



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES (ICHCA)
CURSO DE JORNALISMO

RELATÓRIO TÉCNICO

**CHECKPOINT: PONTO SEGURO DE INFORMAÇÃO SOBRE TECNOLOGIA E O
MUNDO DOS VIDEOGAMES**

ORIENTADOR: Prof. Dr. Ronaldo Bispo dos Santos
ALUNO: Jeydson Ivanildo Santos da Silva

Maceió/AL, 25 de novembro de 2024

Jeydson Ivanildo Santos da Silva

**CHECKPOINT: PONTO SEGURO DE INFORMAÇÃO SOBRE TECNOLOGIA E O
MUNDO DOS VIDEOGAMES**

Relatório de Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade postagens para redes sociais, apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Alagoas.

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo Bispo dos Santos

Maceió/AL, 25 de novembro de 2024

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

S586c Silva, Jeydson Ivanildo Santos da.

Checkpoint : ponto seguro de informação sobre tecnologia e o mundo dos videogames / Jeydson Ivanildo Santos da Silva. – 2024.
11 f. : il.

Orientador: Ronaldo Bispo dos Santos.

Relatório (Trabalho de conclusão de Curso em Jornalismo) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes. Maceió, 2024.

Inclui glossário.

Bibliografia: f. 11.

1. Videogames. 2. Redes sociais. 3. Conteúdo Multiplataforma. 4. Mídias sociais - Produção de conteúdo. I. Título.

CDU: 070:004.738.5

FOLHA DE APROVAÇÃO

AUTOR: Jeydson Ivanildo Santos da Silva

Checkpoint: ponto seguro de informação sobre tecnologia e o mundo dos videogames

Relatório Técnico submetido ao corpo docente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas e aprovado em 04 de dezembro de 2024.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Ronaldo Bispo dos Santos (Orientador)

Prof. Msc. Ricardo Coelho de Barros (1º Examinador)

Prof. Msc. Josbeth Correia Macário (2º Examinador)

Dedico este trabalho aos meus pais, por acreditarem em mim e me darem suporte durante toda a minha jornada.

AGRADECIMENTOS

Bom, cheguei ao fim, pelo menos deste ciclo. Essa jornada pela Universidade Federal de Alagoas foi uma experiência que ficará marcada na história daquele rapaz que, aos 10 anos, não fazia ideia do quão longe a educação poderia levá-lo. Que, ao ver a universidade pela janela do ônibus, se perguntava se um dia poderia estudar lá. Agradeço a Deus pelas oportunidades que surgiram na minha vida. Aos meus pais por todo o incentivo e suporte durante essa jornada.

À Maria Lúcia, minha querida mãe, meu maior exemplo de força. E a Ivanildo Francisco, meu querido pai, meu maior exemplo de resiliência e coragem. Ambos deixaram uma cidadezinha do interior e se mudaram para a capital de Alagoas para recomeçar do zero, desejando que os filhos tivessem mais oportunidades. Fizeram tudo o que estava ao seu alcance para me moldar e me ajudar a seguir caminho dos livros. Vocês são meus maiores incentivadores na jornada pela educação. Meu muito obrigado.

Às minhas queridas irmãs, Geydna e Juliana, por torcerem e me incentivarem durante toda a minha jornada. Além disso, agradeço por me aturarem ao longo de todos esses anos, especialmente nos momentos de chatices do irmão mais velho. Aos meus avós, Maria, Antônio, Benedita e Penedo, que, infelizmente, já partiram, mas sempre me ensinaram a importância de seguir em frente, o meu eterno agradecimento.

Aos professores que passaram pela minha vida no ensino fundamental, médio e superior, deixo o meu mais sincero agradecimento. Vocês abriram meus olhos e me mostraram que a educação pode transformar vidas.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Ronaldo Bispo, agradeço pelo suporte e paciência ao longo dessa incrível trajetória de aprendizado. Sou eternamente grato por ter sido acolhido como seu orientando.

Durante o curso de Jornalismo, tive o privilégio de conhecer pessoas incríveis que estiveram ao meu lado em diversos desafios que surgiram ao longo dos períodos e que levarei para sempre em meu coração.

Aos meus amigos Leonardo Ferreira, Hermes Winícius, (vulgo Greg) Luiz (Tanaka), Iara Melo, Amanda Ferreira, Jéssica Viturino, Mariângela Martins, Letícia Ferreira, Nataly, Natália Luísa (Cabelinho) e Renato, que conheci durante o curso e que tornaram as noites mais divertidas e empolgantes, meu muito obrigado por me acompanharem e por compartilharem suas experiências ao longo dessa jornada.

Aos amigos João Paulo e Wanderson Calixto, que conheci no ensino médio e que me incentivaram em diversos momentos, meu muito obrigado.

Por último, mas não menos importante, expresso minha gratidão aos profissionais de comunicação com quem tive a honra de conviver, trabalhar e aprender. Vocês sempre mostraram o melhor caminho para superar os desafios, dos mais complexos aos mais simples. Agradeço profundamente pelo direcionamento e conhecimento compartilhados: Maria das Graças, George Cavalcanti, Stéfany Caldas, Wellington Lira, Sérgio Gusmão e Anne Baden.

“O jornalismo é, antes de tudo e sobretudo, a prática diária da inteligência e o exercício cotidiano do caráter.”

Cláudio Abramo

Resumo

Este trabalho apresenta uma descrição técnica detalhada do processo de construção do projeto voltado para redes sociais, intitulado “Checkpoint: ponto seguro de informação sobre tecnologia e o mundo dos videogames”. Desenvolvido como modalidade de postagens voltadas às plataformas digitais, o projeto integra o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). O principal objetivo é fornecer informações sobre o universo dos videogames e tecnologia, utilizando uma abordagem jornalística adaptada às dinâmicas das redes sociais. Além disso, o projeto busca colocar em prática as habilidades adquiridas ao longo da graduação, aliando teoria e prática por meio das experiências obtidas durante estágios e trabalhos na área de comunicação. Dessa forma, o Checkpoint visa atender essa parcela de usuários que consomem informativas em seu dia a dia no contexto digital.

Palavras-Chave: Videogames. Redes Sociais. Conteúdo Multiplataforma. Produção de conteúdo para mídias Sociais.

Abstract

This work presents a detailed technical description of the construction process of the project focused on social networks, entitled “Checkpoint: safe point of information about technology and the world of video games”. Developed as a type of posting aimed at digital platforms, the project is part of the Course Completion Work (TCC) of the Journalism course at the Federal University of Alagoas (UFAL). The main objective is to provide information about the universe of video games and technology, using a journalistic approach adapted to the dynamics of social networks. Furthermore, the project seeks to put into practice the skills acquired throughout the course, combining theory and practice through experiences obtained during internships and work in the area of communication. In this way, Checkpoint aims to serve this portion of users who consume information in their daily lives in the digital context.

Keywords: Videogames. Social Media. Multiplatform Content. Content production for Social media.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 – Edição da identidade visual

Figura 2 – Edição de cards para postagens no feed e story

Figura 3 – Edição do conteúdo audiovisual

Figura 4 – Equipamentos de captação

Figura 5 – Equipamento para pós-produção

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	01
2. DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....	02
2.1 Links de acesso para as produções.....	02
3. OBJETIVOS.....	03
3.1 Geral.....	03
3.2 Especifico.....	03
4. PESQUISAS REALIZADAS.....	04
5. PROCESSO DE PRODUÇÃO.....	06
5.1 Criação da identidade visual.....	06
5.2 Criação de conteúdo para as redes sociais.....	07
5.3 Equipamento utilizado.....	09
6. RESULTADOS.....	10
7. REFERÊNCIAS.....	11

1. INTRODUÇÃO

Este relatório é o resultado do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). O produto experimental Checkpoint: ponto seguro de informação sobre tecnologia e o mundo dos videogames consiste na produção de conteúdo para mídias sociais, com foco na adaptação de notícias e informações voltadas a um público-alvo interessado em um nicho específico.

O consumo de informação passou por uma metamorfose à medida que a humanidade evoluiu nos meios de comunicação. A forma como recebemos as notícias mudou radicalmente. Há 50 anos, seria necessário esperar mais de um dia para obter atualizações sobre um fato. Atualmente, as informações chegam de forma instantânea e são atualizadas a cada minuto, sem a necessidade de aguardar o jornal impresso do dia seguinte ou o noticiário da noite.

A cada ano, cresce o número de brasileiros com acesso à internet, e a porcentagem de usuários com um pouco mais de 10 anos só aumenta. O Brasil lidera o consumo de notícias online na América Latina. Saber o que está acontecendo no mundo em apenas alguns segundos já é uma realidade, e as redes sociais, como Instagram e X (antigo Twitter), estão à frente na distribuição de informações noticiosas.

Segundo os autores Carla Schwingel e Carlos A. Zanotti (2010), em um mundo onde o uso das redes sociais cresce exponencialmente, os profissionais de jornalismo devem ocupar esses espaços, utilizando as estratégias e ferramentas oferecidas pelo ambiente digital. É necessário adaptar-se às plataformas com o objetivo de elaborar, compartilhar e distribuir informações de maneira eficiente.

Com base nesse contexto, optei por desenvolver um produto experimental voltado a postagens para redes sociais. Esse formato abre um leque de possibilidades e maneiras pelas quais as notícias podem ser trabalhadas.

2. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Para o meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), desenvolvi um projeto de criação de postagens para as redes sociais, focado em notícias sobre videogames e tecnologia. O produto, denominado “Checkpoint”, é um perfil nas principais plataformas sociais – Instagram, Twitter, TikTok e YouTube – que como objetivo compartilhar informações para esse público.

O termo “Checkpoint” surgiu como referência aos pontos de segurança que podem ser encontrados nos jogos. No perfil, os usuários encontraram um ponto seguro de informação, onde os entusiastas de tecnologia e videogames podem conferir as últimas atualizações.

Para compartilhar as notícias, foi elaborado imagens, textos e vídeos, as postagens foram pensadas para terem um visual padronizado e informativas, garantindo que o público-alvo receba conteúdo de alta qualidade.

No Instagram, as postagens incluem cards para o feed, imagens para os storys e vídeos curtos, destacando lançamentos de jogos e gadgets. No Twitter, o foco está em atualizações rápidas, adaptando as notícias para o seu formato mais enxuto. O TikTok é utilizado para vídeos curtos que capturam as principais informações das novidades. Já no YouTube, são publicados vídeos mais longos e detalhados, como reviews de jogos e resumo da semana.

2.1 Links de Acesso para as produções

Instagram: <https://www.instagram.com/checkpointoficial/>

Twitter/X: <https://x.com/checkipoint>

Youtube: <https://www.youtube.com/@CheckpointOficial/videos>

Tiktok: https://www.tiktok.com/@checkpoint710?_t=8rVILA2bkV5&_r=1

3. OBJETIVOS

3.1 Geral

O objetivo do “Checkpoint” é informar sobre o mundo dos videogames, através de uma abordagem jornalística adaptada para principais redes sociais.

3.2 Especifico

- Criar uma identidade visual padronizada;
- Adaptar notícias para o formata das redes sócias;
- Criar conteúdo multiplataforma.

4. PESQUISAS REALIZADAS

O jornalismo é uma área em constante transformação, cujas mudanças ocorrem para se adaptar a circunstâncias políticas, econômicas e tecnológicas. Os meios de produção dessa profissão têm passado por essa metamorfose continuamente, buscando acompanhar os avanços tecnológicos.

Segundo a definição dos autores Rabaça e Barbosa (2020, p. 30), o jornalismo é uma atividade que tem como fonte primária a apuração dos fatos, o processamento e a transmissão de informações sobre o que está acontecendo no momento, por meio de veículos de difusão coletiva, como jornais, revistas, rádio, televisão e cinema. Esse cenário começa a mudar com a evolução da tecnologia nos anos 1990, quando o material noticioso impresso passa a competir com a internet.

Em 2023, o IBGE constatou que mais de 80% da população com 10 anos ou mais utiliza a internet, e, segundo a CNN, mais da metade desses usuários acessam jornais, notícias e revistas online para se informar. Em 2022, o IBGE também apontou que 86,5% das pessoas com 10 anos ou mais possuíam um telefone móvel para uso pessoal. Ano após ano, o consumo de informações por dispositivos móveis aumenta, enquanto o número de leitores de jornal impresso segue em declínio.

Para acompanhar o ritmo da internet, as notícias tiveram que se adaptar: informações que antes eram publicadas apenas após a investigação completa passaram a ser divulgadas em textos curtos com dados preliminares, sendo complementadas ao longo do dia. Dessa forma, as matérias online são atualizadas continuamente, enquanto o jornal impresso traz uma versão mais contextualizada do acontecimento.

O consumo de informação pelas redes sociais não é algo que surgiu apenas nos últimos 10 anos. antigas comunidades online, era um facilitador na busca por matérias de interesse específico dos usuários e promoviam uma maior proximidade com o público.

A construção de postagens para redes sociais como instrumento de criação de notícia jornalística surge como uma resposta às transformações no consumo de informação e à crescente presença das plataformas digitais na vida cotidiana. Com a popularização do acesso à internet e o aumento do uso de dispositivos móveis, os veículos de comunicação encontraram nas redes sociais um meio eficiente de entregar informações rápidas e diretas. Nesse contexto, a capacidade de sintetizar dados e adaptá-los às especificidades de cada plataforma se torna essencial para jornalistas que buscam ampliar o alcance de suas notícias e atrair públicos diversificados.

Para os profissionais de jornalismo, esse ambiente propicia uma nova forma de comunicação, onde as publicações curtas e frequentes não substituem, mas complementam as matérias mais detalhadas, formando um ciclo informativo que atende às diferentes necessidades do público contemporâneo.

5. PROCESSO DE PRODUÇÃO

Neste capítulo será descrito todas as etapas realizadas para a construção do perfil, conteúdo e edição

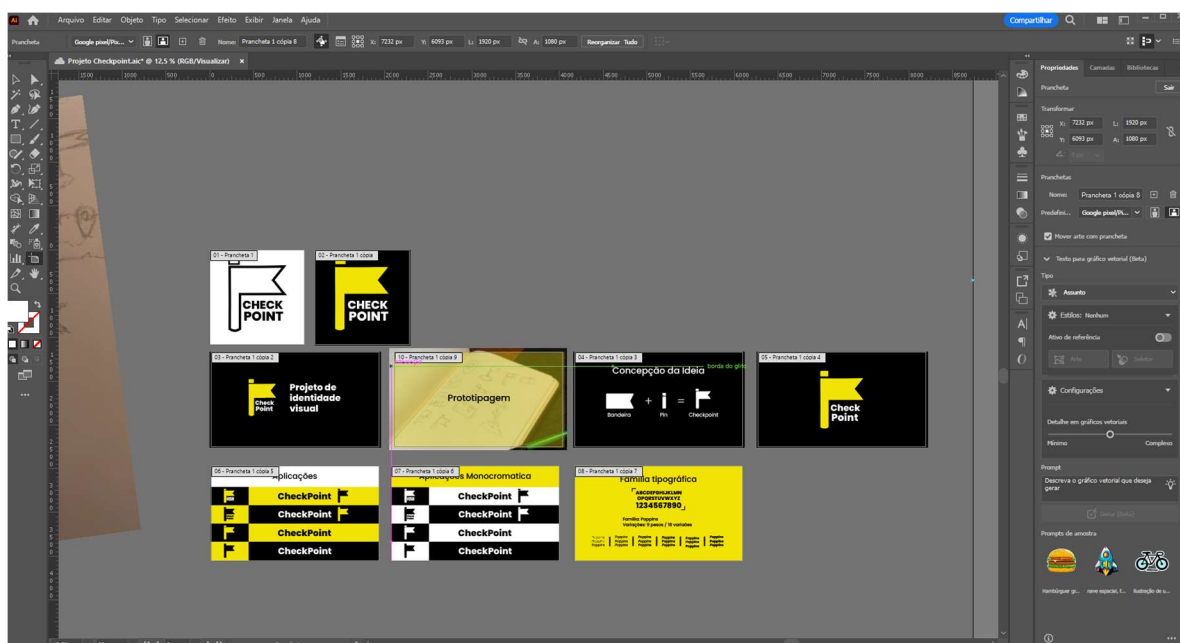
5.1 Criação da identidade visual

Antes de iniciar a produção do conteúdo para as redes sociais, priorizei na minha lista de atividades o desenvolvimento da identidade visual do perfil, dessa forma, todo conteúdo teria feito seguiria uma linha padronizada.

Com o nome Checkpoint definido, seguindo os pontos de segurança e repouso dos jogos, criei alguns esboços de ícones para transformá-lo na logomarca do perfil. Para que houvesse uma abrangência ampla da aplicação da marca, foi definido que o ícone deveria ter um formato simples, minimalista e cores que chamasse a atenção e passasse seriedade.

A partir do esboço do ícone, a imagem foi digitalizada para passar pelo processo de vetorização. Para realizar isso, utilizei o programa adobe Illustrator. Após essa etapa foi criado um arquivo de apresentação da identidade visual, contendo a concepção da ideia, ícone, aplicações e família tipográfica para a marca.

Figura 1 – Edição da identidade visual



Print do projeto no programa Adobe Illustrator. Fonte: Jeydson Silva

A ideia do ícone, representado por uma bandeira, remete a um ponto seguro de informação, além de fazer referência aos pontos de segurança nos jogos, frequentemente

simbolizados por esse elemento. A forma minimalista foi concebida com o propósito de facilitar sua aplicação em diversos contextos, tanto digitais quanto impressos.

No que diz respeito à paleta de cores, foram selecionados três tons com significados específicos: o amarelo (código hexadecimal: #F2E306), associado ao entendimento e à clareza; o preto (código hexadecimal: #000000), que simboliza a curiosidade; e o branco (código hexadecimal: #FFFFFF), que representa a verdade e a transparência.

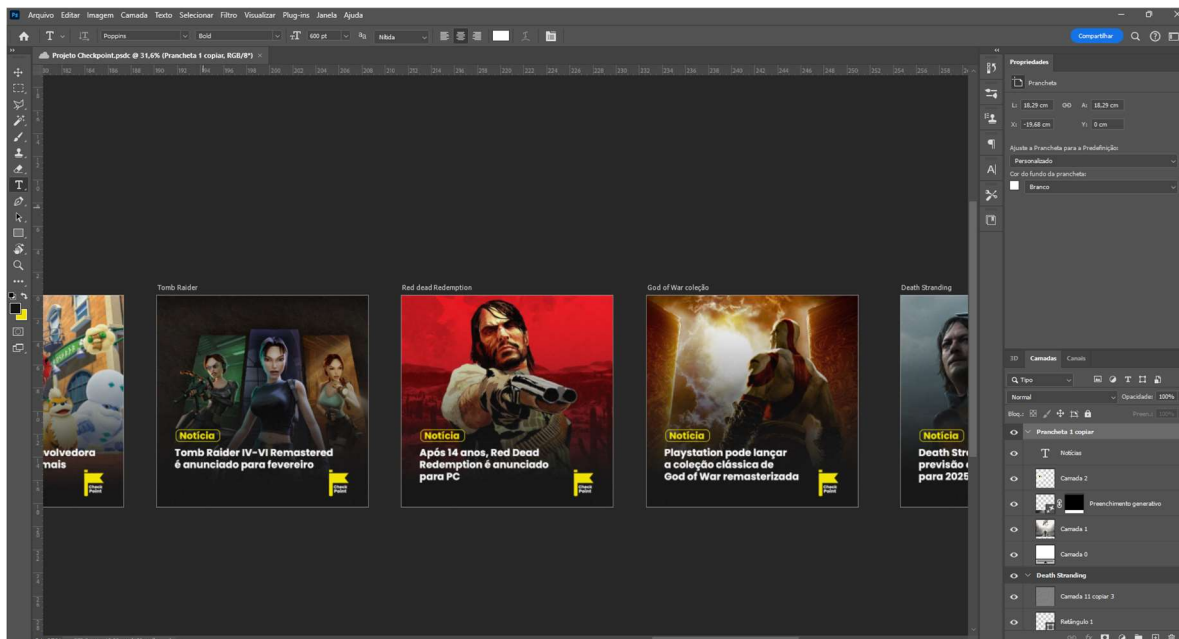
A família tipográfica escolhida para o projeto foi a fonte Poppins, que apresenta nove pesos distintos, totalizando 18 variações. Essa fonte foi selecionada por seu design arredondado, que favorece a criação de conteúdos digitais e se revela altamente versátil para materiais impressos, além de passar a ideia de ser amigável ao público.

5.2 Criação de conteúdo para as redes sociais

Após o desenvolvimento da identidade visual, foi necessário definir quais redes sociais utilizar para a adaptação das notícias. Optei por produzir conteúdo para quatro redes sociais: Instagram, Twitter, TikTok e YouTube. Com essa definição, iniciou-se o processo de criação das postagens específicas para cada plataforma.

Como as redes sociais são bastante dinâmicas, o conteúdo foi adaptado para cada uma delas. O processo de produção de conteúdo começou com a pesquisa de temas e assuntos do momento. Em seguida, a matéria foi criada no programa Word, e as imagens, no programa de manipulação de imagens Photoshop. As imagens foram desenvolvidas em dois formatos: o primeiro para o feed e o segundo para os stories.

Figura 2 – Edição de cards para postagens no feed e story.

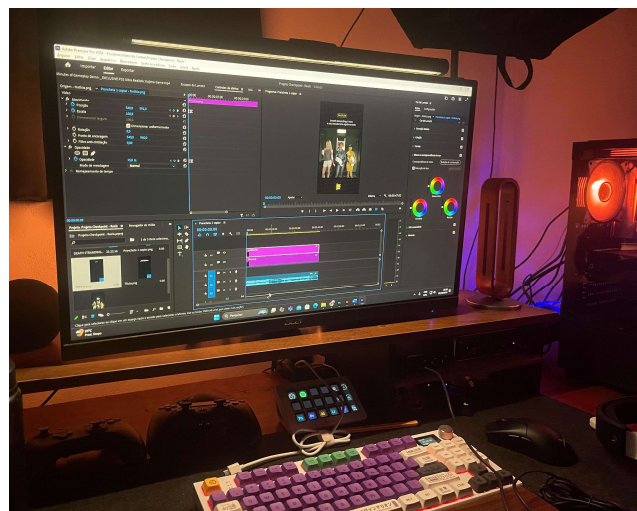


Print do projeto no programa Adobe Photoshop. Fonte: Jeydson Silva

Além do conteúdo estático, foram produzidos vídeos curtos para compor a programação de reels e TikToks. Foi necessário elaborar pequenos roteiros de gravação para que a narração da notícia fosse apresentada da melhor maneira possível, acompanhada de imagens que exemplificassem as informações transmitidas.

Para o YouTube, foi criado um vídeo de análise de um dos grandes lançamentos de jogos do ano. Para desenvolver esse conteúdo, as imagens da gameplay foram capturadas com o programa OBS, o roteiro foi elaborado após a finalização do jogo, a narração foi gravada no programa Audacity com o microfone Quadcast, e todo o processo de edição foi realizado no programa Adobe Premiere.

Figura 3 – Edição do conteúdo audiovisual



Projeto de edição no programa Adobe Premiere. Foto: Jeydson Silva

Após ter o conteúdo pronto, entrei na etapa de criação do perfil em cada rede sociais e o agendamento das postagens.

5.3 Equipamento utilizado

Para a realização das filmagens, utilizei equipamentos de minha propriedade, sendo eles: um iPhone 12 Pro Max, microfone cardioide Quadcast, microfone de lapela Maono WM620, Softbox Andoer LM60Bi e bastão de LED RL 30.

A edição de todo o material foi realizada em um desktop com a seguinte configuração: processador Ryzen 7 5700x, 32GB de memória RAM, armazenamento SSD de 1TB, placa-mãe Steel Legend B450, watercooler de 240mm e placa de vídeo Nvidia RTX 3070.

Figura 4 – Equipamentos de captação



Equipamento de gravação. Foto: Jeydson Silva

Figura 5 – Equipamento para pós-produção



Desktop utilizado. Foto: Jeydson Silva

6. RESULTADOS

Considerando tudo o que foi apresentado nas redes sociais do Checkpoint, criar postagens com determinada frequência foi bastante desafiador, exigindo aprendizado e adaptação constantes às notícias que surgem a todo instante.

Durante o desenvolvimento do projeto, enfrentei algumas dificuldades. A primeira foi a adaptação do conteúdo para diferentes redes sociais, cada uma com suas próprias características. Textos com muita informação e detalhes tiveram que ser comprimidos para se adequar a certas plataformas. Além disso, gravar conteúdo em vídeo e falar diretamente para a câmera foi um dos maiores desafios, já que não tenho muita afinidade com essa prática. A gestão de tempo também se mostrou um obstáculo, manter uma frequência de postagens sem comprometer a qualidade, contando apenas com o horário noturno e os finais de semana disponíveis, exigiu muito planejamento.

Com o decorrer do projeto, aprendi que as habilidades de adaptação e flexibilidade são essenciais. Cada rede social requer uma abordagem específica para o conteúdo produzido. Entender como cada plataforma funciona e otimizar o processo de criação de postagens é fundamental para construir uma notícia de maneira eficaz.

No projeto Checkpoint, percebemos que é possível criar postagens com um aspecto jornalístico adaptado para as redes sociais, que, em sua maioria, contêm conteúdos mais informais. Além disso, pude colocar em prática e aprimorar habilidades do jornalismo moderno, utilizando texto, imagem e vídeo para criar conteúdo informativo.

7. REFERÊNCIAS

CARLA SCHWINGEL & CARLOS A. ZANOTT. **Produção e colaboração no Jornalismo Digital**. Editora Insular. Florianópolis, 2010.

CASARIN H.C.S & CERIGATTO M.P. **As mídias como fonte de informação: aspectos para uma avaliação crítica**. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação. São Paulo, v. 13, n. especial, 2017, p. 155-176

CNN. **Mais de 10 milhões de brasileiros não acessam internet por não saberem usar a tecnologia, diz IBGE**.

Disponível:<[IBGE. **Em 2023, 88,0% das pessoas com 10 anos ou mais utilizaram Internet**.](https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/mais-de-10-milhoes-de-brasileiros-nao-acessam-internet-por-nao-saberem-usar-a-tecnologia-diz-ibge/#:~:text=Brasileiro%20est%C3%A1%20mais%20tempo%20na%20internet&text=Entre%20os%20adeptos%20da%20tecnologia,%2Dmails%20(60%2C5%25)> Acessado em: 25/10/2024.</p></div><div data-bbox=)

Disponível:< [IBGE. **161,6 milhões de pessoas com 10 anos ou mais de idade utilizaram a Internet no país, em 2022**.](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41026-em-2023-87-2-das-pessoas-com-10-anos-ou-mais-utilizaram-internet#:~:text=Observa%2Dse%20uma%20cont%C3%ADnua%20expans%C3%A3o,%2C6%25%2C%20em%202023.> Acessado em: 25/10/2024</p></div><div data-bbox=)

Disponível:<[MATIAS, B.S. **Credibilidade na Rede: As Redes Sociais como Fontes de Informação dos Jornais Online**. Vila Relá, 2016.](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38307-161-6-milhoes-de-pessoas-com-10-anos-ou-mais-de-idade-utilizaram-a-internet-no-pais-em-2022#:~:text=Em%202022%2C%2086%2C5%25,2021%20(84%2C4%25).> Acessado em: 25/10/2024.</p></div><div data-bbox=)

RABAÇA, C.A. BARBOSA, G. **Dicionário de Comunicação**. Ed 5 Campus, 2020. 30p.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. 2009