

A memória como valor-notícia e estratégia de engajamento no Facebook¹

Carolina Soares LOBO²
Luciana da Silva DUARTE³
Paulo Henrique Soares de ALMEIDA⁴
Universidade de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

As redes sociotécnicas são espaços digitais de encontro de pessoas que, transcendendo distâncias físicas, partilham vivências e interesses. Nesta pesquisa, elaborada a partir da experiência dos estudantes no jornal-laboratório da disciplina Campus Multimídia, do curso de Jornalismo da Universidade de Brasília (UnB), foi investigado o comportamento e a reação dos seguidores da página do jornal dentro do Facebook. A pesquisa quantitativa pautou-se pela análise de conteúdo e concluiu que as postagens evocativas de memória tiveram maior visibilidade e engajamento, o que pode estar relacionado com o perfil dos usuários e os recursos da própria rede social, que mantém mecanismos destinados a evocar emoções por meio do rememoração das publicações.

PALAVRAS-CHAVE: jornal-laboratório; memória; Facebook; redes sociais.

INTRODUÇÃO

Desde que foi lançado em 2003, o Facebook se consolidou como uma ferramenta essencial para o marketing e jornalismo nas redes sociais. Com mais de 2,94 bilhões de usuários mensais ativos, 166 milhões apenas no Brasil, segundo dados divulgado pelo site Canaltech⁵, a plataforma está em quarto lugar entre as dez redes sociais mais usadas no Brasil em 2022. No entanto, com faixa etária mais ativa entre 25 e 30 anos, de acordo com o site SproutSocial⁶, muitos estudantes de jornalismo que, na universidade, vivem a experiência de trabalhar com esta plataforma de notícias para alunos da graduação, estão encontrando desafios para alcançar o público-alvo e, ao mesmo tempo, produzir conteúdo com a credibilidade que o *ethos* jornalístico exige.

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação e Multimídia, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da FAC-UnB, e-mail: carolinasoareslobo@gmail.com

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da FAC-UnB, e-mail: lsduarte30@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Doutor em Comunicação, Professor Substituto da FAC-UnB, e-mail: paulo.almeida@fac.unb.br

⁵ Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/facebook-volta-a-apresentar-crescimento-de-usuarios-em-2022-215101/>. Acesso em 10.7.22.

⁶ Disponível em: https://sproutsocial.com/pt/insights/new-social-media-demographics-pt_br/ Acesso em 10.7.22.

Neste cenário, como editores e repórteres podem produzir conteúdo capaz de informar o universitário e criar engajamento nesta rede? Esta é a pergunta deste artigo, que tem como objetivo analisar a estratégia de produção de notícias para o Facebook, desenvolvida pelos estudantes da disciplina Campus Multimídia, do curso de Jornalismo da Universidade de Brasília (UnB). A proposta é observar o planejamento editorial utilizado e compreender de que forma os seguidores da página do jornal na rede reagiram em relação aos posts e temas. Quais gêneros, formatos jornalísticos e assuntos tiveram mais alcance entre o público? Quais recursos utilizados pelos estudantes se destacaram?

AS REDES SOCIAIS COMO PLATAFORMAS DE NOTÍCIAS

Quando falamos em rede social, o que vem à mente, em primeiro lugar, são os aplicativos típicos da atualidade como Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram. Contudo, embora no século XXI as redes estejam sempre ligadas a essas plataformas, o conceito é bem mais antigo. Na sociologia, o termo rede social é utilizado para analisar interações entre pessoas, grupos, organizações ou até sociedades inteiras. Laços formados a partir de interesses, temas e valores compartilhados. Em 1954, por exemplo, ao compreender o fluxo das relações entre pessoas em uma ilha na Noruega, o pesquisador britânico J.A Barnes já trabalhava o conceito de redes sociais em seu artigo *Classes e comitês em uma comunidade de uma ilha da Noruega* (MARTINO, 2015). Ou seja, as pessoas já se relacionavam em rede antes, mas essas relações se davam, entre outras formas, dentro de espaços físicos em comum. A internet, no entanto, potencializou esse contato e as redes sociotécnicas ganharam amplitude no mundo globalizado.

Castells (2021) observa que uma rede é um conjunto de pontos, chamados também de nós interconectados. Em uma rede social digital, por exemplo, cada pessoa é um nó. Cada página ou comunidade, por sua vez, é outro nó. “A importância dos nós para a rede aumenta de acordo com sua capacidade de absorver informações mais relevantes e processá-las de maneira mais eficiente” (CASTELLS, 2021, p. 66). O autor reforça que elas têm flexibilidade, são capazes de diminuir ou aumentar o número de conexões, podem operar em vários tipos de configurações e são estruturas abertas em movimento. Não por acaso, a produção, troca, organização e consumo de informações é uma das características principais do mundo contemporâneo. Tanto que, em números, mais de 4.2 bilhões de pessoas utilizam as redes sociais, ou seja, 53,6% da população mundial, segundo relatório Digital 2021 (WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE 2021). De acordo com

o estudo, são mais de 150 milhões de usuários apenas no Brasil, 70,3% de sua população. O país é ainda o 3º no ranking dos que mais usam as redes sociais on-line no mundo, com uma média de 3 horas e 42 minutos por dia, atrás somente da Filipinas e Colômbia.

Cada plataforma tem suas próprias características, dinâmica e, por conta disso, permite tipos diferentes de interações, impactando, inclusive, a imprensa com novos modelos de produção e consumo da notícia, cada vez mais multimídia. Características impulsionadas ainda pelo cenário *mobile first*, onde cada indivíduo pode escolher o lugar, o momento, o conteúdo e o formato que deseja consumir essas informações. Dessa maneira, estudar a interface entre jornalismo e redes sociotécnicas deve-se levar em consideração, principalmente, dois campos: a produção de conteúdo e os novos modelos de consumo que surgem com essas plataformas digitais.

Para Recuero (2009), as redes sociais podem complementar o jornalismo como uma forma de *gatemwatchig*, conceituado pela autora como a “observação daquilo que é publicado pelos veículos noticiosos, no sentido de identificar informações relevantes assim que publicadas” (RECUERO, 2009, p. 11). Segundo ela, com base nas percepções específicas dos membros ativamente engajados, as redes sociais podem produzir, filtrar e reverberar informações que supostamente são relevantes para seus grupos, apontando a relevância das notícias, ampliando seu alcance, agregando valor à informação e até mesmo indicando outras fontes. Desse modo, a autora reitera que as redes sociais mostram as tendências dos valores-notícias utilizados pelo jornalismo.

AS FERRAMENTAS DO FACEBOOK

Em 2003, três alunos de Harvard, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, criaram o Facebook – rede social que, a princípio, só funcionava internamente, no campus da universidade. Posteriormente, Mark Zuckerberg desenvolveu o Facebook como conhecemos hoje e a plataforma chegou ao Brasil em 2007, após receber suporte para a língua portuguesa.

Ao fazer login na página inicial da rede há uma coluna à esquerda com o nome do usuário e, abaixo, os links para amigos, grupos, marketplace e outros. A coluna do meio, chamada de *time-line*, é encabeçada pelos stories mais recentes publicados pelos amigos do usuário e, logo abaixo, a rede convida o leitor a compartilhar o que está pensando.

Da visualização do site, verifica-se que algumas ferramentas disponibilizadas pelo Facebook são: Meta Business Suite, stories, vídeos do reels, feed de notícias, promoção

paga de publicações, plataforma de edição e publicação de vídeos. Entre as ferramentas exploradas com apelo afetivo estão o recurso “relembre este dia”, que consiste em resgatar publicações-memórias referentes àquela mesma data, mas ocorridas em anos anteriores; e o recurso de retrospectiva anual de fotografias, um compilado de publicações fotográficas do usuário, apresentado no final do ano.

Meios de comunicação que optam pelo uso do Facebook como ferramenta de divulgação do conteúdo, de forma geral, exploram a rede inserindo, na time line, notícias publicadas nos respectivos portais, como nas páginas da Folha de S.Paulo e do site Metrôpoles, por exemplo. A apresentação das notícias tem uma ordem parecida: um parágrafo resumindo o assunto ou destacando um aspecto específico considerado relevante, onde nem sempre é o lide, seguido de uma imagem, que pode ser uma fotografia, gráfico, charge, entre outro. Em seguida, há o título da matéria e o *link* para o portal. Em algumas páginas, o *link* vem antes da imagem.

Há espaço para vídeos que são explorados de acordo com a intenção de cada meio. Alguns jornais usam vídeos curtos com característica de *stories* e outros publicam vídeos longos de entrevistas e reportagens. Existe, ainda, uma galeria de fotos que, na maioria das vezes, estará ligada a alguma notícia publicada. A rede mantém aspectos das páginas pessoais, permite a interação dos seguidores com comentários nas postagens e facilita a construção de uma memória coletiva sobre os assuntos publicados.

O FACEBOOK DO JORNAL-LABORATÓRIO DA FAC-UnB

A partir do 5º semestre no curso da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB), os estudantes da instituição podem se matricular na matéria Campus Multimídia e ter contato com o jornal laboratório digital da faculdade, cuja versão online foi criada em 2017. No segundo semestre de 2021, os alunos da disciplina optaram por dividir o jornal laboratório digital em quatro plataformas: Facebook (@campusmultiplataforma), Instagram (@campusonline), Twitter (@campusitofacunb) e site/aplicativo (app.campus.fac.unb.br).

Entre 23 de março e 28 de abril de 2022, período de produção e publicação dos conteúdos produzidos pelos estudantes e o recorte desta pesquisa, eles se dedicaram a elaborar materiais próprios para cada uma das redes, utilizando linguagem objetiva, simples e aproveitando as possibilidades e ferramentas oferecidas pelo suporte. Como o

público-alvo do jornal multiplataforma é a própria comunidade acadêmica da UnB, as matérias trouxeram sempre temas voltados ao universo da instituição.

No entanto, como observado no início deste artigo, o Facebook é uma rede social que deixou de ter seu apelo entre os jovens estudantes que o Campus Multimídia 2021.2 pretendia alcançar. Contudo, a equipe decidiu escolhê-lo como uma das plataformas do Campus Multimídia para suprir a demanda de textos maiores, mais densos e mais explicativos, que contrastam com as informações rápidas fornecidas pelo Instagram e pelo Twitter. Sendo assim, como planejamento editorial, a equipe do jornal-laboratório responsável pela plataforma decidiu implementar colunas de cultura semanais, publicadas toda quinta-feira no *feed* de notícias, e vídeos de entrevistas, publicados toda segunda-feira, entre 23 de março e 28 de abril de 2022.

Na coluna de cultura, houve a preocupação de trazer bastante mídia, como fotos ilustrando a matéria publicada. Foi utilizada uma linguagem simples e de fácil compreensão, além de recursos para captar a atenção do leitor, como perguntas no início ou no final da matéria para promover maior interação. As hashtags também foram colocadas ao final de cada post para melhorar o alcance e, ao final de todo o texto, estavam presentes os créditos de fotografia, edição, coordenação, arte, além dos links direcionando o leitor para as demais redes sociais do Campus Multimídia.

Nos vídeos de entrevistas, a equipe trouxe uma conversa descontraída, com convidados da UnB, alunos e docentes. Apesar de existir uma plataforma de edição no vídeo dentro do Facebook, os estudantes decidiram utilizar Adobe Premiere, por preferência da repórter responsável pela edição. Houve o cuidado de legendar todos os vídeos para promover maior acessibilidade aos telespectadores. Para captar a atenção do público na chamada das entrevistas, era destacado uma frase dita por algum dos entrevistados. O conteúdo também foi composto por hashtags e, ao final, estavam presentes os créditos de repórter, edição, arte e coordenação.

O *Meta Business Suite* foi utilizado para aferir as métricas das publicações e, inicialmente, também foi usado para programar a publicação das colunas. Contudo, a ferramenta não permitia a adição de legendas individuais para cada fotografia postada, recurso disponibilizado pelo Facebook e usado em todas as publicações. Por esse motivo, a equipe recorreu de volta à publicação manual das colunas e dos vídeos, o que gerou oscilações nos horários de publicação.

Os alunos optaram por não fazer stories e reels no Facebook, pois ambas as ferramentas já estavam sendo utilizadas pelo Instagram, onde o alcance e o engajamento do público-alvo com esses recursos são bem maiores. Também não foi utilizada a promoção paga do Facebook, pois a disciplina tem o intuito de fazer com que os alunos tenham experiências com o engajamento orgânico das postagens.

CAMINHO METODOLÓGICO E ANÁLISE

A metodologia utilizada neste estudo é a Análise de Conteúdo, por entendermos que ela permite a descrição sistemática, objetiva e quantitativa, além de possibilitar o agrupamento de características textuais e suas linguagens. Bardin conceitua a Análise de conteúdo como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, obter indicadores quantitativos ou não, que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção” BARDIN, 2011, p. 47). Assim, por meio desta metodologia e observação simples, o artigo verificou de que forma a equipe do jornal-laboratório se adaptou à ferramenta, considerando os seguintes aspectos: frequência, recursos, temas e formas de linguagem.

Entre o período de 23 de março e 28 de abril de 2022, foram publicadas seis colunas de cultura e três vídeos com entrevistas. As pautas das colunas, feitas com cards e texto, foram: o modernismo e a arquitetura da UnB; o projeto de extensão Memória e Ditadura; os gatos como mascotes da universidade; a situação do Centro de Convivência Multicultural dos Povos Indígenas (Maloca) durante a pandemia; o aniversário da UnB, celebrado com destaque para o Jornal Campus; e o projeto Cine Pipoca. Já as pautas dos vídeos de entrevistas foram: o clube do livro da Biblioteca Central da UnB; e literatura fantástica, envolvendo o Instagram @unbruxos, projeto desenvolvido por um aluno da UnB, baseado no universo de Harry Potter.

O segundo passo da análise foi observar as métricas (Tabela 1). Os dados coletados pelo *Meta Business Suite* durante o semestre em que o Campus Multimídia esteve ativo, do dia 7 de março de 2022 ao dia 6 de maio de 2022, foram:

Pauta	Alcance	Engajamento	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos
Modernismo e a arquitetura da UnB	303	83	29	25	12
Clube do livro BCE	227	85	30	19	7
Projeto de extensão memória e ditadura	317	95	39	35	13

Literatura fantástica, Harry Potter e @unbruxos (parte 1)	232	122	34	14	4
Gatos: mascotes da UnB	196	42	17	12	5
Literatura fantástica, Harry Potter e @unbruxos (parte 2)	189	52	19	6	5
Situação da Maloca na UnB durante a pandemia	205	36	13	9	4
Aniversário da UnB: Jornal Campus	627	98	33	14	8
Cine Pipoca	202	24	7	11	3

Tabela 1: métricas das publicações na página do Campus Multimídia no Facebook, extraídas da ferramenta Meta Business Suíte. Tabela feita pelos autores.

Antes do início das publicações da equipe de 2021.2, a página do Campus Multimídia no Facebook contava com 4343 curtidas e 4413 seguidores. No dia 28 de abril de 2022, cerca de um mês depois do início das publicações, a página já tinha ganhado 22 novas curtidas e 24 novos seguidores, totalizando 4355 curtidas na página e 4437 seguidores.

O alcance da página, no dia 28 de abril de 2022, era de 1105 perfis alcançados, sendo que destes, 490 perfis foram alcançados durante o período em que a equipe de 2021.2 esteve à frente da página. Os alunos responsáveis pelo perfil responderam todos os comentários das postagens, com o intuito de estreitar a relação com o público e, consequentemente, aumentar o engajamento. Este, por sua vez, foi consideravelmente maior nas colunas de cultura que nas publicações com os vídeos. Podemos explicar essa diferença pelo fato de que os vídeos tinham longa duração para a linguagem da página (mais de 20 minutos cada), podendo levar o público a perder o interesse. Além disso, houve oscilações nos horários de publicação dos vídeos ocasionados por problemas técnicos da edição, o que pode ter afetado o alcance desses materiais.

Ao analisar a estratégia e resultados, chamou atenção ainda outro recurso importante para o engajamento: publicações de notícias que resgataram a memória. Na coluna de cultura, três matérias foram construídas com base na história e sentimento de nostalgia. São elas: A alma mordenista habita o concreto e as pessoas do Campus Darcy Ribeiro; Existem lugares e pessoas: esperança na juventude e luta contra o negacionismo dentro do Memória e ditadura; e UnB em festa: a história do jornal-laboratório mais antigo do Brasil é nossa!

Neste estudo, compreendemos a memória como sendo “a capacidade de resgatar e preservar determinadas informações essenciais para a elaboração da experiência individual e do conhecimento, de natureza científica, filosófica ou técnica” (CRIPPA *apud* SILVA, 2016, p. 81). Silva (2016) reforça que ela é um elemento norteador para o entendimento da história humana, pois é através da memória que se constrói, tanto a história individual, como a de uma nação, por meio de informações que se perpetuam ao longo do tempo.

A seguir, vamos analisar os recursos de linguagem nos três textos e como a construção da memória foi utilizada para chamar atenção dos leitores.

A alma modernista habita o concreto e as pessoas do Campus Darcy Ribeiro

A coluna publicada no dia 24 de março de 2022 faz um resgate histórico sobre a construção da Universidade de Brasília e as influências do modernismo sobre ela. Para isso, a matéria já evoca, desde o começo, a memória da Semana de Arte Moderna, que ocorreu em São Paulo em 1922 e completou seu centenário em 2022.

A ALMA MODERNISTA HABITA O CONCRETO E AS PESSOAS DO CAMPUS DARCY RIBEIRO

No ano de 2022, é comemorado o centenário da Semana de Arte Moderna, ocorrida em São Paulo em 1922. A fim de provocar rupturas com o tradicionalismo na produção artística brasileira e tentar, ao mesmo tempo, criar uma consciência criadora nacional, a data é um marco importante para a cultura do país.

Haroldo Pinheiro, arquiteto formado pela UnB e professor no IESB, explica que a construção da Universidade de Brasília (UnB) foi fortemente influenciada pelo modernismo. Nesse contexto, o professor, que também é o primeiro presidente do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR), destaca os arquitetos Oscar Niemeyer, autor de alguns dos primeiros projetos do campus Darcy Ribeiro, Lúcio Costa, autor do plano urbanístico da UnB e condutor da arquitetura moderna no Brasil, e Alcides da Rocha Miranda, um dos projetores da Faculdade de Educação, antiga reitoria. “Ao lado desses, alguns dos arquitetos mais jovens já despontavam e realizavam alguns projetos na UnB”, complementa Pinheiro, ressaltando o arquiteto João Filgueira Lima, conhecido por Lelé, e Luís Humberto Martins Pereira.

Aconteceram duas ondas arquitetônicas dentro da UnB. A primeira envolveu construções primordiais, como o ICC, e a segunda incluiu o Restaurante Universitário e a atual reitoria. Essas obras, realizadas pelas mãos de tantos profissionais importantes para a arquitetura moderna brasileira, compõem o que Frederico Luiz de Carvalho, arquiteto formado pela UnB e professor no IESB, considera “um showroom” e “um acervo” da boa arquitetura.

Nos períodos de 1982-1984 e 1999-2010, Carvalho trabalhou na Prefeitura do campus Darcy Ribeiro, atendendo às demandas da universidade como “arquiteto clínico geral”. Dentre outros, participou do desenvolvimento do Centro Comunitário Athos Bulcão - também conhecido por “Tetas da Madonna”, inaugurado em 2001. “Existia uma intenção antiga da reitoria em

transformar aquela área como um circo, porque as festas de faculdade eram feitas no Minhocão. Primeiro estudamos até o circo mesmo, depois um colega da Prefeitura, o arquiteto Leandro Drummond Marques, sugeriu fazer uma estrutura tensionada, algo mais atual”, detalha.

Pinheiro avalia o início da formação do campus da UnB como um período “inesquecível para a cultura nacional”, tanto fisicamente - prédios - quanto em alma - professores.

Em um contexto cheio de possibilidades, escassez de mão de obra e efervescência de ideias, mulheres arquitetas conseguiram abrir portas, mesmo com dificuldades. Esse foi um dos achados da arquiteta e urbanista Luiza Dias Coelho em seus estudos de gênero: “mulheres encontram espaços para ter um pouco mais de destaque, porque mulheres estão sempre presentes”. Um dos exemplos é a arquiteta Mayumi Watanabe, mestranda da UnB à época, cujo projeto, em parceria com o marido, virou a construção Torres São Miguel, na Asa Norte.

Conta aí, qual lugar desses lugares é o seu favorito? Alguma história marcante em algum deles?

Trabalhando a nostalgia, o texto traz, logo no primeiro parágrafo, expressões como “tradicionalismo” e “marco importante para a cultura do país” – termos que aludem um resgate histórico para contextualizar a matéria. Em seguida, traz nomes de profissionais importantes que contribuíram para a arquitetura da UnB e, para marcar o fato de estar falando do passado, é utilizada a expressão “autor de alguns dos primeiros projetos do campus Darcy Ribeiro” ao se referir a Oscar Niemeyer. Nota-se a evocação do passado quando a matéria menciona a Faculdade de Educação, destacando que ela é a “antiga” reitoria da UnB.

Ao explicar quais foram as duas ondas arquitetônicas que ocorreram dentro da UnB durante sua construção, o texto mais uma vez recorre à nostalgia ao citar as “construções primordiais” da primeira onda, como o Instituto Central de Ciências (ICC). Do termo “atual” reitoria, é possível, mais uma vez, fazer um resgate histórico e inferir que há uma reitoria antiga – a já mencionada Faculdade de Educação. Também temos um toque de saudosismo na coluna quando, em palavras poéticas, afirma que as obras da universidade foram “realizadas pelas mãos de tantos profissionais importantes para a arquitetura moderna brasileira”.

A matéria utiliza a demarcação do tempo como recurso para delimitar a memória. Esse método pode ser visto em trechos como “nos períodos de 1982-1984 e 1999-2010”, utilizado para referenciar os anos em que o entrevistado Frederico Luiz de Carvalho, arquiteto formado pela UnB, trabalhou na Prefeitura da UnB; e também: “inaugurado em 2001”, usado para demarcar o ano de inauguração do Centro Comunitário Athos Bulcão. A memória se faz presente na própria fala do entrevistado, que relembra o passado ao

comentar sobre uma “antiga” intenção da reitoria de tornar o Centro Comunitário semelhante a um circo.

Além da demarcação do tempo, a coluna marca eventos determinados ocorridos no passado, como nos trechos “o início da formação do campus da UnB” e “era imperativa a velocidade na construção de Brasília e da UnB”. Com o intuito de provocar saudosismo e nostalgia no leitor, o texto apresenta o ponto de vista do entrevistado Haroldo Pinheiro, também arquiteto formado pela UnB, de que a construção do campus Darcy Ribeiro foi um período “inesquecível para a cultura nacional”.

A matéria faz um último recorte histórico no final, mostrando a forte presença de mulheres arquitetas e suas dificuldades durante o início da construção da UnB. Para exemplificar, o texto cita a arquiteta Mayumi Watanabe, explicando que ela era mestrande da UnB “à época” e que seu projeto, em parceria com o marido, virou a construção Torres São Miguel, na Asa Norte. Essa evocação de um prédio característico de Brasília, também contribuiu para a consolidação de um sentimento saudosista no texto.

No mesmo sentido, as fotos do ICC Norte, do Instituto de Artes, da Colina Velha, da Faculdade de Educação, da reitoria, do beijódromo, do Centro Comunitário Athos Bulcão e do Restaurante Universitário complementam a coluna. Embora tenham sido fotografados em 2022, esses prédios remontam ao período da construção da universidade. A arquitetura deles é uma memória viva, um marco histórico.

Existem lugares e pessoas: esperança na juventude e luta contra o negacionismo dentro do Memória e ditadura

A intenção da segunda matéria é apresentar o projeto de extensão da UnB *Memória e ditadura nas escolas públicas do DF* e mostrar a importância das “discussões históricas aprofundadas sobre a ditadura militar, direitos humanos e democracia”. O projeto tem como objetivo levar essas discussões para as escolas públicas, conscientizar os alunos e ouvir as perspectivas deles sobre o tema. Em outras palavras, o programa mantém viva a memória da ditadura militar para que ela não aconteça novamente.

EXISTEM LUGARES E PESSOAS: ESPERANÇA NA JUVENTUDE E LUTA CONTRA O NEGACIONISMO DENTRO DO MEMÓRIA E DITADURA

No intervalo, a marcha militar nos alto falantes chama a atenção e confunde os estudantes do Centro Educacional São Francisco, em São Sebastião. Com livros erguidos sobre as cabeças, a turma de alunos atravessa o pátio. Quando param, outro grupo de pessoas se aproxima e grita “mão na cabeça”, “parem

com isso” e “larga esse livro!”, com autoridade encenada e inspirada nas várias invasões militares na Universidade de Brasília. Uma das alunas com um livro - estudante, não criminosa - silencia os autoritários ao discursar contra a Ditadura Civil-Militar e em prol Direitos Humanos. Os demais estudantes aplaudem o flashmob: a turma recriou a resistência estudantil diante da repressão policial na UnB da década de 60. Eles não saíram da biblioteca - onde se esconderam - com as mãos para cima conforme exigido.

A descrição de Mateus Gamba Torres é de uma atividade realizada por uma turma de estudantes que assistiram às oficinas do projeto Memória e Ditadura nas Escolas Públicas do DF. O programa de extensão foi idealizado em 2016 e começou em 2017, a partir da iniciativa de Torres e Daniel Faria, ambos professores do Departamento de História da UnB. O objetivo é levar para as escolas públicas discussões históricas aprofundadas sobre a ditadura militar, direitos humanos e democracia e, principalmente, ouvir as perspectivas dos alunos sobre o tema.

O professor Torres explica que, em 2015, já observava um discurso forte de revisionismo e negacionismo histórico em relação à Ditadura Civil-Militar (1964-1985) nas redes sociais. “Notei que pegava principalmente os mais jovens, os estudantes de Ensino Médio e Fundamental, e muitos entravam na universidade com essa cabeça”, explica.

Com fé no projeto, Júlia Duarte, graduanda em História, esclarece: “Os professores nas escolas não têm tempo para trabalhar com profundidade e buscando tantos materiais avulsos sobre a ditadura militar, e isso é algo que a gente pode fazer”. Ela entrou para o projeto em 2020 e é coordenadora adjunta com os graduandos Nathanael Martins e Vitória Campos. Em busca do senso crítico dos alunos, a extensão fornece meios para que os estudantes desmistifiquem mentiras sobre o assunto. São realizadas oficinas e, depois das aulas, os estudantes fazem um produto sobre a ditadura (o flashmob é um deles!).

No começo da pandemia, a equipe diminuiu e teve que se reinventar, já que estava fora das salas. Para continuar - em esforço coletivo -, renovaram a abordagem, com foco no Instagram @memoriaeditadura e site, onde divulgam livros, filmes e outros conteúdos bem embasados sobre o tema. “Acredito que este projeto vai durar muito tempo na UnB, e, assim que puder, retornaremos às escolas”, complementa Duarte.

Por mais que tudo pareça um caos e a gente está só tomando porrada e não há saída, existe. A academia e projetos como este precisam encontrar as pessoas [que buscam saber sobre ditadura] e ocupar esses espaços para trazer [o tema] ao debate e fazer confrontações”, afirma.

Ei! O que você achou do projeto? Conta aí! Conhece outra iniciativa que trate sobre a temática?

A matéria coloca, de imediato, o leitor dentro de uma memória do período da ditadura militar do Brasil. Narrando a situação como se fosse um filme, somente no final do primeiro parágrafo o texto explica que, na verdade, o leitor está diante de uma descrição de um *flashmob* ocorrido no século XXI. De acordo com a coluna, a cena apresentada é a recriação da resistência estudantil diante da repressão policial, evento que aconteceu na UnB durante a década de 1960.

Trazar esse tema para o Facebook, onde estão presentes tantas pessoas que viveram ao Brasil durante o período da ditadura militar, é essencial, principalmente no período histórico de instabilidade e desafios políticos o qual o Brasil vivencia nos dias de hoje. A matéria não recorre à nostalgia e ao sentimentalismo como a anterior, mas à

memória bruta das atrocidades cometidas em prol do autoritarismo no país. De acordo com o entrevistado na matéria, o professor Mateus Gamba Torres, o projeto de extensão visa combater “um discurso forte de revisionismo e negacionismo histórico em relação à Ditadura Civil-Militar nas redes sociais”. Ao escrever a coluna de cultura sobre esse tema e apresentar o programa *Memória e ditadura* ao leitor, a equipe do Campus Multimídia utilizou da história e memória brasileira para informar e alcançar o maior número de leitores

Para complementar o texto, recursos multimídias, como fotografias do período da ditadura militar, foram acrescentadas na matéria. Os registros do período histórico estão em preto e branco e são amarelados, contribuindo para um efeito de narrativa de memória e oferecendo ao leitor uma perspectiva histórica do texto que ele está lendo. Aliado a isso, as legendas explicam cada um dos eventos atrozizados retratados nas imagens, com o objetivo de “desmistificar mentiras sobre o assunto”, como explicado na matéria.

Também estão presentes na coluna fotos do grupo responsável pelo projeto de extensão. Essas imagens, junto com suas legendas descritivas, formam um acervo mais recente de memória, focado nas ações e realizações das pessoas envolvidas no programa.

UnB em festa: a história do jornal-laboratório mais antigo do Brasil é nossa!

Na terceira matéria analisada, a memória atrelada ao saudosismo e à nostalgia é novamente apresentada. Já no título do texto, as palavras “história” e “antigo” delimitam o tempo passado, com um espírito festivo devido ao tom de comemoração do aniversário de 60 anos da UnB.

UNB EM FESTA: A HISTÓRIA DO JORNAL-LABORATÓRIO MAIS ANTIGO DO BRASIL É NOSSA!

Você sabia que o jornal-laboratório mais antigo do Brasil nasceu em Brasília? Mais especificamente, na UnB?

O aniversário de Brasília e da UnB é hoje, 21/4. E, para comemorar, vamos falar um pouco sobre o Jornal-laboratório da Faculdade de Comunicação (FAC) da universidade, o Campus. Criado em 1970 pelos professores Luiz Gonzaga Motta, Salomão Amorim e Manoel Vilela Magalhães, o jornal-laboratório é o mais antigo em circulação no Brasil.

O Campus nasceu no período da Ditadura, a partir de uma necessidade de se ter um jornal-laboratório na FAC. Os professores perceberam que os alunos precisavam viver a experiência de uma redação jornalística na prática. Com a nova disciplina, os estudantes passaram a ter a oportunidade de vivenciar práticas jornalísticas, da apuração a fotografia, que existem em redações “reais”.

À frente da disciplina desde que o Campus tinha 28 anos, a professora Márcia Marques conta que, para ela, o Campus é uma experimentação. “Quando vocês, no Multimídia, experimentam usar várias plataformas, isso é uma coisa

que vai ter lá no mercado. Só que no mercado a gente não pode errar, mas no laboratório isso é possível”, diz.

Márcia defende que o Jornal Campus não tenha mais a mesma rotina do impresso e que “as cabeças sejam mais abertas”. Para ela, o ideal seria o Jornal passar a ser como a Revista Campus, que sai a cada seis meses trazendo grandes reportagens.

“E daí pode fazer com realidade aumentada. Que lá no laboratório tenha uma plataforma onde a gente possa puxar o repositório das entrevistas, como áudios, vídeos e fotos, além das histórias e outros elementos, para quem tem mais interesse ou está estudando sobre o assunto”, fala.

Além de fazer parte da história do Brasil, o Campus faz a sua própria história. O jornal-laboratório da FAC esteve presente na campanha das Diretas Já, e também fez entrevistas com conhecidos da política brasileira como Lula e Fernando Henrique Cardoso. “O material da campanha das Diretas é maravilhoso”, conta Márcia.

Suas capas também deram o que falar. “Tem uma capa dos anos 70 que é toda escrita a palavra apatia em diversas formas e tamanhos. E lá embaixo, bem pequeno: na Universidade de Brasília.”

Por meio da escrita de Jaqueline Lima, o Jornal Campus virou livro. A estudante foi orientada pela professora Marcia. O título escolhido foi “Campus, 40 anos: dos papiros à internet”. A obra conta a história do Campus desde a sua criação e criadores até a sua fase “transdisciplinar”.

No primeiro parágrafo, que faz uso de interlocuções para chamar e prender a atenção do leitor, destacam-se os termos “mais antigo” e “nasceu” para fazer referência ao jornal-laboratório da UnB. Essas expressões marcam o tempo passado e o início do jornal.

Mais uma vez, as contextualizações com datas e eventos determinados são utilizadas no texto para construir a ideia de lembrança de algo do passado, como nos trechos “criado em 1970” e “o Campus nasceu no período da ditadura”. Além disso, a coluna frisa, novamente, que o Jornal Campus da UnB é “o jornal-laboratório mais antigo em circulação no Brasil”, estabelecendo o sentimento de orgulho da história da universidade.

Toda a matéria é pautada na construção da história do Jornal Campus. Por isso, é explicado como o jornal-laboratório foi criado, qual a ideia inicial dele e seus resultados. O texto conta com a entrevista de Márcia Marques, professora à frente da disciplina que relata suas próprias lembranças, memórias e perspectivas em relação ao jornal-laboratório, reforçando o sentimento saudosismo.

Além disso, a coluna apresenta como o Jornal Campus esteve presente em vários eventos históricos do Brasil, como nas Diretas Já, quando o jornal trouxe entrevistas com personalidades políticas importantes, como os ex-presidentes Lula e Fernando Henrique Cardoso. Para exaltar a memória do jornal-laboratório, o texto também conta com frases

poéticas como “além de fazer parte da história do Brasil, o Campus faz a sua própria história”.

A matéria enaltece, ainda, as capas do Jornal Campus. Para isso, foram anexadas ao texto imagens de várias capas de edições importantes do jornal-laboratório. Em destaque, trouxe uma capa importante dos anos 1970, que tinha a palavra “apatia” escrita em diversas formas e tamanhos por toda sua extensão. A capa também foi ressaltada na fala da professora Márcia, transcrita na matéria.

Para consolidar a história do jornal-laboratório, a coluna trouxe ainda folhetos do Jornal Campus, uma fotografia da equipe de 2017 e fotos de uma edição de agosto de 1974, a mesma edição da capa que tinha a palavra “apatia” escrita várias vezes. Nessas fotos, estão presentes páginas amareladas, com fotos em preto e branco, editorial e notícias impressas. Imagens que, em conjunto, reforçam a memória do jornal-laboratório.

CONCLUSÃO

O planejamento editorial desenvolvido pelos estudantes para o Facebook do jornal laboratório da FAC/UnB teve resultado significativo no alcance das notícias publicadas, conforme apontou o relatório de métricas. A estratégia utilizada pela equipe de publicar postagens com temas que marcaram um fato histórico da universidade e do país, teve boa receptividade dos usuários da rede e mostrou-se eficiente para atingir o público-alvo do jornal: os alunos da UnB. A linguagem, bem como os recursos multimídia utilizados, também contribuíram para o alcance e engajamento.

Neste sentido, podemos concluir que os usuários do Facebook do Campus Multimídia respondem bem às publicações evocativas de memórias. Logo, a pesquisa sugere que o formato e os recursos da rede abrem possibilidades para a construção de um diário virtual compartilhado, no qual o passado e a cultura são elementos importantes para estreitar a relação social no cenário digital e fortalecer laços entre os participantes da plataforma. No entanto, como a amostra utilizada foi pequena, é importante estudos complementares para aprofundamento do tema.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARNHART, Brent. Dados demográficos de mídias sociais para orientar a estratégia de sua marca em 2021. **SproutSocial**, 2021. Disponível em: <https://sproutsocial.com/pt/insights/new-social-media-demographics-pt-br/>. Acesso em: 15 de jul. de 2022.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. 5ª edição. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e terra, 2021.

FACEBOOK tem queda no número de usuários ativos diários pela primeira vez em 18 anos. **Agência Globo**, 2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/tecnologia/facebook-tem-queda-no-numero-de-usuarios-ativos-diaricos-pela-primeira-vez-em-18-anos/> . Acesso em: 14 de jul. de 2022.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. (orgs.) **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 3ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

LISBOA, Alveni. Facebook volta a apresentar crescimento de usuários em 2022. **Canaltech**, 2022. Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/facebook-volta-a-apresentar-crescimento-de-usuarios-em-2022-215101/#:~:text=Usu%C3%A1rios%20ativos%20mensais%20do%20Facebook,de%203%25%20ano%20a%20ano>. Acesso em: 15 de jul. de 2022.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. Editora Vozes Limitada, 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo**: elementos para discussão. *Metamorfoses jornalísticas*, v. 2, p. 1-269, 2009.

RENDEIRO, Márcia. **As arestas sociais do Facebook**: fotografias, coleções, memória e melancolia. 189 f. (Tese) Programa de Pós-Graduação em Memória Social. (Doutorado em Memória Social), Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em http://www.repositorio-bc.unirio.br:8080/xmlui/bitstream/handle/unirio/11549/Tese_M%c3%a1rcia%20Elisa_Final.1.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 13 de jul. de 2022.

SILVA, Ilaydiany Oliveira. A memória social registrada no Facebook. **Revista Conhecimento em Ação**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, jan/jun. 2016.

SOUZA, Queila R. & QUANDT, Carlos O. Metodologia de análise de redes sociais. In: F. Duarte; C Quandt; Q. Souza (Org.). **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008, p. 31-63.

VOLPATO, Bruno. Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2022, com insights e materiais. **Resultados digitais**, 2022. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/#:~:text=4.%20Facebook,-O%20Facebook%20estava&text=E%20segue%20sendo%20a%20mais,milh%C3%B5es%20de%20usu%C3%A1rios%20no%20Brasil>. Acesso em: 15 de jul. de 2022.

WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE. **Digital 2021**: all the data, trends and insights you need to help you understand how people use internet, mobile, social media and ecommerce. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-brazil>. Acesso em: 1 julho. 2022.