*, o que equivale a cerca de 28 milhões de pessoas. A pesquisa ainda complementa que, desse público, cerca de 81% escutam pelo menos um episódio por semana e variam suas temáticas entre notícias, comédia, documentários, séries, saúde, educação, entre outros.

Os temas abordados nos *podcasts*, porém, têm lacunas no que tange às temáticas de direitos humanos, os quais são menos frequentes em detrimento de outros assuntos considerados mais atraentes e comerciais. É possível encontrar alguns que se preocupam em abordar e explorar a temática, mas como mostra a pesquisa *Globo Podcast*⁷, a preferência maior dos ouvintes está em humor e comédia, entre entrevistados de 16 a 34 anos, e notícias para os de 35 anos ou mais.

Nós buscamos *podcasts* inspiradores, testemunhais, que pudessem mobilizar para a temática de direitos humanos, como é o caso do Projeto Humanos. Lançado em 2015, este *podcast* pode ser considerado um exemplo na parte técnica, no conteúdo e no seu processo de divulgação. Foi construído a partir de uma lógica de *storytelling*, diferentemente do modelo tradicional de conversa entre pares já há muito tempo praticada na internet. No site do *podcast* é possível encontrar uma explicação detalhada de todas as temporadas e spin-offs lançados ao longo dos anos, sempre dando ênfase que o projeto "[...] dedica-se em montar linhas narrativas mais imersivas, nas quais os ouvintes possam ter uma relação mais visceral com a

⁷ Disponível em:

<https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>.

Acesso em: Outubro de 2021.

história que lhes é contada" (MIZANZUK, 2015)⁸, resultado de um processo de construção extremamente cuidadoso e baseado em fatos. Complementando a descrição apresentada pelo próprio autor, Ardonde, afirma que:

O teor testemunhal do *podcast* é do âmbito da oralidade: ele transparece tanto no conteúdo das experiências de vida relatadas quanto na intensidade dos tons de vozes, nas hesitações, silêncios e sotaques próprios a cada voz (marcas de sua condição de outridade; de imigrantes e sobreviventes de experiências excepcionais).(2018, pág. 1)

Estas características são responsáveis por auxiliar na construção de uma narrativa que tenta, em todos os momentos, recuperar e transparecer para os ouvintes a seriedade dos assuntos abordados. Em função disso, nos espelhamos nessa obra para a elaboração desse projeto, que tentará, ao longo dos seus episódios, compartilhar um pouco da realidade das pessoas que estão, diariamente, lutando pelos seus direitos na sociedade.

Este memorial relata as motivações, o referencial teórico, o percurso metodológico e as etapas de produção da série de *podcasts* “Melhor ir à luta”, criada como projeto experimental de conclusão do curso de Comunicação Organizacional.

O produto tem como objetivo geral: produzir *podcasts* que descrevam e analisem, de forma clara e atraente para diferentes públicos, as características, os limites e as possibilidades dos micro-influenciadores que abordam temáticas de Direitos Humanos nas redes sociais. Já os objetivos específicos são: conceituar micro-influenciadores digitais; apontar diferenças e semelhanças entre micro-influenciadores de diferentes temáticas de Direitos Humanos; abordar a linguagem dos *podcasts* para debater esses temas.

As justificativas para a escolha do tema são: o interesse da autora e do autor pela temática de direitos humanos, muito estimulada no decorrer do curso; a afinidade com o gênero *podcast*; a ausência de produtos similares; e, finalmente, a relevância social da temática.

Como aporte metodológico, utilizamos as técnicas de revisão bibliográfica e as entrevistas, apresentadas no primeiro capítulo deste memorial. A seguir, mostraremos o referencial teórico, dividido em direitos humanos,

⁸ Trecho retirado do site: <https://www.projetohumanos.com.br/sobre/>. Acesso em: Outubro de 2021.

micro-influenciadores e *podcasts*. No terceiro capítulo, apontamos as etapas de produção dos *podcasts*, dando ênfase ao processo de seleção dos entrevistados, projeto visual do produto, pré-produção, gravação, edição, cronograma, orçamento e promoção. Por fim, nas considerações finais, apresentamos os limites e possibilidades do produto e os próximos passos.

2. PERCURSO METODOLÓGICO

Para responder à questão central de nosso projeto experimental - Como produzir *podcasts* que descrevam e analisem, de forma clara e atraente para diferentes públicos, as características, os limites e as possibilidades dos micro-influenciadores que abordam temáticas de Direitos Humanos nas redes sociais? - escolhemos duas técnicas com o intuito de enriquecer nossa compreensão sobre o tema, ordenar as etapas de produção, estabelecer critérios para a escolha dos entrevistados, orientar a assinatura visual do projeto e estruturar o roteiro: a pesquisa bibliográfica e as entrevistas semi-estruturadas.

2.1 Pesquisa Bibliográfica

Segundo Gil (2002, pág. 45) “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Sendo assim, foi feita uma ampla busca por artigos periódicos, livros, revistas, notícias e outras fontes para a elaboração da fundamentação teórica acerca dos eventos e dos assuntos estudados. Esta etapa é de extrema importância pois é a partir dela que se obteve as informações necessárias para a execução das demais etapas de produção do produto. Gil ainda complementa quando diz que “a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla” (2002, pág. 45), o que se mostra como um ponto forte para a execução deste trabalho, visto que, para isso, foi necessário o estudo acerca de três temáticas complementares distintas para a construção do *podcast*.

Este processo permeia toda a execução do projeto, algo que para Stumpf

(2005, pág. 52) trata-se de uma atividade “contínua e constante em todo o trabalho acadêmico e de pesquisa”, ainda mais se pensarmos que o projeto em questão é executado no ápice da era da informação, em que todo dia e toda hora surgem novas informações e dados que podem ser agregados ao trabalho.

2.2 Entrevistas semi-estruturadas

Outro método utilizado para elaboração deste trabalho foi o de entrevistas semi-estruturadas por meio das conversas que, mais tarde, se tornaram os *podcasts*. Para Minayo, as entrevistas semi-estruturadas consistem em um formato de “[...] perguntas fechadas e abertas, em que o entrevistado tem a possibilidade de discorrer sobre o tema em questão sem se prender à indagação formulada” (2010, pág 261).

Este tipo de estrutura de coleta auxilia na elaboração de uma entrevista guiada, o que para iniciantes ajuda no processo de linearidade da entrevista e de permanência na temática, e, ao mesmo tempo permite um nível de liberdade em que, tanto o entrevistado quanto os entrevistadores, podem, eventualmente, fugir da estrutura inicial para explorar temáticas que possam surgir de forma espontânea durante a conversa (MINAYO, 2010).

Em função disso, entrevistas semi-estruturadas foram escolhidas como estrutura principal para a execução das conversas com os convidados, visto que em função das temáticas delicadas a serem abordadas, existe a necessidade de se permitir explorar assuntos que pudessem surgir durante o processo de execução. Duarte (2005, pág. 66) complementa quando diz que cada pergunta seja “aprofundada a partir da resposta do entrevistado, como um funil, no qual as perguntas gerais vão dando origem a perguntas específicas”, criando assim uma dinamicidade maior no processo de entrevista e, conseqüentemente, auxiliando na compreensão do ouvintes do *podcast*.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo se divide em três principais tópicos: Direitos Humanos, *podcast*

e micro-influenciadores. O primeiro trata dos Direitos Humanos no tocante ao seu surgimento e evolução histórica no Brasil. Em seguida, são discutidos conceitos e características, seguidos por suas limitações.

Já o segundo e o terceiro tópicos, trazem, respectivamente, a conceituação dos micro-influenciadores e dos *podcasts* como instrumentos de conscientização para as diversas temáticas que permeiam os Direitos Humanos em uma perspectiva multicultural e pós-moderna.

3.1 Direitos Humanos

É preciso salientar que, em determinados momentos da história da humanidade, há passagens que possibilitam enxergar uma concepção embrionária sobre direitos e deveres, regras morais e éticas e conjunto de normas da vida em sociedade capaz de transmitir um ideal de justiça, trazendo ainda um limiliar entre o ilegal e o obrigatório.

Esse progresso evidencia a predisposição ontológica de nós, seres humanos, em buscarmos a nossa própria humanização (FREIRE, 1999). E, é nesse processo que surge e potencializa a capacidade de entender.

A partir da recongnição da própria humanidade pelo ser humano, principiam-se as lutas por direitos, em suas mais opostas grandezas, contornos e cenários. Em meio a um longo e turbulento trajeto, como consequência das necessidades de cada tempo, circunstância e organização social, nascem os direitos, sempre em berço de lutas que buscaram os efetivar.

O que por ora se conhece como direitos humanos, mais especificamente a partir das duas últimas décadas do século XVII, é tido como uma importante representação contra a leviandade dos governos e das elites dominantes, até então livres para ditar normas a seus gostos. Em meio a esse processo, há, assim como em qualquer outro aspecto humano, consideráveis ganhos, mas também demasiadas perdas. Afinal, a história da humanidade é marcada por progressos e retrocedimentos no que tange à dignidade dos seres humanos.

3.1.1 Surgimento e Evolução no Brasil

A cronologia acerca da origem dos direitos humanos não se dá na concepção da Declaração Universal dos Direitos Humanos, em 1948, embora sua significativa importância. As incompatibilidades em relação a sua criação sucedem do fato de todas as sociedades possuírem uma ética e/ou moral comum, majoritariamente manifestadas como direitos.

Em outros termos, os direitos humanos podem ser associados a um consenso religioso-cultural, ou então, tal temática seria fruto de uma evolução histórica, em que se busca o progresso e um futuro feliz. (COMPARATO, 2016)

É possível (e preciso) inferir que esse assunto já existia muito antes de 1948, em documentos, por exemplo, como no Cilindro, o qual continha uma declaração do rei Persa, em que se declarava a liberdade religiosa e a abolição da escravatura. Ou na Roma antiga, quando se traziam os aspectos da cidadania concedida a todos os romanos. (BENITO; GARCIA, 2013)

Já no que classificamos como período moderno (1453-1789), a primeira Declaração foi a da Virgínia, no ano de 1776, a qual influenciou Thomas Jefferson a criar a Declaração de Direitos Humanos prevista na Declaração de Independência dos Estados Unidos. Ademais, a Declaração de Virgínia teve grande atuação na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, proclamada em 26 de agosto de 1789, na França. (BENITO; GARCIA, 2013).

Esta última está ligada à Revolução Francesa e obteve significativa magnitude em países vizinhos, trazendo conceitos como "direitos das pessoas", ao declarar, por exemplo, que "os direitos naturais, inalienáveis e sagrados do homem são a fundação de todo e qualquer governo", fomentando paulatinamente a ideia de universalidade. Tal afirmação é confirmada em seu artigo primeiro, relatando que as pessoas ao nascerem permanecem livres e iguais em direitos. (COMPARATO, 2016)

Quanto ao Brasil, a interferência dos direitos humanos sobre a Constituição Federal é substancialmente considerável. Moraes (2000) exemplifica a afirmação ao ilustrar que, a primeira Constituição do Brasil assegurou a legitimidade dos direitos fundamentais para poder se ajustar à Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789. Também evidenciada por Cunha (2001), enquanto afirma que a

Constituição Federal do Brasil de 1824 foi a precursora mundial na positivação dos direitos humanos, mesmo aqueles de caráter singular. Acentua-se que, ainda com as reformas da Constituição, tais garantias sempre existiram.

Contudo, por causa da ditadura militar no Brasil, o cenário em que se encontravam os direitos fundamentais foi alterado e com a Constituição de 1937, outorgada por Getúlio Vargas, suprimiu o federalismo e dissolveu o Congresso Nacional, ocasionando o desaparecimento da democracia e de várias das principais garantias fundamentais, como, por exemplo, o direito à livre associação e a liberdade de imprensa. (COELHO, 2011).

Mesmo com o passar do tempo, os direitos humanos ainda se mostravam enfraquecidos, principalmente entre os períodos de 1964 a 1967. O doutrinador Brega Filho, em seus dizeres, revela que o ato institucional número 01 ordenou que se suspendesse as garantias constitucionais e os direitos políticos, e, assim, garantisse a cassação dos mandatos legislativos na época, quais sejam:

“[...] o Ato Institucional n.º 1 suspendeu as garantias constitucionais ou legais da vitaliciedade e estabilidade dos juízes; e permitiu a cassação dos mandatos legislativos e a suspensão dos direitos políticos. O Ato Institucional n.º 2 extinguiu os partidos políticos e deu poderes ao Presidente da República para decretar o recesso do Congresso Nacional. O Ato n.º 4 convocou o Congresso Nacional para discutir e votar um novo texto Constitucional. (FILHO, 2002, p. 38)”

Portanto, como citado, é percebido o enfraquecimento dos direitos inerentes ao homem na época. Mas em 1967, depois de um longo período vivendo sob a influência da ditadura, é promulgada uma nova Constituição, embora diferente da anterior, pois ampliava o rol de direitos e garantias. E em 05 de outubro de 1988, foi promulgada outra Constituição, que é vigente até hoje, elevando ainda mais tal rol e tendo os direitos e garantias fundamentais como um dos seus principais princípios (COELHO, 2011).

Ressaltemos que a história dos direitos humanos no Brasil tem uma relação muito estreita com o combate e a oposição aos regimes ditatoriais, especialmente o regime militar instaurado durante o golpe civil-militar de 1964 que se estendeu até 1985. Como consequência às transgressões de direitos e liberdades, em âmbitos coletivos e individuais, compuseram-se movimentos em defesa dos direitos humanos, especialmente daqueles com forte influência no campo da educação.

Conforme visto antecipadamente, o rearranjo histórico dos direitos humanos nos escancara progressos e retrocessos. Atualmente, anos após a proclamação da Declaração Universal dos Direitos Humanos, o mundo segue infringindo tais direitos e, quando mediadas por meio de canais de comunicação, materializam-se em discursos de ódio, que inferiorizam e discriminam determinados grupos sociais.

Nas democracias atuais, os direitos surgem acompanhados pela conscientização da sua importância e papel na sociedade. A consolidação desses sofre resistências de determinados sujeitos e grupos devido às visões políticas conservadoras, crenças religiosas ou por simples falta de informação; tais posturas tornam-se por vezes preconceituosas, reacionárias e autoritárias. É aí que os já legitimados avanços são moldados ao passo de violações sistematizadas.

Frutos de um processo de luta pelo reconhecimento da dignidade humana, os direitos humanos não são um dado de realidade, mas uma história em permanente evolução e conquista (ARENDETT, 1989). Em complemento e de maneira mais contundente, Norberto Bobbio (2004) afirma que os direitos humanos não nascem todos de uma única vez, nem em singularidade absoluta, necessitando assim da cobrança social à atenção para periódicas necessidades de estarmos atentos à ampliação e à manutenção deles.

Do ponto de vista teórico, sempre defendi – e continuo a defender, fortalecido por novos argumentos – que os direitos do homem, por mais fundamentais que sejam, são direitos históricos, ou seja, nascidos em certas circunstâncias, caracterizados por lutas em defesa de novas liberdades contra velhos poderes, e nascidos de modo gradual, não todos de uma vez e nem de uma vez por todas. (BOBBIO, 2004, p. 25)

Sendo assim, os direitos humanos são dotados de uma natureza e de características que serão objeto da próxima subseção deste capítulo.

3.1.2 Conceito e características

Os Direitos Humanos são um conjunto de garantias intrínsecas, essenciais e próprias aos seres humanos que abrangem temáticas políticas, éticas e sociais. Por conseguinte, é intitulado também como direitos fundamentais, uma vez que são

medulares para o regozijo das necessidades substanciais do ser humano, propiciando que a dignidade da pessoa seja reconhecida e acatada (DALMO, 2014).

O comparecimento do termo “declaração” nos dispositivos que asseguram direitos, como a Declaração de Virgínia, a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão e a própria Declaração Universal dos Direitos Humanos, corrobora com a intenção de seus autores, não de “criar direitos humanos” – como interpretavam Hannah Arendt e Norberto Bobbio –, mas de trazê-los à superfície. Ora, é como se os direitos escarnados nessas declarações existissem desde sempre, ainda que de maneira adormecida para grande parte da humanidade, e outrora fossem amoldados a todos, homens e mulheres, sem embargo da época ou do enquadramento político e social em que se encontram.

De acordo com esses “declaradores”, os direitos ali expostos não são concebidos por apetrechos jurídicos, mas apenas exteriorizados, tornados públicos. A origem da palavra auxilia no entendimento de que “declarar direitos” sustenta, particularmente, o sentido de torná-los claros, fazendo-os vistos lúcidos e claramente. No dicionário Houaiss (2009), o verbo deriva do vocábulo latino *declaro*, cujo significado é “mostrar, fazer ver claramente, exprimir sentimentos, emoções, traduzir um fato”. De tal maneira, seriam, assim, direitos naturais humanos, existentes antes mesmo de sua declaração pública institucional.

É possível visualizar que, na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão de 1789, por exemplo, ao ser influenciada pelo pensar liberal e pela Revolução Francesa daquele mesmo ano, evidenciou-se a percepção de que esse tipo de instrumento protocolador é consubstancializar o aglomerado de concepções e princípios provenientes do direito natural.

Além disso, notabiliza-se também o primeiro artigo da Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 que, ao reiterar “todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e direitos [...]”, fortalece o pensamento de que as pessoas são livres e iguais por natureza.

De acordo com o pensador PÉREZ-LUÑO (2002), dois são os pensamentos teóricos apontados enquanto fundamentais na composição identitária dos direitos humanos, o jusnaturalismo racionalista e o contratualismo. O primeiro interpreta que o homem possui direitos naturais em seu cerne e, esses direitos, são oriundos da

racionalidade intrínseca a ele. Já o segundo, fortalece o conceito de que as instituições políticas e as normas reguladoras, ou seja, as normas jurídicas, só podem ser criadas quando resultantes da vontade popular.

[...] são ingredientes básicos na formação histórica da idéia dos direitos humanos duas direções doutrinárias que alcançam seu apogeu no clima da Ilustração: o jusnaturalismo racionalista e o contratualismo. O primeiro, ao postular que todos os seres humanos desde sua própria natureza possuem direitos naturais que emanam de sua racionalidade, como um traço comum a todos os homens, e que esses direitos devem ser reconhecidos pelo poder político através do direito positivo. Por sua vez, o contratualismo, tese cujos antecedentes remotos podemos situar na sofística e que alcança ampla difusão no século XVIII, sustenta que as normas jurídicas e as instituições políticas não podem conceber-se como o produto do arbítrio dos governantes, senão como resultado do consenso da vontade popular. (PÉREZ-LUÑO, 2002, p. 23)

Lynn Hunt (2009) salienta, ainda, a importância do Jusnaturalismo para o nascimento dos direitos humanos, em que se compreende o homem como um sujeito com direitos inatos e indispensáveis à realização de sua natureza moral. Ou seja, um ser que possui direitos (liberdade, igualdade) inerentes a sua espécie e formadores de sua condição natural. Foi ele quem fomentou as bases intelectuais da Declaração de Independência dos Estados Unidos e da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, em que os Estados rompem, de modo definitivo e prático, com a teocracia e afirmam, categoricamente, os direitos naturais.

Tanto na Declaração da Independência dos Estados Unidos quanto na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, seus declarantes corroboram direitos já existentes e inquestionáveis. Mas, ao fazê-lo, revolucionaram a soberania e criaram uma base nova: um governo fundamentado na garantia dos direitos universais - ainda que, em um primeiro momento, tais direitos não fossem de fato universais, pois aplicavam-se apenas aos homens livres e aos cidadãos; mulheres e escravos, por exemplo, não foram mencionados nas declarações.

Ainda sob a mesma linha de raciocínio, pode-se alegar que, foi nesse período, séculos XVII e XVIII, o momento em que as definições da dignidade da pessoa humana começaram a ganhar pertinência. Essa relevância se deu, principalmente, a partir dos pensamentos de dois grandes estudiosos, Immanuel Kant e Samuel Pufendorf (FACHIN, 2009, p. 48).

Ainda que não seja objetivo deste TCC aprofundar-se nas origens do conceito de direito natural no pensamento ocidental e suas variações no decorrer da história, faz-se pertinente, por ora, compreendê-lo como enraizado no pensamento grego (Aristóteles, 384-322 a.C.), envolvido em uma nova roupagem cristã (Tomás de Aquino, 1225-1274) e entendido como um direito ideal, acima do direito positivo, que pressupõe a existência de um ordenamento decorrente da natureza das coisas e não submetido a projetos humanos.

A interligação do direito natural com os direitos humanos é sólida e coerente devido a sua compreensão como sendo universal, inalienável e acima dos direitos estabelecidos por quaisquer leis dos Estados.

No que tange à importância da legitimação e conservação da dignidade humana, a criação da Declaração Universal dos Direitos Humanos, em 10 de dezembro de 1948, foi um avanço ao ser concretizada, adotada e proclamada pela Assembleia Geral das Nações Unidas, em réplica às repugnâncias da Segunda Guerra Mundial (BENITO; GARCIA, 2013).

No entendimento elucidado por Simon (2008), a criação da Declaração veio acompanhada de esperança no refazimento da moral, sendo possível resgatar o fiel significado de humanidade e contradizer os antepassados, ao valorar o cerne humano, sobretudo ao elucidar direitos a estes, além de influenciar, posteriormente, grande parte das Constituições mundiais.

Na contemporaneidade, é em contexto da Conferência Mundial acerca dos Direitos Humanos da ONU, efetivada em Viena no ano de 1993, que idiosincrasias desses direitos foram afirmadas, de maneira formal e cerimoniosamente, em Declaração e em Programa de Ação.

3.1.3 Limitações

Não basta que os direitos humanos estejam previstos em tratados internacionais ou nas Constituições. É preciso que eles sejam respeitados na realidade social, o que só é possível se os Estados se comprometerem a garanti-los e aplicá-los nas relações sociais.

O controle da efetividade nos mostra os resultados concretos das normas jurídicas na vida cotidiana. E, para que sejam instrumento de adaptação social, é necessário estarem em completa sincronia com o seu tempo, refletirem os valores vigentes e serem reconhecidas como legítimas pela sociedade. Apenas assim elas serão verdadeiramente obedecidas, pacificando, integrando e adaptando a estrutura social.

Como vemos diariamente nos meios de comunicação, a efetividade dos direitos humanos é, atualmente, o grande desafio do constitucionalismo. Os países integrantes das Nações Unidas assumiram a obrigação formal de garantir as condições necessárias para que tratados internacionais sejam respeitados em seus territórios. Todavia, nem todos estão dispostos a cumpri-lo plenamente.

Os tratados são uma expressão genérica, variando sua forma, conteúdo, objeto e o seu fim, portanto, para ser considerado tratado é preciso preencher vários requisitos essenciais. (MAIA, 2014).

Além do exposto, o sistema de proteção dos direitos humanos possui quatro dimensões, sendo elas: consenso acerca da necessidade da adoção de projetos de proteção dos direitos humanos; deveres jurídicos que os direitos internacionais impõem sobre os governos; criação de órgãos de proteção e estratégias de monitoramento para a implementação dos direitos já assegurados. (PIOVESAN, 2001). Ou seja, somente a regulamentação não basta, é necessário garantir premissas essenciais para que esses tratados possam se efetivar de fato. Isso significa prover um ambiente democrático com independência de poderes, mecanismos limitadores do poder político e liberdade de imprensa.

A efetividade depende de mobilização popular, da democracia participativa. O papel fiscalizador dos cidadãos e das organizações não- governamentais é essencial para a concretização dos direitos humanos. A sociedade civil organizada tem o dever de protagonizar movimentos em defesa das liberdades públicas, dos direitos sociais, culturais e econômicos. Pode abraçar causas ambientais ou a defesa de grupos vulneráveis, forçando os governos a adotar medidas para solucionar os problemas.

A comunidade internacional também pode pressionar os Estados a respeitar os direitos humanos, aplicando as sanções previstas em tratados internacionais, inclusive a intervenção humanitária. Por outro lado, entidades privadas como a

Anistia Internacional, Médicos Sem Fronteira, Transparência Internacional e Jornalistas Sem Fronteiras assumem a importante missão de denunciar as violações aos direitos humanos perpetradas em todos os países do Planeta.

A ação política dessas entidades tem forçado os governos tomar providências eficazes para combater a violência, a pobreza, o genocídio e a intolerância racial ou religiosa.

Enfim, a efetividade dos direitos humanos não é um problema essencialmente jurídico. É certo que a positivação nas Constituições e tratados internacionais foi um grande passo para a universalização de princípios e compromissos de fortalecimento da dignidade humana sobre todos os povos do Planeta. Mas o principal desafio ainda é o de concretizá-los na realidade social, sobretudo com o fortalecimento da igualdade de oportunidades e a distribuição equitativa das prestações civilizatórias. Para que isso ocorra é preciso a conjunção de esforços das instituições democráticas e da sociedade civil no sentido exigí-los e incorporá-los em sua atuação cotidiana. Afinal a efetividade depende do incondicional exercício da cidadania e da democracia participativa.

3.2 Direitos Humanos, influenciadores e marketing de causas

O interesse no ensinar, no influenciar e no disseminar a temática dos direitos humanos parte da necessidade de formação para cidadania. Compreender que leituras de obras literárias com o aporte metodológico da História e de demais disciplinas, como fez Lynn Hunt em seu livro "A invenção dos Direitos Humanos: uma história (2009)", são um instrumento imprescindível para maior entendimento dos Direitos Humanos.

Meu argumento depende da noção de que ler relatos de tortura ou romances epistolares teve efeitos físicos que se traduziram em mudanças cerebrais e tornaram a sair do cérebro como novos conceitos sobre a organização da vida social e política. Os novos tipos de leitura (e de visão e audição) criaram novas experiências individuais (empatia), que por sua vez tornaram possíveis novos conceitos sociais e políticos (os direitos humanos). (HUNT, Lynn. 2009, p.32.)

Em uma época em que se pode afirmar que mais da metade do planeta já se

encontra presente na internet⁹, é necessário pensar nos processos e produtos que permeiam o nosso cotidiano graças à constante transformação digital. Castells (2003, p.8) explica que atividades econômicas, sociais, políticas e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela internet e em torno dela, ou seja, a tendência é que, cada vez mais, tudo seja agregado dentro deste grande canal de comunicação. Contudo, o canal sem a voz não emite mensagem. Isto é, refletir sobre o meio sem considerar o impacto nas pessoas presentes seria ineficaz, visto que a internet é construída e transformada diariamente por pessoas e para pessoas.

Para aqueles que possuem o acesso à rede, as coisas não melhoram muito. Falar sobre internet na atualidade é vivenciar uma série de violações de direitos humanos, propagação de mentiras e ataques de ódio. Para complementar, é possível afirmar que:

A internet - longe de ser um espaço consensual onde a democracia é celebrada - é marcada por fortes conflitos ideológicos, que são desdobrados e se desdobram no mundo dito "real", com consequências graves, como perseguições a grupos, exposições de intimidade, destruição de reputações, entre outras. (GERALDES; SOUZA; REIS; 2019).

Por esse motivo, é possível perceber a importância dessas redes no que tange a sua permeação dentro dos processos da sociedade. Dentre eles, destacamos os processos comunicacionais que vivenciamos no dia a dia, e ressaltamos a importância que essas ações executam na discussão de temáticas de extrema importância para a população.

Em função disso, o *podcast Melhor Ir à Luta* é criado com o intuito de ser um canal documental para abordar a vivência de micro-influenciadores que abordam pautas de direitos humanos na internet. A ideia de entender essa visão surge diante do contexto social, político e econômico em que o país se encontra, e tem como intuito entender um pouco mais sobre os processos, dificuldades e atividades que os micro-influenciadores executam na linha de frente desse cenário.

⁹ Disponível em:

<<https://www.istoedinheiro.com.br/numero-de-usuarios-de-internet-no-mundo-chega-aos-466-bilhoes/>>
> Acesso em: Setembro de 2021.

3.3 Os influenciadores digitais

Com a criação das redes sociais e a amplificação constante do acesso à internet, era de se esperar que a relação entre o mundo *online* e *offline* se tornasse cada vez mais tênue. Atualmente, viver uma vida 100% desconectada é uma tarefa bastante complicada, visto que a rede é responsável por criar, modificar e retroalimentar diversos processos sociais, culturais, econômicos e políticos das nossas vidas.

A vida é, para muitos de nós, guiada pela internet, que por meio dos seus milhares de algoritmos determinam as tendências para cada pessoa, sugere conteúdos, produtos e informações específicas para cada um. Tal qual a responsabilidade desses códigos, atualmente é possível encontrar na rede usuários que executam funções similares, os influenciadores. Karhawi explica que:

[...] os influenciadores são aqueles que têm algum poder no processo de decisão de compra de um sujeito; poder de colocar discussões em circulação; poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede. (2017, p. 48)

São líderes de comunidades *onlines* construídas a partir da junção de pessoas com as mesmas preferências e interesses, que acabam emergindo na hierarquia do processo de comunicação e desenvolvem, em meio ao grupo, um certo nível de credibilidade e confiança acerca desses conteúdos que os segmentam.

Em meio a essa quantidade inimaginável de conteúdo, fica fácil entender o que levou ao surgimento dessa categoria dentro da rede. O valor deixa de ser atrelado à informação/produto e passa a ser definido por aqueles que conseguiram ascender na estrutura social, antes horizontal e agora vertical, da internet.

Os influenciadores digitais fazem parte de um espaço social de relações marcadas por disputas pelo direito à legitimidade. Assim, “ser influente”, poder dizer algo, ter legitimidade em um campo não é fato dado, mas construído. Para ser capaz de influenciar, em alguma medida, um grupo de pessoas, pressupõe-se um destaque, prestígio; algum tipo de distinção em meio ao grupo. (KARHAWI, 2017, p. 55)

Essa estrutura pode ser definida a partir da dicotomia do transmissor e receptor, em que o influenciador é aquele que retém e transmite o conteúdo e os influenciados são os usuários que seguem e se alimentam dessa informação.

A autora, ao caracterizar esse sujeito, reconhece a existência daqueles que produzem conteúdo efetivamente e de outros que continuam na função de “apenas” consumir. No escopo dos influenciadores digitais, assume-se que há sempre produção de conteúdo. Trata-se de uma condição sine qua non para ser considerado um influenciador, neste cenário. (KARHAWI, 2017, p. 54)

Essa nova estruturação transforma o processo de influência, antes restrito a veículos tradicionais de comunicação e com características bastante similares: unilateralidade do diálogo, não-direcionada e totalmente temporal. Com a mudança do processo para a internet, é possível perceber que as características do novo meio adentram ao processo de influência, e este passa a ser muito menos passivo e cada vez mais reativo com seus públicos.

No âmbito do Marketing, o impacto causado pela utilização dessas pessoas como canais de promoção de produtos já é visto como sucesso se comparado aos meios tradicionais. Silva e Tessarolo (2016) afirmam que os influenciadores digitais geram hoje resultados tão (ou mais) significativos do que um filme de 30 segundos na televisão, algo que aumentará cada vez mais graças ao crescimento constante do acesso à internet.

Em meio a essa diversidade de influenciadores na rede, é possível observar a existência de um processo de sub-categorização que os segrega a partir das características de suas contas. Essas características consistem em indicadores e podem variar entre redes sociais, mas são determinantes para todo o processo de comunicação dentro da internet. Elas podem ser a quantidade de seguidores, número de acessos e/ou visualizações, compartilhamentos, curtidas, comentários, taxas de conversão, alcance, entre outros. Para os propósitos deste trabalho, focaremos em um grupo específico, o de micro-influenciadores.

3.3.1 Micro-influenciadores

Micro-influenciadores são um subgrupo dentro da categoria de influenciadores digitais. No que se refere a sua definição, pode-se perceber a existência de uma variedade de conceitos apresentados em diversas fontes. Agências de marketing, jornais, consultorias de comunicação e revistas são responsáveis pela construção de um vácuo na característica principal que definiria este grupo - a quantidade de seguidores. A autora Silalahi (2021) define que a categorização de micro-influenciador só é atingida por aqueles que apresentam algo em torno de 10 mil seguidores em suas redes sociais; Já Gómez (2019) afirma que o grupo pode ser delimitado dentro do intervalo de 5 mil a 100 mil seguidores; um artigo da revista internacional *Forbes*¹⁰, afirma que a categoria só pode ser aplicada em pessoas que apresentem de 1 mil a 50 mil seguidores; e Hatton (2018) explica que o micro-influenciador tem, na maioria das vezes, menos do que 10 mil seguidores. Para a construção deste trabalho, seguiremos a definição que delimita o intervalo de 5 a 100 mil seguidores.

Entretanto, independente da quantidade de seguidores, todos os autores concordam que, embora exista esse vácuo no número exato que definiria a categoria dos micro-influenciadores, o mesmo possui características que transcendem essa definição, como por exemplo um forte engajamento com o seu público-alvo.

A presença constante dentro da vida dessas pessoas, já estabelecidas dentro de uma comunidade bem definida, estabelece um laço de proximidade maior entre público e influenciador, algo que não costuma ocorrer em pessoas com um número maior de seguidores.

[...] indivíduos que se reconhecem sem se conhecerem verdadeiramente. As micro celebridades criam esta “estranha familiaridade” estando acessíveis, compartilhando informação pessoal com os consumidores, mas estando relativamente distantes em termos de conhecer e conviver pessoalmente. (SENFT, 2008 apud COELHO, 2020, pág. 18)

¹⁰ Disponível em:

<<https://forbes.com.br/negocios/2019/06/por-que-micro-influenciadores-sao-tao-importantes/>> Acesso em: Setembro de 2021.

A necessidade de estar presente e criar essa aproximação entre seus seguidores é fundamental para a construção da credibilidade de um micro-influenciador dentro do seu nicho. Em contraste às grandes celebridades tradicionais, ele precisa usar todas as ferramentas necessárias para alimentar esse vínculo com seu público, sempre explorando as semelhanças encontradas dentro do seu próprio nicho para fortalecer o vínculo de fidelização com os seguidores.

Esse processo de segmentação do público ocorre, na maioria dos casos, de forma orgânica, e isto se deve pelo caráter mais genuíno apresentado no conteúdo dos micro-influenciadores. A visão do seu público, que pode ser organizado como uma micro comunidade dentro do nicho criado, é de que essa característica se constrói a partir do entendimento que o conteúdo abordado pelo micro-influenciador é, de alguma forma, algo de valor para ele, e que, por sua natureza, age como motivação para esse seleto grupo de influenciadores na internet.

3.4 Podcasts

Podcasts consistem em um formato de transmissão de conteúdo sonoro no qual um indivíduo, ou um grupo, é responsável por transmitir uma mensagem acerca de alguma temática de forma massiva na internet. Vanassi (2007) afirma que a palavra foi citada pela primeira vez em um artigo do jornal *The Guardian* e que o vocábulo tenha surgido a partir da junção do prefixo “*pod*”, oriundo do *iPod*¹¹, com o sufixo “*casting*”, vindo da expressão inglesa “*broadcasting*¹²”.

Embora não seja uma forma muito recente de produção de conteúdo *online*, dados da POD Pesquisa 2020¹³, realizada pela Associação Brasileira de *Podcasters*, demonstram que cerca de 48,6 milhões de brasileiros são ouvintes de algum *podcast*, o que consiste em, aproximadamente, 8% da população do país.

Para algumas pessoas, o *podcasting* pode ser visto com um método posterior ao rádio, surgido com o intuito de substituir o antigo formato de transmissão. Embora

¹¹ *iPod* era um tocador de mídia digital fabricado pela empresa *Apple Computer*;

¹² *Broadcasting* é um termo em inglês que significa Transmissão, em português.

¹³Disponível em:

<<https://exame.com/bussola/nas-ondas-do-audio-8-dos-brasileiros-ouvem-podcast-e-tendencia-so-cresce/>> Acesso em: Setembro de 2021.

apresente similaridades ao rádio, Crofts et al. (2005, apud BONINI, 2020, p. 16) explicam que o *podcasting* “representa uma mudança da radiodifusão massiva para uma mídia personalizada, sob demanda”. Em outras palavras, o método de comunicação deixa de ser aplicado em um formato unidirecional para grandes massas de pessoas e limitado por características geográficas (alcance) e tecnológicas (transmissão), e passa a ser um meio de alcance global - via internet - com foco em grupos específicos, geralmente segmentados por características referentes ao meio ou ao conteúdo.

As diferenças nos métodos não determinam, necessariamente, a exclusão de um formato ou de outro, mas sim o encaixe em um processo de remediação, o que Bolter (2001, apud PRIMO, 2005, p. 2) determina que é “[...] quando um novo meio toma emprestado características de um outro anterior”. São adaptações que ambos fazem para se adequar às mudanças constantes ocorridas na sociedade, sejam elas culturais, sociais, tecnológicas, políticas ou econômicas.

Diferentes processos de remediação podem ser encontrados na história da tecnologia e muitos deles são recorrentes em função da própria evolução tecnológica. Em meio a esse contexto de inovações e transformações, LEMOS (2005) complementa que:

O que estamos vendo é uma reconfiguração midiática em que ambos os formatos permanecem e têm seus nichos de usuários assegurados. É muito bom poder baixar um programa à la carte, mas também é muito bom ouvir um programa massivo no carro ou os comentários dos jogos de futebol nos estádios em tempo real com um radinho de pilha. Usuários com papéis diferenciados, funções diferenciadas e mídias diferenciadas. Não se trata da substituição de um formato por outro, já que os dois sistemas suprem necessidades não concorrentes: o rádio massivo coloca o ouvinte em sintonia com uma esfera coletiva; a emissão personalizada permite escolhas de acordo com o gosto pessoal, além de um controle do espaço e do tempo da audição (LEMOS, 2005 apud VANASSI, 2007, p. 59)

Consequentemente, a mudança do meio impacta também na evolução dos processos que o circulam. Neste sentido, a chegada do *podcasting* trouxe consigo uma nova gama de possibilidades com as suas aplicações.

[...] o podcast está a ser utilizado nos mais variados contextos, sejam eles no âmbito dos negócios como forma de disponibilizar o conteúdo de reuniões, programas de telejornais e entretenimento, programas de carácter

científico e também na educação onde esta ferramenta começa a ser utilizada com sucesso crescente para a transmissão e disponibilização de aulas em especial na formação a distância, tanto na Europa como nas Américas. (BARCA, A. [et al.], 2007, p. 840).

Cada vez mais novos nichos de conteúdos vêm sendo estruturados neste formato graças a facilidade de criação e reprodução da mídia no cotidiano das pessoas e, assim como a evolução tecnológica atua como agente de mudança em diversos processos, essa inserção constante de novas ideias poderá executar o mesmo papel no formato.

3.4.1 Sobre as características dos *Podcasts*

As características dos *podcasts* podem ser exploradas tanto a partir de um ponto de vista do próprio método, quanto relacionando-as às características das tecnologias que as circulam.

Neste caso, em uma comparação direta com o rádio, veículo considerado precursor ao *podcast*, é possível perceber grandes diferenças existentes entre ambos os meios de comunicação. O rádio, veículo já consolidado dentro da sociedade e escutado por cerca de 78% da população brasileira, conforme aponta estudo da Kantar IBOPE Media¹⁴, é um veículo dependente de um transmissor e receptor, ainda que o receptor esteja dentro da área de alcance do seu transmissor. Além disso, é um formato de comunicação que prende o ouvinte a uma escuta contínua e não programada, totalmente presa ao tempo e à agenda de terceiros. No *podcast*, a estruturação desse processo é feita de uma forma completamente diferente, em que o ouvinte está preso apenas à necessidade de ter um aparelho que reproduza o áudio e o acesso à internet. A escuta é feita de acordo com a vontade do ouvinte, que é responsável por identificar as temáticas que mais lhe interessam e, em alguns casos, até os locutores que mais lhe agradam. Primo complementa sobre esse meio de comunicação da seguinte forma:

Um ouvinte pode estocar diversos programas em seu computador, MP3 player, celular ou handheld para escutar no momento que mais lhe convier. Em contraste com o rádio, em uma viagem de ônibus, por exemplo, não

¹⁴ Disponível em:

<<https://www.kantaribopemedia.com/78-dos-brasileiros-ouvem-radio-aponta-estudo-da-kantar-ibope-media/>> Acesso em: Setembro de 2021.

existe problema de sintonia e se pode escutar apenas o que interessa, já que o ouvinte carrega consigo todos os programas que escolheu por antecedência. Da sintonia passa-se para o estoque de programas” (PRIMO, 2005, p. 14)

A produção de um *podcast* é outra característica contrastante em relação à rádio e que vale a pena ser avaliada. Enquanto rádios se mostram como investimentos caros, que necessitam de estúdios e equipes especializadas em diversas etapas para produção e elaboração das transmissões, nos *podcasts*, a situação é completamente diferente. Gallego (2005 apud Bonini, 2005, p.16) “defendeu que o *podcasting* estava permitindo o ressurgimento de um modelo ‘artesão’ de fazer rádio”. Essa crítica se constrói baseada na visão de que a produção de um *podcast* não se enquadra no mesmo processo de uma rádio. Em muitos casos, um computador, um *software* de edição gratuito e um microfone são o suficiente para qualquer pessoa com acesso à internet, criar o seu próprio conteúdo e divulgá-lo para milhares de ouvintes.

Perdem força as mediações tradicionais realizadas pela indústria da música e do entretenimento, organizada em torno de paradas de sucessos, grandes vendas de discos e veiculação de conteúdos de forma sincrônica; ganham terreno a pluralidade nas representações artísticas, as redes transnacionais de identidades culturais, a interação social mediada, as transmissões radiofônicas assíncronas e as novas formas de audição. (HERSCHMANN, Micael. KISCHINHEVSKY, Marcelo. 2008, p. 104).

A produção passa a ser um processo mais simples, longe da burocracia de uma produção radiofônica, e permite mais liberdade na criação e na abordagem de temáticas. Herschmann e Kischinhevsky (2008, p. 103) complementam essa afirmação quando dizem que “um fator de sedução é a ausência de regras rígidas nos *podcasts*”. Não há padrões de locução ou restrições em termos de linguagem e temas abordados.” A delimitação do público se dá pelo interesse em relação ao conteúdo, à forma de apresentação e aos apresentadores dos programas.

O alcance é outro fator de extrema relevância no que tange ao *podcasting*. Por usar a internet como canal de distribuição, e não mais a relação transmissor-receptor vista em aparelhos de rádio, a possibilidade de atingir novos públicos em diferentes localizações aumenta exponencialmente o público ouvinte alcançado em cada programa. A barreira deixa de ser geográfica e passa a ser

referente ao acesso - às plataformas de reprodução e a internet - e ao conteúdo em si.

Como é possível perceber, o ecossistema em que os *podcasts* se desenvolvem possuem uma grande influência na propagação da mídia. Tal qual a internet, o *podcasting* se constrói a partir de uma lógica de acessibilidade constante, instantânea e totalmente atemporal. Esse ecossistema permite ainda um contato direto entre ouvinte e locutor, seja por meio dos canais de transmissão ou pelas redes sociais presentes na internet.

Atualmente, o próprio processo de *podcasting* vem passando por algumas mudanças em seu formato. É possível observar, além das produções gravadas e editadas previamente, com lançamento completo em dias pré-determinados, a produção de conteúdos audiovisuais ao vivo que são transformados posteriormente em programas de áudios. Isso confirma a ideia de que novas ideias dentro do meio retroalimentam a própria estrutura que a define, e com isso, percebe-se suscetibilidade do meio de se reinventar constantemente.

Nosso percurso teórico abrangeu a invenção dos direitos humanos, a sua constante construção por meio de lutas, a distância dessa temática do público não especializado e o surgimento de micro-influenciadores como moderadores, instigadores, provocadores da discussão sobre esses direitos, em alguns casos. O *podcast* foi escolhido como veículo para o diálogo e a troca com esses micro-influenciadores, a fim de enxergar:

- a) Como compreendem os direitos humanos;
- b) Como compartilham o conceito desses direitos com seus públicos;
- c) Os limites e possibilidades de sua atuação.

A seguir, veremos como essas questões foram organizadas na produção dos podcasts, e as etapas de produção que percorremos.

4. ETAPAS DE PRODUÇÃO

As etapas de produção se deram por um intenso processo de diálogo, de estudo, de pesquisas e de buscas de referências para que fosse viável construir um produto final em que ficássemos satisfeitos com o resultado. Desde o início, nos

preocupamos em como seria possível abordar a temática "Direitos Humanos e micro-influenciadores" em um produto que pudesse ser acessível, moderno, e que nos permitisse ter liberdade no processo de criação. A partir dessas necessidades, decidimos então que o formato mais adequado para o produto seria a criação de um *podcast*. Isto se deve em função das características do formato, que dentre as diversas opções da esfera audiovisual, apresenta maior facilidade para gravação e edição, algo de extrema importância visto o cenário atual de restrições em função da pandemia de covid-19. Além disso, ambos os autores do projeto apresentavam experiência no formato, tanto por terem executado alguns trabalhos ao longo da graduação, quanto por terem um contato constante com o tipo de mídia no seu dia a dia.

Pensando na melhor forma de se executar esse projeto no intervalo de tempo apresentado, dividimos o projeto em três etapas: pré-produção, produção e pós-produção, as quais explicaremos a seguir.

4.1 Pré-produção

Durante a pré-produção, o primeiro passo foi fazer um *brainstorming* para entender as nossas necessidades, desejos e definir o escopo do projeto. Neste momento, destrinchamos todas as tarefas necessárias para a execução do trabalho, começando com uma busca por referências audiovisuais que nos ajudassem a pensar na melhor maneira de estruturar o *podcast*; refletindo sobre a forma que apresentaríamos o nosso conteúdo; iniciando os esboços preliminares da identidade visual que representaria melhor a nossa ideia; e pensando em possíveis nomes para o projeto.

Após essas etapas, focamos no formato do projeto e estabelecemos que seriam realizadas entrevistas com convidados para conversas sobre uma temática central dentro de um grande escopo que englobaria os direitos humanos. Essas conversas seriam construídas dentro de um intervalo de 10 a 30 minutos, e explorariam o contexto que essas pessoas se encontram dentro da internet, abordando as características das suas respectivas lutas, as dificuldades encontradas e as experiências adquiridas.

Em paralelo à idealização das diretrizes do *podcast*, iniciou-se também a produção deste memorial, que serviria como arcabouço teórico para a produção das demais etapas do projeto. Neste momento, foi estabelecido que o foco inicial seria a elaboração do referencial teórico do projeto, etapa essencial para o entendimento dos conceitos que seriam guias para a criação dos roteiros, da identidade visual, do planejamento e das demais etapas encontradas no escopo inicial do trabalho.

Em seguida, dedicamo-nos ao nome do projeto. Definimos que precisava ser algo simples e direto, que representasse movimento, resistência e luta. Durante uma reunião de *brainstorming*, o "Melhor ir à Luta" surgiu em meio a outras sugestões e foi o que mais se destacou. Com o nome decidido e alguns esboços iniciais em mãos, deu-se início à criação da identidade visual que apresentaremos a seguir.

4.1.1 Identidade Visual

A logo foi constituída por uma ilustração de dois punhos se chocando, conforme a imagem apresentada a seguir, fazendo alusão a um movimento em conjunto, um encontro entre duas partes. Além disso, por se tratar de um projeto com potencial para abordar uma série de sub-temas dentro da temática central direitos humanos, optamos por um traço mais minimalista na criação da identidade, de fácil reconhecimento e que pudesse ser aplicado em diferentes contextos.

A delimitação das cores tinha como objetivo apresentar um contraste confortável àqueles que a vissem, sempre remetendo ao sentimento de luta ou movimento entre dois pontos. O cinza escuro agiu como um meio termo entre as demais cores, servindo com um espaço de respiro entre as outras duas cores escolhidas - vermelho e amarelo. O vermelho no tom apresentado teve como objetivo remeter a um estado de força e poder. De acordo com Heller (2014, pág. 104) a cor "está marcada por duas vivências elementares: o vermelho é o fogo e o vermelho é o sangue," ambos elementos que se encontram com as características desejadas. O amarelo trouxe consigo o sentimento da alegria e do movimento. Para Heller (2014, pág 159), a cor remete à experiência mais elementar que temos: o sol. O seu poder de alimentar a vida e o seu ciclo de aparecimento/desaparecimento aliam-se às outras características que queremos agregar à identidade do projeto.

A junção das cores e das suas características é responsável por corroborar o sentimento que desejávamos transmitir com a identidade do projeto, sempre contrastante, como já relatado, em movimento e luta.



Figura 1: Logo do projeto.



Figura 2: Código das cores

A família tipográfica escolhida teve como objetivo remeter aos mesmos valores apresentados na escolha da paleta de cores. A tipografia principal é a Hackney, e é construída em caixa alta e com um certo tom de imperfeição, como se fosse manuscrita com pincéis de cerda. Foi usada dessa forma pensando também no contraste direto com a tipografia auxiliar, a Futura, apresentada em caixa baixa e sempre em um tamanho menor em relação à principal na construção da logo. Ambas as tipografias estão apresentadas a seguir.



Figura 3: Família Tipográfica Hackney. Fonte: DaFont

Futura PT Bold </>

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Figura 4: Família Tipográfica Futura. Fonte: Adobe Fonts

4.2 Produção

Paralelamente ao passo em que fomos adaptando e dando forma à primeira versão da identidade visual do *podcast*, iniciou-se a segunda etapa do desenvolvimento do produto, na qual definimos os convidados do programa, estruturamos os episódios, esboçamos o roteiro e, por fim, realizamos as gravações. Foi definido que os convidados deveriam se encaixar no perfil de micro-influenciador e utilizar as redes sociais para debater pautas de direitos humanos.

Paralelamente à escrita deste memorial e à finalização de algumas etapas da pré-produção, deu-se início à execução da produção do *podcast*. Este momento iniciou-se a partir da definição das pautas que iríamos abordar e quem seriam os convidados escolhidos para as gravações dos episódios, levando em consideração duas características principais: a categorização dentro dos parâmetros de um micro-influenciador e o uso das redes sociais - principalmente o Instagram, como uma plataforma para promoção do debate acerca de pautas de direitos humanos.

Para o primeiro episódio escolhemos o Matheus Carvalho (Instagram: @militantecansado). Ele possui cerca de 57,7 mil seguidores e aborda temáticas

diversas em suas redes sociais, mas sempre dentro do escopo político-social, bem como pautas relacionadas aos direitos humanos, dentro e fora da rede.

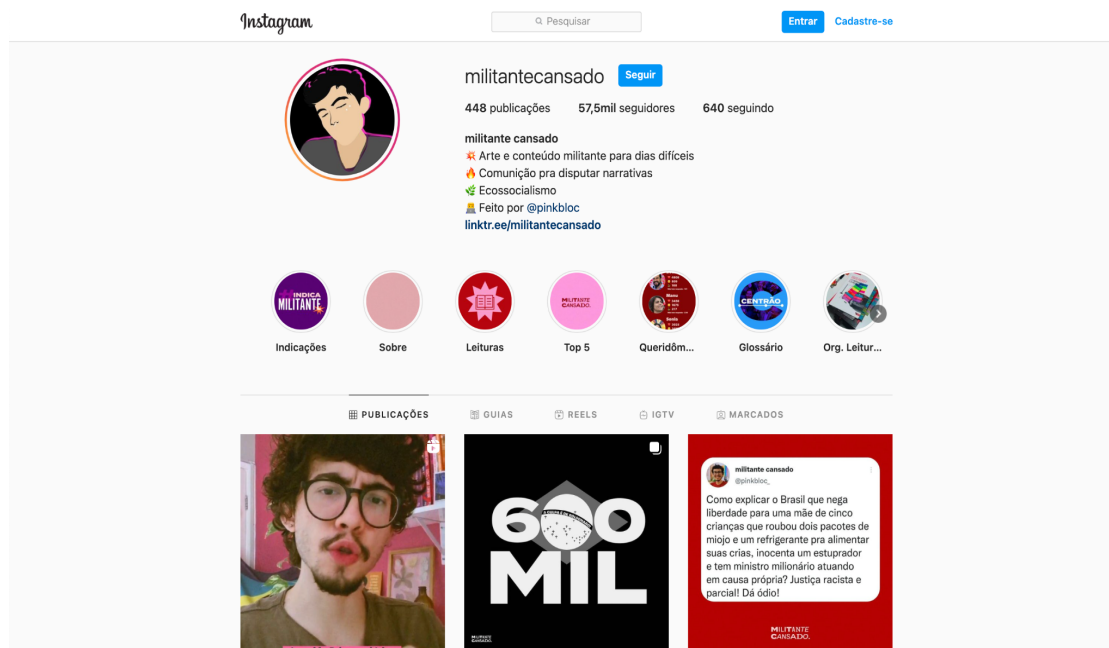


Figura 5: perfil no Instagram do @militantecansado

Para o segundo episódio, convidamos a @onlyfuego, uma DJ e cantora com cerca 22,5 mil seguidores e muito presente nas redes sociais. Além de abordar conteúdos sobre o seu dia a dia e suas vivências, utiliza seu perfil, constantemente, como meio para protestar em prol de diversas causas relacionadas aos direitos humanos.

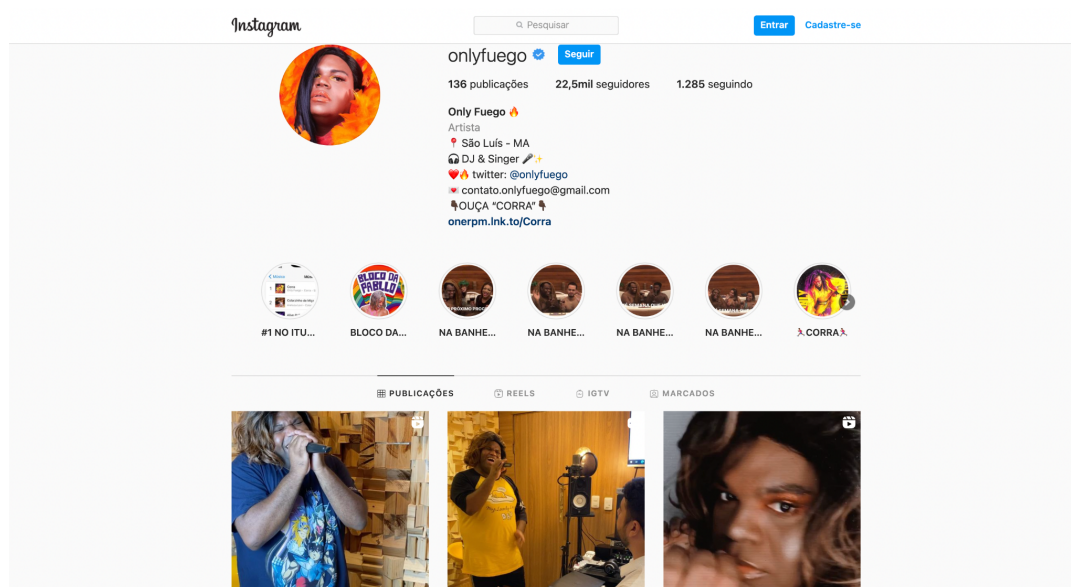


Figura 6: perfil no Instagram do @onlyfuego

Após a definição dos convidados, seguimos para a etapa de elaboração dos roteiros, os quais foram criados a partir de uma estrutura de perguntas norteadoras, que serviram como um guia para a construção das indagações utilizadas durante as gravações. A estrutura dos episódios, bem como os roteiros completos, podem ser encontrados anexados ao final deste projeto.

Com os roteiros prontos, demos início às fases de gravação dos *podcasts*. A primeira etapa foi a gravação do epílogo do projeto, utilizado como um teste para o método que foi aplicado nos demais episódios. A gravação foi feita à distância por meio do aplicativo *Discord*, uma ferramenta gratuita que permite a criação e a gravação de um grupo de conversas. Após a execução do teste, foi marcado o horário com os demais convidados para a gravação dos respectivos episódios.

4.3 Pós-produção

Finalizado o processo inicial, seguimos para a fase de pós-produção do projeto. A primeira tarefa desta nova etapa consistiu em executar uma breve análise da qualidade do material obtido e da edição do primeiro corte dos episódios. Importante frisar que após a análise preliminar dos materiais, alguns trechos precisaram ser regravados em função de situações externas como qualidade da internet e uso de equipamentos não-profissionais para gravação.

A segunda tarefa desta etapa teve o foco na distribuição do *podcast*. Foi definido que o lançamento do material seria feito por meio de dois sites: *Anchor*, uma ferramenta gratuita que disponibiliza o conteúdo na plataforma *Spotify*; e pela pelo SoundCloud, plataforma gratuita de publicação de áudio.

A terceira e última tarefa da etapa de pós-produção se refere à divulgação do projeto. A estratégia criada consistiu na disseminação do *podcast* por meio da rede social de parceiros, micro-influenciadores, grupos da universidade, páginas voltadas para temáticas de direitos humanos, grupos de *whatsapp*, entre outros. Escolhemos essa estratégia por acreditar que a criação de perfis em redes sociais não traria bons resultados de engajamento e alcance em um intervalo de tempo tão curto. Em função disso, pensamos que trabalhar parcerias com personalidades e páginas

específicas seria uma alternativa melhor, visto que estaríamos interagindo com bases de seguidores cada vez maiores, mais segmentadas e consolidadas.

Por fim, para auxiliar na divulgação do projeto, foram criados os seguintes materiais para disseminação do *podcast* nas redes sociais e para adequação dos episódios dentro das diretrizes da identidade visual criada nas plataformas de streaming em que serão lançados.



Figura 7: Capa de perfil do podcast "Melhor ir à Luta" para as plataformas digitais.
Fonte: Elaboração própria



Figura 8: Capa do episódio #00 do podcast "Melhor ir à Luta" para as plataformas digitais.
Fonte: Elaboração própria



Figura 9: Capa do episódio #01 do podcast "Melhor ir à Luta" para as plataformas digitais.
Fonte: Elaboração própria



Figura 10: Capa do episódio #02 do podcast "Melhor ir à Luta" para as plataformas digitais.
Fonte: Elaboração própria

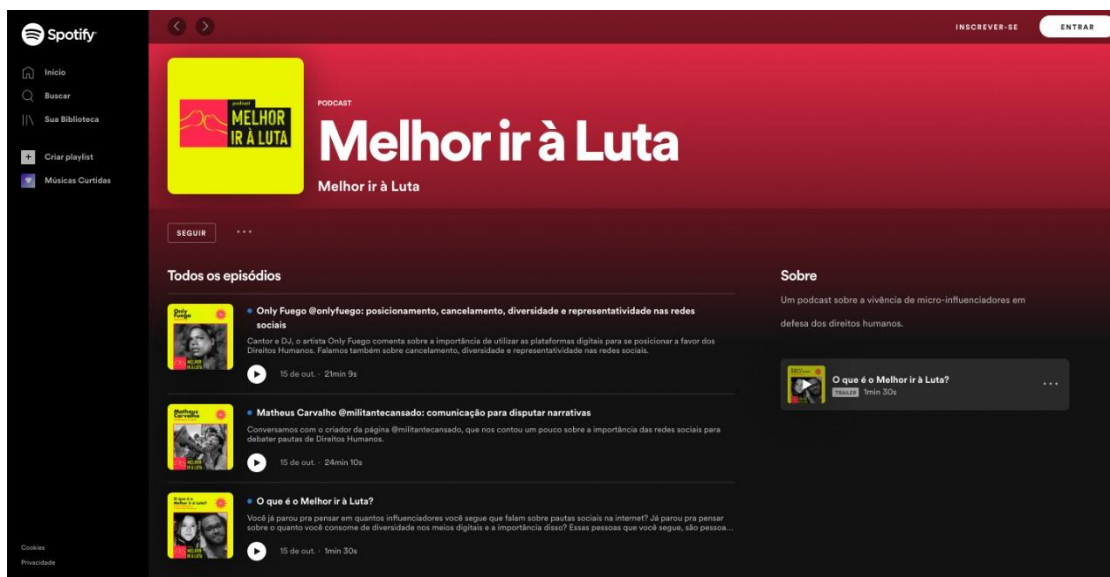


Figura 11: Print dos episódios publicados na plataforma Spotify. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/7KYQEn3UeWTIRZmUuertj?si=dacd375dbe8748e5>

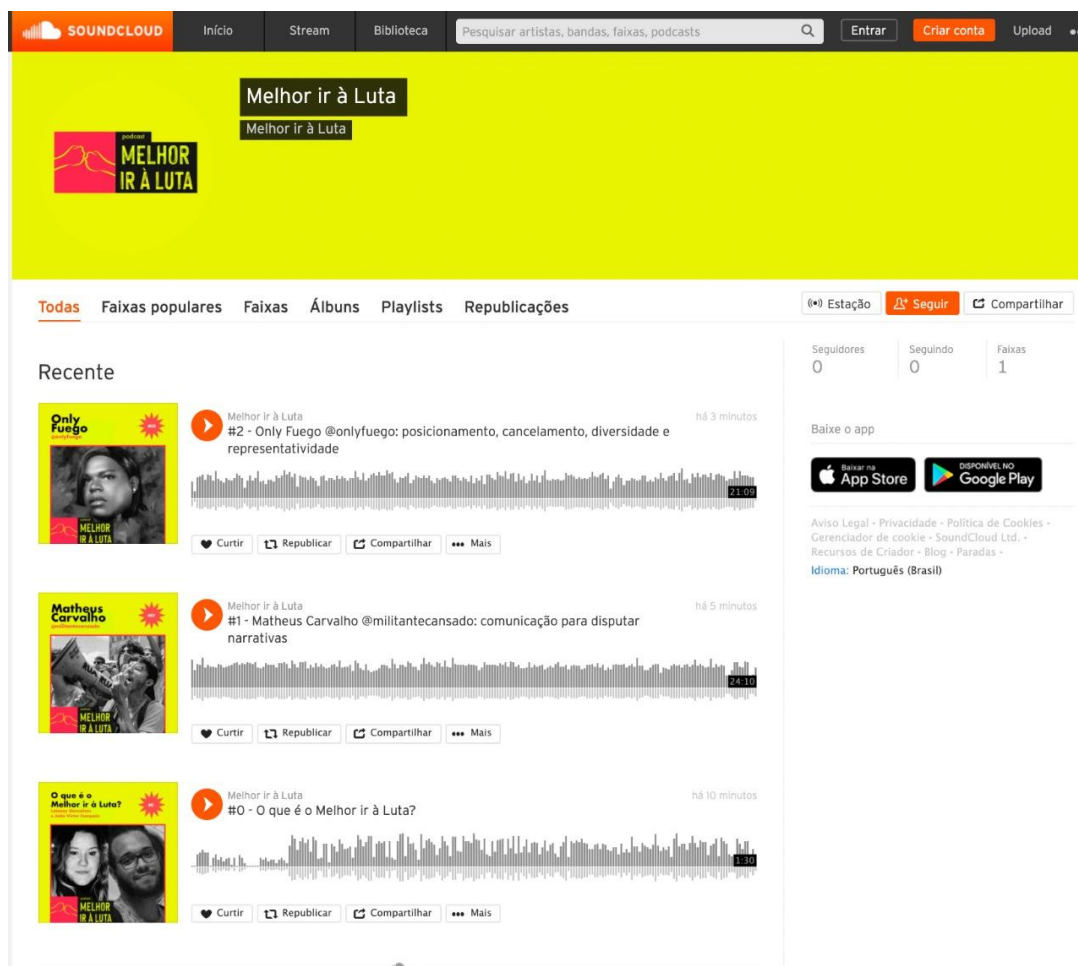


Figura 12: Print dos episódios publicados na plataforma Soundcloud. Disponível em: [Stream música de Melhor ir à Luta | Ouça a músicas, álbuns, playlists gratuitamente online no SoundCloud](#)

Resumo - etapas de produção		
Pré-produção	Produção	Pós-produção
Definir tema	Definir convidado	Análise do material
Buscar referências	Estudar a pauta e o convidado	Edição preliminar
Definir formato e duração dos episódios	Criar estrutura do episódio	Decupagem
Definir nome e identidade visual do projeto	Agendar entrevista com convidado	Criação de peças gráficas para divulgação
	Criar roteiro final	
Elaborar roteiro-guia	Gravação	Criar síntese dos episódios
Planilha - controle de produção		Publicação e divulgação

5. CRONOGRAMA

Neste tópico, apresentamos um breve cronograma de execução de nosso produto, para compreensão do tempo gasto em cada etapa/atividade.

Cronograma de execução		
AÇÃO	INÍCIO	TÉRMINO
Definição do tema	22/06	05/08
Redação do memorial	06/08	01/10
Pré-produção	16/08	25/09
Produção	26/08	25/09
Pós-produção	25/09	15/10
Defesa	27/10	19/11

6. ORÇAMENTO

Nesta etapa apresentamos um breve orçamento baseado em valores de mercado atuais para cada atividade executada ao longo do desenvolvimento deste projeto.

Descrição	Valor de mercado	Valor gasto
Roteiro	± R\$ 500,00	R\$ 0,00
Identidade visual	± R\$ 500,00	R\$ 0,00
Cachê convidado	± R\$ 200,00	R\$ 0,00
Equipamentos & Software	± R\$ 10.000,00	R\$ 0,00
Edição	± R\$ 2.000,00	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 13.200,00	R\$ 0,00

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na jornada de produção deste TCC, percebemos que os direitos humanos são uma construção relativamente recente e de grande impacto nas sociedades modernas, mas que constituem um projeto inacabado. Os direitos humanos são valorizados e legitimados por quem já usufrui deles, mas estão muito distantes de uma parte da população vulnerável que mal os conhece, e tampouco se sente contemplada por eles.

Aprendemos que quem ajuda a dar forma a esses direitos e a consolidá-los, são as lutas sociais. É por meio da luta que eles saem do papel e passam a incorporar as práticas sociais. Hoje a busca pelos direitos humanos tem um grande aliado que é a internet, ao mesmo tempo que é um desafio. As conexões proporcionadas pela Rede permitem a troca de ideias, as denúncias, a busca da representatividade, a organização e mobilização de demandas sociais. No entanto, a internet também é espaço de grandes violações de direitos, em que os discursos de ódio e a falta de segurança e privacidade estão muito presentes. Nesse campo de

batalhas, os micro-influenciadores surgem como agentes de mobilização, muitas vezes trazendo visibilidade e resistência.

Um dos grandes desafios deste trabalho foi o da linguagem, considerando a necessidade de produzir *podcasts* atraentes e acessíveis, os quais aproximassem públicos diversificados. Percebemos que a linguagem, nesse tipo de produto, é uma combinação entre a trilha sonora, as falas dos entrevistadores e entrevistados e a elaboração visual do projeto, com a escolha das imagens, fontes e cores. Tudo isso faz parte de um processo de conquista e engajamento.

O segundo desafio foi o de planejar a divulgação. Nesse momento, foi necessário aprofundar a definição dos públicos do projeto, traçar estratégias e escolher o conteúdo e a abordagem das mídias sociais. Acreditamos que este processo ainda está em andamento, visto que um produto de TCC não termina com o ponto final, mas continua até a sua ampla circulação. Para vencer este desafio, em vez de criarmos nossas próprias mídias, sugerimos a utilização das mídias dos micro-influenciadores, pois eles já possuem o conhecimento e a experiência de como atingir os seus públicos.

O terceiro desafio que apontamos foi o das condições de produção. Embora a hipervalorização do ambiente digital trazida pela pandemia facilite alguns aspectos da produção, como as entrevistas realizadas remotamente, há um esgotamento pessoal envolvido no trabalho remoto. O tempo também foi um fator de estresse, visto que os semestres foram encurtados desde o início da pandemia.

Apontamos como grandes conquistas do projeto a realização de um produto com uma temática de grande relevância social, capaz de reunir diferentes aprendizados desenvolvidos ao longo do curso, como planejamento, entrevistas, produção de *podcasts* e identidade visual. Outra conquista, em nossa opinião, foi o aprendizado de trabalhar em dupla. Nós nos complementamos, nos apoiamos e até entramos em conflito, o que foi indispensável para concluir, da melhor forma possível, este projeto de curso e de vida. Enfim, fomos à luta.

8. REFERÊNCIAS

63% dos brasileiros são a favor dos direitos humanos. Disponível em: <https://www.ipsos.com/pt-br/63-dos-brasileiros-sao-favor-dos-direitos-humanos> Acesso em: Outubro de 2021.

78% dos brasileiros ouvem rádio, aponta estudo da Kantar IBOPE Media. Disponível em: [78% dos brasileiros ouvem rádio, aponta estudo da Kantar IBOPE Media | Kantar IBOPE Media](https://www.kantar.com/pt-br/78-dos-brasileiros-ouvem-radio-aponta-estudo-da-kantar-ibope-media) Acesso em: Setembro de 2021.

ARENDDT, Hannah. As Origens do Totalitarismo. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

ARDONDE, A. G. U.; SILVA, M. O. S. Projetos humanos: o podcast como uma nova ferramenta de rememoração do passado. Revista dos Trabalhos de Iniciação Científica da UNICAMP, Campinas, SP, n. 26, 2018. DOI: 10.20396/revpibic262018158. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/eventos/index.php/pibic/article/view/158>. Acesso em: Outubro de 2021.

BARCA, A. [et al.], ed. lit. – “Congreso Internacional Galego-Portugués de Psicopedagogía : libro de actas”. A Coruña : Universidade, 2007. p. 837-846.

BENITO, Kelen Campos; GARCIA, Bruno Souza. BREVES EXPOSIÇÕES SOBRE OS DIREITOS HUMANOS. UNIEDUCAR, Fortaleza- CE, 2013/2018.

BOBBIO, Norberto. A Era dos Direitos. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.

Brasil registra um caso de feminicídio a cada 6 horas e meia. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2021/07/4937873-brasil-registra-um-caso-de-feminicidio-a-cada-6-horas-e-meia.html>. Acesso em: Outubro de 2021.

CASTELLS, Manuel. A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COELHO, Cristiano Pereira. A Papel da TRA no processo de tomada de decisão do consumidor: Uma análise das micro celebridades no Instagram. 2020. Dissertação (Mestrado em Marketing) - Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho, Braga, Portugal. 2020

COELHO, Inocêncio Mártires. Interpretação constitucional. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

COMPARATO, Bruno Konder. Direitos humanos: a teoria: A origem e a história dos direitos humanos: a discussão contemporânea. 1 ed. Brasil: [s.n.], 2016. 4 p.

CUNHA, Alexandre Sanches. Todas as Constituições do Brasil – Edição Comentada. Campinas/SP: Bookseller, 2001.

DALMO, Dallari. Direitos humanos: histórico, conceito e classificação. 2014. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/militantes/dalmodallari/dallari_dh_historico_conceito_classificacao.pdf> Acesso em: Outubro de 2021.

Denúncias de crimes cometidos pela internet mais que dobram em 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/02/09/numero-de-denuncias-de-crime-s-cometidos-pela-internet-mais-que-dobra-em-2020.ghtml>. Acesso em: Outubro de 2021.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

FACHIN, Melina Girardi. Fundamentos dos direitos humanos: Teoria e Práxis na Cultura da Tolerância. 1 ed. [S.L.]: Renovar, Rio de Janeiro – RJ, 2009.

FILHO, Vladimir Brega. Direitos fundamentais na Constituição de 1988 – conteúdo jurídico das expressões. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2002, p. 38

FREIRE, Paulo. Pedagogia da Autonomia: Saberes necessários à prática educativa. 12.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GERALDES, Elen. SOUSA, Janara. REIS, Ligia Maria. Internet e direitos humanos no Brasil: Conflitos e impasses. In: _____. (org.). Internet e Direitos Humanos no Brasil: Cenários e perspectivas. Brasília: Universidade de Brasília - UnB, Faculdade de Comunicação, 2019.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2002.

GÓMEZ, A. R. (2019). Digital fame and fortune in the age of social media: A classification of social media influencers. **aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación**, 19(19), 8-29, 2019.

HATTON, Georgia. Micro-influencers vs Macro-Influencers. Disponível em: <https://www.socialmediatoday.com/news/micro-influencers-vs-macro-influencers/516896/>. Acesso em: Outubro de 2021.

HELLER, Eva. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. 1º Ed. São Paulo: Garamond. 2014.

HERSCHMANN, Micael. KISCHINHEVSKY, Marcelo. A "geração podcasting" e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. Revista FAMECOS, 15(37), 101-106. 2008.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. S. Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa. Elaborado pelo Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

HUNT, Lynn. A invenção dos direitos humanos: uma história. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. Revista *Communicare*, SP, V. 17, págs. 46-61, 2017.

LOURES, Alexandre. CASTRO, Flávio. Nas ondas do áudio: 8% dos brasileiros ouvem podcast e tendência só cresce. 13 mar. 2021 Disponível em: [Nas ondas do áudio: 8% dos brasileiros ouvem podcast e tendência só cresce | Exame](#) Acesso em: Outubro de 2021.

MAIA, Bruna M. P. Tratados internacionais de direitos humanos no ordenamento jurídico brasileiro. 2014. Monografia (Graduação em Direito) - Faculdade de Ciências Jurídicas da Universidade Tuiutu do Paraná, Curitiba, 2014.

MAHAJAN, Rachna. GUPTA, Shiromani. Role of Micro-Influencers in affecting behavioural Intentions. **International Journal of Recent Technology and Engineering**. v. 8, n. 4S5, 2019.

MARMELSTEIN, George. Curso de Direitos Fundamentais. São Paulo: Atlas, 2008.

MINAYO, M.C.S. Técnicas de pesquisa: entrevista como técnica privilegiada de comunicação. In: O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2010, pág 261-297.

MIZANZUK, Ivan. Histórias reais sobre pessoas reais. Disponível em: <https://www.projetohumanos.com.br/sobre/>. Acesso em: Outubro de 2021.

MORAES, Alexandre de. Direitos humanos fundamentais: teoria geral, comentários aos arts. 1º a 5º da Constituição da República Federativa do Brasil, doutrina e jurisprudência. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

Negro tem 2,6 vezes mais chances de ser assassinado no Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2021-08/risco-de-negro-ser-assassinado-e-26-vezes-superior>> Acesso em: Outubro de 2021.

Número de usuários de internet no mundo chega aos 4,66 bilhões. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/numero-de-usuarios-de-internet-no-mundo-chega-aos-466-bilhoes/>> Acesso em: Setembro de 2021.

PÉREZ-LUÑO, Antonio Enrique. La universalidad de los derechos humanos y el estado constitucional. Bogotá. Colombia: Universidad del Externado de Colombia, 2002. p. 106

Podcasts e a crescente presença entre os brasileiros. Disponível em:

<https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>. Acesso em: Setembro de 2021

PIOVESAN, Flávia Cristina. Sistema Internacional de Proteção dos Direitos Humanos. *In*: 1º Colóquio Internacional de Direitos Humanos. São Paulo, Brasil, 2001. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/sip/textos/a_pdf/piovesan_sip.pdf > Acesso em: Setembro de 2021.

PNAD Contínua TIC 2019: Internet chega a 82,7% dos domicílios do país. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/30521-pnad-continua-tic-2019-internet-chega-a-82-7-dos-domicilios-do-pais>> Acesso em: Outubro de 2021.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. *Intexto*, Porto Alegre. v. 2, n. 13, p. 1-23, 2005.

Qual a situação das terras indígenas no Brasil? Disponível em:

<<https://www.politize.com.br/qual-a-situacao-das-terras-indigenas-no-brasil/>> Acesso em: Outubro de 2021.

SCHEIDWEILER, Gerson. VALIQUETTE, Robert. Justiça e inteligência artificial: A reprodução de desigualdades pelas fórmulas algorítmicas. *In*: _____. (org.). *Internet e Direitos Humanos no Brasil: Cenários e perspectivas*. Brasília: Universidade de Brasília - UnB, Faculdade de Comunicação, 2019.

SILALAH, Ayuphita. Micro-influencer celebrity's communication strategy in brand promotion. *Humaniora*. v. 12, n. 1, p. 21-28, 2021.

SILVA, Cristiane. TESSAROLO, Felipe. Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 39, 2016, SP.

SIMON, Pedro. Declaração universal dos direitos humanos: ideal de justiça, caminho da paz. Brasília: Senado Federal, 2008. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/505869/declaracao.pdf>>.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

VANASSI, Gustavo Cardoso. Podcasting como processo midiático. 2007. Monografia do Curso de Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade de Caxias do Sul. 2007.

9. ANEXOS

Anexo I - Controle de produção

Tabela - Controle de produção

Episódio	Título	Formato	Participantes	Duração	Status
#00	Epílogo	-	João Victor e Laianny	Mínima: 1min Máxima: 5min	pós-prod
#01	#01 - Matheus (militantecansado):	Entrevista com convidado	João Victor, Laianny e Matheus Carvalho (@militantecansado)	Mínima: 10min Máxima: 30min	pós-prod
#02	#02 - Onlyfuego	Entrevista com convidado	Laianny, João e Only Fuego (@onlyfuego)	Mínima: 10min Máxima: 30min	pós-prod

Anexo II - Estrutura dos episódios

Episódio #00

Tema: Apresentação do projeto

Duração: Mínima 1 minuto; Máxima 5 minutos.

Participantes: João e Laianny

- Vinheta de abertura
- Apresentação do projeto
- Apresentação João
- Apresentação Laianny
- Encerramento

Questões norteadoras:

- Qual o nome do *podcast*?
- Qual é a idéia do projeto?
- Sobre o que iremos falar?
- Quais são os nossos objetivos?

Episódio #01

Tema: Comunicação para disputar narrativas

Duração: Mínima 1 minuto; Máxima 30 minutos.

Participantes: João, Laianny e convidado

Convidado: Matheus Carvalho (@militantecansado)

- Vinheta de abertura
- Apresentação do convidado
- Perguntas para o convidado
- Fala de encerramento do convidado
- Encerramento

Questões norteadoras para o convidado:

- Quem é o Matheus?
- Como, quando e porque começou com a página @militantecansado?
- Quais as pautas que ele aborda (citar todas)?
- Quais pautas ele considera mais urgentes?
- Porque ele considera importante falar sobre essas pautas?
- O que ele entende como direitos humanos?
- O convidado possui algum momento marcante para compartilhar?
- Tem algo que o convidado gostaria de falar para encerrar?

Episódio #02

Tema: Posicionamento, diversidade e representatividade nas redes sociais

Duração: Mínima 1 minuto; Máxima 30 minutos.

Participantes: João, Laianny e convidado

Convidada: Only Fuego (@onlyfuego)

- Vinheta de abertura
- Apresentação da convidada
- Perguntas para o convidada
- Fala de encerramento do convidada
- Encerramento

Questões norteadoras para a convidada:

- Como ela utiliza as redes sociais para abordar pautas sociais?
- Com quais pautas que ela mais interage e considera urgentes?
- Como ela usa a plataforma da cantora para trazer esses assuntos e qual a importância disso?
- Como ela usa esse espaço para se empoderar e empoderar outras pessoas?
- Para ela, como as redes sociais podem se tornar mais e mais diversas?
- A convidada possui algum momento marcante para compartilhar?
- Tem algo que a convidada gostaria de falar para encerrar?

Anexo III - Roteiros

Roteiro 1 - Epílogo do projeto

[LAIANNY] - Olá! Sejam bem vindos e bem vindas ao podcast melhor ir á luta!

[JOÃO VICTOR] - Eu sou o João, atualmente sou estudante de comunicação organizacional pela Universidade de Brasília, e tô sempre na luta. (aqui a gente pode colocar alguma variação do nome do podcast)

[LAIANNY] - E eu sou a Laianny, sou designer e também estudante de comunicação organizacional, e nós dois estamos sempre na luta.

[JOÃO VICTOR] - E nós seremos apresentadores desse podcast.

[LAIANNY] - Você já parou pra pensar em quantos influenciadores você segue que falam sobre pautas sociais na internet? Já parou pra pensar sobre o quanto você

consome de diversidade nos meios digitais e a importância disso? Essas pessoas que você segue, são pessoas muito famosas ou são consideradas micro-influenciadoras? Pois é, a gente parou pra pensar um pouco sobre isso e ficamos interessados em saber quem são essas pessoas, o porquê delas estarem ali e a importância disso.

[JOÃO VICTOR] - Assim surgiu o "melhor ir à luta", um podcast voltado para levantar esse debate, conhecer essas pessoas, descrever, analisar suas características, seus limites e as possibilidades de quem usa as redes sociais para abordar assuntos de direitos humanos.

[JOÃO VICTOR] - Para falar sobre isso, convidamos algumas pessoas que estão presentes nesses espaços lutando, impactando e resistindo diariamente nesse mundão digital.

[LAIANNY] - Toda semana vamos receber aqui um convidado, convidada ou convidade para conversar e compartilhar com a gente, e com vocês, um pouco sobre como é ir à luta.

[JOÃO VICTOR] - E aí? vamos à luta? Fiquem ligados nas nossas redes sociais e acompanhem esse projeto que vai ser muito bacana e interessante de compartilhar.

Roteiro 2 - Episódio 1: Comunicação para disputar narrativas

Duração: Mínima 1 minuto; Máxima 5 minutos.

Participantes: João, Laianny e convidado

Convidado: Matheus Carvalho (@militantecansado)

[LAIANNY] - Olá ouvinte! Sejam bem vindos, bem vindas e bem vindes ao nosso podcast! Eu sou a Laianny

[JOÃO VICTOR] - E eu sou o João

[LAIANNY] - E hoje vamos trocar uma idéia com um convidado muito especial. O nosso colega, Matheus Carvalho, que é comunicador, fotógrafo, designer, paraibano que vive em Brasília, e criador da página militante cansado.

[LAIANNY] - Oi Matheus! Muito obrigada por estar conversando com a gente hoje!

[Resposta do convidado]

[JOÃO VICTOR] - Matheus, então, a gente queria ouvir inicialmente um pouquinho sobre você e sobre a sua página, como, quando e porque você começou?

[Resposta convidado]

[LAIANNY] - E quais são os tipos de conteúdo que você cria, sobre quais assuntos você fala e as pautas mais presentes no militante cansado?

[Resposta convidado]

[JOÃO VICTOR] - Quais a importância de falar sobre essas pautas?

[Resposta convidado]

[LAIANNY] - Durante essa jornada criando conteúdo para o @militantecansado, você passou por alguma situação que te marcou?

[Resposta convidado]

[JOÃO VICTOR] - Você criou o militante cansado no início da pandemia. Na sua opinião, o que mudou em relação àquele período e agora?

[Resposta convidado]

[LAIANNY] - Matheus, queremos agradecer pela sua presença e pela disponibilidade em vir aqui e conversar com a gente sobre a sua história, sobre suas lutas e sobre o significado do que representa cada uma das suas batalhas.

[Resposta convidado]

[JOÃO VICTOR] - Pra fechar essa nossa conversa de hoje, temos uma última pergunta pra você: Você acha melhor ir à luta?

[Resposta convidado]

[LAIANNY] - Pessoal, esse foi o primeiro episódio do podcast “Melhor ir à luta”. Agradecemos a sua presença e esperamos que vocês tenham gostado de ouvir um pouco mais sobre assuntos tão necessários e importantes, especialmente nos dias de hoje.

Caso tenham dúvidas, ideias ou queiram compartilhar algum pensamento conosco, sigam a gente nas redes sociais (IG).

Roteiro 3 - Episódio 2: Posicionamento, cancelamento, diversidade e representatividade nas redes sociais

[JOÃO VICTOR] E aí, galera. Tudo bem? Estamos começando mais um episódio do podcast Melhor ir à Luta e hoje temos uma convidada muito especial. Eu sou o João!

[LAIANNY] E eu sou a Laianny!

[LAIANNY] E hoje vamos trocar uma ideia com uma pessoa que utiliza MUITO as redes sociais! Ela é uma cantora e DJ que está muito presente no instagram e no twitter, mostrando a vida dela, comentando sobre tudo do mundo do entretenimento e claro... sempre também utilizando esse espaço para debater pautas de extrema importância para a sociedade.

[LAIANNY] Seja bem-vinda Only Fuego! é um prazer receber você aqui, como você está?

[Resposta convidado]

[JOÃO VICTOR] Fuego, você é uma artista e pessoa pública e as redes sociais também são o seu trabalho. Como você utiliza esse espaço para se posicionar

politicamente e a favor da garantia de direitos fundamentais, e porque você considera importante esse tipo de posicionamento?

[Resposta convidado]

[JOÃO VICTOR] Você acha que todo artista deve se posicionar? Ou você acha que tudo bem ser isento, até para não receber críticas?

[Resposta convidado]

[JOÃO VICTOR] E você já recebeu alguma crítica? Já sofreu hate na internet por algum posicionamento seu?

[Resposta convidado]

[LAIANNY] Além dessa questão de se posicionar, hoje a gente reconhece também a importância da representatividade nesses espaços digitais. É muito importante acompanhar artistas e influenciadores que mostram que são pessoas reais e diversas principalmente. Como é pra você saber que você ocupa um lugar de representatividade e diversidade, e que existem pessoas que podem se inspirar em você e principalmente, se sentirem representadas?

[Resposta convidado]

[LAIANNY] Fuego, e como você acha que a gente pode tornar esse ambiente digital cada vez mais diverso?

[Resposta convidado]

[JOÃO VICTOR] Estamos chegando ao final desse episódio, e a gente queria saber se você gostaria de finalizar falando alguma coisa ou compartilhar qualquer sentimento que você tenha a respeito do que a gente conversou.

[Resposta convidado]

[LAIANNY] Ah, incrível. Fuego, muito obrigada pela sua participação, você foi incrível, e pra encerrar, vamos fazer uma última pergunta: Você acha melhor ir à luta?

[Resposta convidado]

[JOÃO VICTOR] É isso, gente, muito obrigada por ouvirem o nosso podcast e não se esqueçam:

[LAIANNY] Vamos à luta! Até mais.