

Análise da TV na Web: o Videojornalismo do TV FOLHA¹

Aylany Gomes MAIA²

Paulo Eduardo Silva Lins CAJAZEIRA³

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE

RESUMO

Tendo como base a tecnologia da informação e a cibercultura, este presente artigo tem a intenção de distinguir a técnica telejornalística da televisão tradicional, do audiovisual presente na internet, através do conceito de transmídia, por Henry Jenkins. Um estudo sob a obra de Manuel Castells “A galáxia da Internet” deu a base principal para a concretização, visto que a internet veio como forma de registrar, informar, e por ser um meio de comunicação surgida no século XX, ela vem se adaptando através de gerações. A análise do objeto é dado através do material audiovisual criado pela plataforma digital (site oficial) do jornal Folha de São Paulo (Tv Folha).

PALAVRAS-CHAVE: Cibercultura; Conteúdos Digitais; Tecnologias.

INTRODUÇÃO

A comunicação tem como objetivo a interação dos seres para manter uma relação social e informacional. A necessidade do ser humano de se comunicar é consequência da cultura onde ele vive, e essa cultura deriva de um certo tempo e espaço “que compreende o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e outras capacidades ou atitudes adquiridas pelo homem enquanto membro da sociedade” (COELHO. Teixeira, 2008). Com o passar dos anos, vários meios de comunicação foram criados com um único motivo: informar e comunicar. Dentre eles os que resistem até hoje são o rádio, a televisão e o jornal impresso.

Dentre os meios sociais, persistimos em evoluir até o ponto de mantermos uma comunicação rápida, precisa e a distância. Analisando assim a era da plataforma digital, a internet surgiu em meados do século XX, mais precisamente na década de 1960, no

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: lannahmaia@hotmail.com.

³ Orientador: pós-doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior, Portugal, atual professor da Universidade Federal do Cariri no Curso de Comunicação Social – Jornalismo, email: paulo.cajazeira@ufca.edu.br

auge da Guerra Fria, por necessidade e poder dos militares americanos de pesquisa e estratégias. Mas só a partir dos anos 90 com o advento das salas de bate-papo, a necessidade de manter contato a distância se intensificou.

A emergência da internet como um novo meio de comunicação esteve associada a afirmações conflitantes sobre a ascensão de novos padrões de interação social (CASTELLS. Manuel, 2001, pág. 98). Assim como os demais meios sociais, a internet também informa, mas nela há um pretexto maior: uma interação através do diálogo instantâneo.

Com o surgimento da necessidade de uma comunicação rápida, é criada uma vida social através do processo de vincular o local, independente de onde você esteja, com a interação social, que não necessariamente precisa ser isolada da vida social presencial, pois “as pessoas que vivem vidas paralelas na tela são, não obstante, limitadas pelos desejos, a dor e a mortalidade de suas pessoas físicas” (TURKLE. Sherry, 1995, p.267)⁴ e isso está relacionado ao surgimento de uma nova cultura: a cibernética. Neste caso, o homem se adaptou ao meio virtual, “a Internet foi apropriada pela prática social” (CASTELLS. Manuel, 2001, pág. 99).

Não obstante, a internet acabou por ser moldada pelas necessidades do ser humano, onde novas plataformas foram surgindo para suprir as vontades de interação e informação. As salas de bate-papo, antes limitadas apenas como sala de conversa, fizeram-se presentes no meio, fazendo com que as pessoas usassem a plataforma de pesquisa para adquirir conhecimento direto,

“como as mídias audiovisuais, e particularmente a televisão, tornaram-se dominados pela lógica do entretenimento, inclusive em programas que misturam notícias e entretenimento, a Internet interpreta essa lógica como um fracasso da comunicação, e passa ao largo dela.” (CASTELLS. Manuel, 2001, pg. 165)

Hoje, redes sociais como o Facebook possibilita além de receber mensagens, fazendo com que os usuários o utilizem como objeto tanto de busca por conhecimento e não tanto por entretenimento⁵, como é feito no caso da TV e do rádio, na qual ambas

⁴ Sherry Turkle é professora americana dos Estudos Sociais de Ciência e Tecnologia do *Massachusetts Institute of Technology*, que aprofunda os seus estudos a fim de explicar as construções de identidade na internet.

⁵ Manuel Castells (2001, pg. 159, Figura 1) exemplifica em um gráfico o que as pessoas pesquisam e usam semanalmente na internet, numa percentagem de famílias nos Estados Unidos.

podem funcionar sem o receptor está concentrado ao aparelho emissor, característica de entreter.

Como consequência do uso da internet como meio de busca por informação e conhecimento, acendeu a necessidade do jornalismo expandir suas plataformas. Assim como o conceito de cultura formulado por Teixeira Coelho (2008), o jornalismo se adaptou a cibercultura, onde teve, praticamente, uma obrigação de participar desse meio social.

Hoje a internet encontra-se em um ambiente prático, onde por questão de adaptação e necessidade, adquirida de uma cultura convergente, os meios de comunicação funcionam para receber notícias veiculadas com praticidade, agilidade e instantaneidade, a exemplo disso são os *smartphones*.

Exemplo desses dois pontos (uma rede social que une mobilidade com agilidade) é o *Twitter*⁶, que traz em sua *timeline*⁷, *links*⁸ que direcionam o usuário para outra plataforma onde assim verá notícias em texto e foto, e em alguns casos vídeos. O formato desses vídeos depende da plataforma virtual comunicacional a qual está sendo veiculado. Por exemplo, se o site for uma extensão do telejornal, as notícias terão um texto adaptado para a linguagem da internet, acompanhará fotos e em algumas ocasiões vídeos. Outro formato é disponibilizar o vídeo completo da matéria que foi veiculada na TV. Já outro caso específico, que é exemplo da TV Folha, é ter um canal⁹ específico para a veiculação de vídeos que trazem uma reportagem com característica prévia do jornalismo na internet: a linguagem simples e objetiva. Essa modalidade de transformar o texto de uma plataforma para outra (como do impresso para o vídeo, do vídeo para a internet, adapta uma linguagem e até diferencia no formato de criação) é chamada de Transmídia.

O termo Transmídia¹⁰ foi definido por Henry Jenkins do MIT (*Massachusetts*

⁶ O *Twitter* é uma rede social que permite aos seus usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros usuários (chamados de seguidores), e que é reconhecida mundialmente pelo mecanismo de escrita em uma quantidade mínima de 140 caracteres, fazendo assim uma limitação das postagens dos usuários.

⁷ *Timeline* é uma linha do tempo, onde aparece as publicações dos usuários da rede social citada.

⁸ *Link* é um certo local que lhe direciona para outra plataforma, ou outra página da internet que irá complementar o assunto a qual você estava lendo.

⁹ Canal é uma plataforma onde os vídeos são depositados, neste caso o canal refere-se ao site *YouTube*.

¹⁰ O termo Transmídia foi utilizado primeiramente pela professora de estudos críticos, Marsha Kinder, da Universidade do Sul da Califórnia (EUA), em 1991.

Institute of Technology), no qual publicou um artigo na revista *Technology Review*, mencionando projetos com a narrativa transmídia em 2003. Posteriormente, em 2009, em seu livro “Cultura da Convergência”, Jenkins define a transmídia como “uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias - uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento” (JENKINS: 2009, p.49).

O formato audiovisual chegou na internet no final dos anos 90. A princípio, as companhias que patrocinavam a chegada dessa mídia na internet, não obtinham lucro, visto que a banda larga¹¹ daquela época não suportavam vídeos longos e pesados. A internet limitava uma transmissão de vídeo em alta qualidade, não obtendo uma boa recepção de usuários.

Nos anos 2000, com o crescimento e aprimoramento da internet, as salas de redação dos jornais estavam sendo equipadas em torno da internet, e os jornais também se adaptaram às mudanças, assim como os usuários, já que a internet é uma fonte de transmissão aberta que permite “a livre divulgação, a transmissão descentralizada, a interação fortuita, a comunicação propositada e a criação compartilhada que encontram sua expressão na Internet.” (CASTELLS. Manuel, 2001, pg. 165) e até chegarmos no modelo que temos hoje do TV Folha, as modificações do jornalismo na Internet foram fortes, já que os usuários mudaram o meio de acordo com suas necessidades.

Em um jornal, o formato audiovisual é encontrado em dois formatos: o Telejornalismo e o Videojornalismo. As características que os dois querem passar é a mesma: informar e comunicar. Já as ambiguidades são o formato, a linguagem e o público.

No Telejornalismo há a presença do repórter em todos os processos de construção, que vai desde roteiro a entrevistas, com a gravação das seguintes características:

- *OFF*: imagens de cobertura sobre o que está sendo retratado, com a voz do repórter narrando ao fundo;
- *Passagem*: Imagem do repórter explicando para os telespectadores a

¹¹ **Banda larga** é a conexão de internet superior ao acesso discado, que permite o usuário navegar em alta velocidade.

matéria, no cenário de construção da mesma;

- Sonora: entrevista recortada dando ênfase ao que mais interessa ao público (o gancho).

Já no Videojornalismo, há uma maior autonomia. A maioria dos vídeos construídos que encontramos são feitos livremente, sem se prender às regras e técnicas jornalísticas, o repórter pode ter ou não roteiro, tem autonomia de fazer gravações de imagens, e de até não aparecer no vídeo (esse é o caso principal analisado no TV Folha).

JUSTIFICATIVA

Os vídeos que tem o formato de caráter informacional, e numa plataforma audiovisual que estão presentes na internet, não é visto por muitos da área do jornalismo como um telejornal, isso porque o espaço de livre circulação que a internet oferece, abre oportunidades para pessoas que não são da área produzi-los. Porém há o problema técnico de produção de notícia que os jornalistas estudam na academia, a escolha do público alvo e o formato para qual se encaixa. Com isso, existem públicos diferentes, de idades diferentes e com um capital social¹² distinto, que se refere ao

“conjunto dos recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-reconhecimento mútuos, ou, em outros termos, à vinculação a um grupo, como o conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros e por eles mesmos), mas também que são unidos por ligações permanentes e úteis.”
(BOURDIEU, 1998, pg.67)

No entanto, com as referências dos estudos que caracterizam as diferenças dos formatos de Telejornalismo e Videojornalismo, também existem as diferenças dos públicos ao qual receberão essas notícias, que por sua vez são distintos. Isso está presente no próprio meio que é a internet, com isso, assim como uma parte do público que assiste TV, ele pode também consumir informações em outros meios de comunicação, como por exemplo a internet. Em outras palavras, uma mesma pessoa pode está presente em diferentes meios.

¹² Tanto o termo de “capital social”, quanto o de “capital cultural” foram temas propostos a princípio por Pierre Bourdieu, um sociólogo francês, cujo estudos foram referências para os campos da Antropologia, Sociologia e Comunicação.

Para isso é necessário enquanto comunicadores e jornalistas, estudarmos esses formatos e linguagens, assim como as teorias da comunicação e os conceitos de cibercultura, além de vivenciar a prática também, visto que nossa modernidade estará cada vez mais relacionada com as tecnologias ligadas à internet. Também é de tamanho interesse o referido estudo, para a produção que poderá ser feita pelo próprio jornalista, como no momento em que o telespectador e/ou o internauta recebem esses conteúdos.

OBJETIVO

O principal objetivo desse estudo é frisar as dimensões da técnica de audiovisual jornalístico em dois diferentes meios de comunicação: a Televisão e a Internet, através do formato de produção, apuração, linguagem, roteiro, veiculação, transmissão e o público alvo.

Busca-se assim não delimitar e distinguir os grupos sociais, mas integrar o jornalista ao público-alvo que ele está tentando transmitir suas informações, visto que a internet é um meio de integração e interação social dinâmico e acessível em qualquer local do mundo, sendo assim dando abertura para o público que pode interagir com os produtores, característica importante na comunicação atual.

METODOLOGIA

A metodologia do trabalho é qualitativa. Para analisar o objeto de comunicação: o videojornalismo e o audiovisual na televisão linear, nos baseamos na análise do formato apresentado pela TV Folha do vídeo “Como Doria, João do Beco do Batman pinta muro, recua e libera novo grafite”, e uma análise detalhada através da construção da narrativa e do formato do vídeo. A partir disso, desenvolvemos uma pesquisa bibliográfica sobre o tema com leituras dirigidas nas áreas de Telejornalismo, Videojornalismo, Multimídia e Internet. Logo após, procuramos traçar uma diferenciação entre o telejornalismo linear e o videojornalismo produzido à exemplo da TV Folha.

O estudo, inicialmente, deu-se através da leitura do livro “A galáxia da Internet” de Manuel Castells. Logo após a leitura, o processo criativo da construção da pesquisa ocorreu através do que Castells explica como o formato de TV chegou na Internet e

como os usuários reagiram a tal situação. A pesquisa bibliográfica nos deram um apoio na concretização deste estudo. um apoio na concretização deste estudo. Com isso, conseguimos traçar um panorama de crescimento do audiovisual na internet, onde existem dos mais variados públicos. O conceito da transmídia ocorreu, a partir da diferenciação de formato de jornalismo audiovisual, onde o formato jornalístico é transformado para outro meio através de uma linguagem diferente.

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DO OBJETO

Para explorar o objeto de pesquisa, primeiramente é necessário fazer uma explanação de onde ele veio, e como se deu o processo de construção até a sua concretização.

Para ser fundado o jornal Folha de São Paulo, antes foi fundada em 1921 na cidade de São Paulo, o jornal "Folha da Noite", cujo seu público alvo era a classe média urbana que surgiu de uma sociedade baseada na monocultura do café¹³. Logo após, o jornal criou o "Folha da Manhã", em 1925, e "Folha da Tarde", em 1949. No entanto, só em 1960, os três jornais foram fundidos e deram origem ao Folha de S.Paulo.

Atualmente, o jornal é conhecido nacionalmente e conta com suas edições impressas, além da administração de outros meios de comunicação. No próprio jornal impresso, que tem periodicidade diária¹⁴, são retratadas matérias, manchetes, colunas, editoriais, cadernos, entre outros gêneros do jornalismo impresso. Ele é disponibilizado nas formas física e digital, pois “os jornais estabelecidos têm de estar *on-line* para estar sempre lá, prontos para seus leitores, para mantê-lo sob o mantra de sua autoridade”. (CASTELLS. Manuel, 2001, pg. 163). O caráter informacional tradicional e com a linguagem característica do jornal impresso, como a pirâmide invertida que segue a linha: lead, declarações e detalhes.

Dentre os outros meios de comunicação que a Folha de São Paulo edita, existe o TV Folha, objeto de pesquisa em questão. Este, por sua vez, utiliza da técnica do audiovisual, para criar seu conteúdo de caráter jornalístico.

¹³ Sobre a criação do Folha de São Paulo, no próprio site deles há um *link*: “Conheça o grupo Folha.” Acessado em 23 de abril, 2017. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca_o_grupo.shtml>

¹⁴ O folha de São Paulo, veicula m jornal por dia.

O TV Folha conta com duas formas de acesso. A primeira é através do próprio site da Folha de São Paulo¹⁵, onde lá encontram-se *links* que lhe direcionam a uma página específica de jornal onde está separado os vídeos por categorias e seções, além do vídeo mais recente ou mais visualizado está em tamanho destacado. A segunda é através da plataforma de vídeo *YouTube*¹⁶, onde lá você encontra os vídeos pela época de postagem, além da pesquisa por título da “reportagem”.

Assim, como todo jornal, é realizado um processo de apuração, checagem, além do ato de dissecar, confrontar e contextualizar, também estar presente nas características do TV Folha. Porém, toda reportagem e/ou matéria do telejornal há atividades que necessitam da presença do repórter na gravação, como a passagem e o off, no caso do conteúdo produzido pelo TV Folha não há a presença de repórter fisicamente aparecendo no vídeo, e nem ao menos uma fala narrativa que acompanhe as imagens.

O objeto de pesquisa analisado é o vídeo de título “Como Doria, João do Beco do Batman pinta muro, recua e libera novo grafite” realizado pela TV Folha, com reportagem e fotografia de Zanone Fraissat e Emiliano Goyeneche e edição de Vitor Serrano. O vídeo fala sobre o “Beco do Batman”, que está localizado no bairro Vila Madalena, na cidade de São Paulo, conhecido internacionalmente pela a beleza de seus grafites, onde um dos donos da casa pintou as suas paredes de cinza. O fato repercutiu em todo o país, pois foi, coincidentemente, na mesma época em que o prefeito eleito João Doria, mandou cobrir todos os grafites dos muros de uma avenida muito conhecida e frequentada, a avenida 23 de maio.

Análise do formato do vídeo por partes

Imagem 01 - Beco do Batman (00:01-00:07)



Imagem 02 - Apresentação do João do Beco e a história do ocorrido(00:08-00:44)

¹⁵ Site da Folha disponível em: <<http://www.folha.uol.com.br/>>

¹⁶ O *YouTube* é uma rede social de plataforma de vídeo que fica hospedada na Internet.



Imagem 03 - Aparição do grafiteiro amigo de João e logo após sua fala. (00:46-1:32)



Imagem 04 - Encerramento do vídeo com o imagens dinâmicas (1:55-2:10 min)



O vídeo tem como personagem principal a parede da casa de João do Beco. Em sua abertura é apresentado imagens do local, que é conhecida internacionalmente e atrai muitos turistas (Imagem 01). A descrição se dá seguinte forma: abertura com imagens do Beco do Batman acompanhadas da própria narração¹⁷ do personagem entrevistado, João do Beco, o próprio dono do muro, na qual sua única apresentação é uma legenda (Imagem 02), e ele continua falando, dando narrativa ao vídeo.

No meio da narrativa há uma apresentação, feita pelo próprio João, de um dos grafiteiros, Binho Ribeiro, (Imagem 03), onde em seguida há a fala dele. Logo após o contexto e a entrevista, o vídeo encerra com os dois entrevistados andando e conversando (Imagem 04) para simbolizar a amizade deles, por fim sobem os créditos.

A linguagem que o texto do vídeo carrega é a característica principal dessa pesquisa. Segundo Manuel Castells (2001), na internet, as redes disponibilizam de um domínio de flexibilidade e adaptabilidade inerente, onde na prática, os conteúdos que são disponibilizados na internet não necessariamente precisam seguir uma regra de contextualização, tendo assim uma espontaneidade livre para fazer a utilização de uma

¹⁷ A narração do vídeo é guiada pelas respostas que o João do Beco dá as perguntas que os repórteres fizeram.

linguagem característica da internet. Sendo assim, o leitor tem a autonomia de escolher aquilo que quer absorver, ler e assistir.

A internet não exclui o fato de que nela podem conter variados tipos de linguagem de acordo com as respectivas necessidades, isso também possibilita o internauta escolher a linguagem mais acessível, mas como a internet disponibiliza infinitos acervos de comunicação, é mais comum encontrar uma característica de linguagem simples, rápida, dinâmica e objetiva.

Quando um usuário está na internet procurando por informação, diferentemente dos canais tradicionais como a televisão, ele procura algo que não demande tempo de pesquisa. Por exemplo, na internet você pesquisa sobre algum fato por palavras chaves, já no jornal da TV, é necessário que o público assista o jornal todo para esperar aquela matéria que foi citada na cabeça do jornal, sem falar que o vídeo na internet dá a autonomia de selecionar o tempo do vídeo desejado.

No caso do TV Folha, é utilizada uma linguagem simples, através da narrativa dos próprios entrevistados. O vídeo, que tem duração de 2 minutos de 16 segundos, foi veiculado, obviamente, logo após outros veículos de informação divulgar matérias sobre o tema, fazendo com que assim a linguagem se torne ainda mais rápida, porém, independentemente disso qualquer pessoa que não tenha visto alguma matéria antes, pode entender o contexto do vídeo com facilidade¹⁸.

Uma outra análise que vai além da técnica é a característica de construir uma narrativa através da história do entrevistado e/ou do personagem, diferente do formato que está na TV. No telejornalismo o repórter elabora uma pauta para a realização da entrevista. Logo após a coleta das entrevistas é realizado o roteiro, onde ele seguirá uma narrativa criada por si.

Nos formatos dos vídeos da TV Folha, o papel do repórter é fazer perguntas para os entrevistados, colher imagens e informações do local, além da criação de roteiro que é o papel principal e inicial para a criação de qualquer clipe de vídeo. Esse formato dá a autonomia do próprio personagem criar a narrativa do vídeo, pois não tem um acompanhamento com passagem e off do repórter, nem algum comentário.

¹⁸ Como Manuel Castells (2001) enfatiza nas suas publicações, a internet disponibiliza de agilidade e praticidade.

O ponto positivo dessa característica é a relação de trazer para a mídia uma narrativa livre, onde não há uma imposição de uma ideologia. O entrevistado fica livre para se expressar e falar o que pensa e quer, porém cabe ao editor se aquilo vai ou não ao ar, na hora da edição final.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde os anos 2000, há décadas que a internet sofreu transformações, assim como os outros meios. O Brasil sempre seguiu o modelo do jornalismo dos Estados Unidos, no que diz respeito a formato e conteúdo informacional. Segundo VILLELA (2008), em 1970, a mudança da gravação das notícias de filme para videotape foi o pontapé inicial para a partir daí, modificar-se os formatos. Antes só o jornalista ou alguma pessoa experiente que poderia apresentar o jornal, com o advento da Internet, é notório que qualquer pessoa é capaz de se comunicar.

Como resultado desses avanços, temos mudanças no formato de notícia, pois a televisão junto da Internet impulsionaram o crescimento da comunicação. Da mesma forma que o poder de se comunicar e compartilhar notícias pode ser feito por qualquer usuário na Internet.

Observando esse paralelo, é comum que os jornais como a própria Folha de São Paulo, terem canais e páginas de portais na Internet, tanto que hoje existem muitas empresas que investem na área, coisa que antigamente não acontecia por conta das limitações. Há jornais que compram notícias de outras agências e reelaboram para a linguagem no local onde está inserido, a internet.

Há aqueles canais que buscam dar continuidades e aprofundamento das matérias, funcionando como uma extensão no jornal. Por último, temos os formatos independentes, onde muda-se o formato da notícia, como o próprio Folha faz, do impresso pro videojornal, assim como também existem as produções independentes, que eles também realizam.

Com as mudanças constantes na comunicação, é necessário entender que todos nós somos comunicadores, mas não podemos esquecer que uma comunicação ética com o reconhecimento do público-alvo é que produziremos notícias que tenha formato, tamanho e legitimidade.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. **O capital social – notas provisórias**. In: CATANI, A. & NOGUEIRA, M. A. (Orgs.) *Escritos de Educação*. Petrópolis: Vozes, 1998.

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

COELHO, Teixeira. **A cultura e seu contrário : cultura, arte e política pós-2001**. São Paulo : Iluminuras : Itaú Cultural, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

TURKLE, Sherry (1995). **Life on the Screen: Indentity in the Age of the Internet**. Nova York: Simon and Schuter.

VILLELA, Regina. **Profissão: jornalista de TV – telejornalismo aplicado na era digital**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2008.

Sites consultados:

FOLHA DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.folha.uol.com.br/>> Acessado em 12 de abril de 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Conheça o Grupo Folha**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca_o_grupo.shtml> Acessado em 12 de abril de 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. **TV Folha**: Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tv/?cmpid=menupe>> Acessado em 13 de abril de 2017.

TV FOLHA. **Canal Tv Folha**. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCmYuiV9wAR3i8p19Ygc7izg>> Acessado em 07 de abril de 2017.

Ana Cristina Girlbert 2017. **Muro do Beco do Batman é Pintado de Cinza**. Youtube. Disponível em: <<https://youtu.be/21FIClZX510>> Acessado em 09 de abril de 2017.

TV FOLHA. **Como Doria, João do Beco do Batman pinta muro, recua e libera novo grafite**. Youtube. Disponível em: <<https://youtu.be/HfRqDzgHEw4>> Acessado em 09 de abril de 2017.