

**FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO -  
FECAP**

**RELAÇÕES PÚBLICAS**

**GABRIELA MARTIN**

**O *INFOTAINMENT* E SEU PAPEL DE INFLUÊNCIA NA  
OPINIÃO PÚBLICA:  
UM ESTUDO DE CASO DO EPISÓDIO “MACONHA” DO  
PROGRAMA GREG NEWS.**

**São Paulo**

**2021**

**GABRIELA MARTIN**

**O *INFOTAINMENT* E SEU PAPEL DE INFLUÊNCIA NA OPINIÃO  
PÚBLICA:  
UM ESTUDO DE CASO DO EPISÓDIO “MACONHA” DO  
PROGRAMA GREG NEWS.**

Monografia apresentada à Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

**Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Helena Jacob**

**São Paulo**

**2021**

**GABRIELA MARTIN**

**O *INFOTAINMENT* E SEU PAPEL DE INFLUÊNCIA NA OPINIÃO PÚBLICA NA  
DESCRIMINALIZAÇÃO DA *CANNABIS*:**

**UM ESTUDO DE CASO DO EPISÓDIO “MACONHA” DO PROGRAMA GREG  
NEWS.**

Monografia apresentada à Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado –  
FECAP, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

**COMISSÃO JULGADORA:**

---

**Nome do Membro externo**  
**Instituição de origem**

---

**Nome do Membro interno**  
**Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP**

---

**Helena Jacob**  
**Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP**  
**Professora Orientadora – Presidente da Banca Examinadora**

**São Paulo, \_\_\_\_ de dezembro de 2021**

*Dedico meu trabalho à todas as pessoas que lutam pela descriminalização de uma planta que foi estigmatizada.*

## AGRADECIMENTOS

*A todos que estiveram nessa jornada.*

*Ao meu pai, mãe e irmão que desde o princípio puxaram meu pé e me motivaram a ir além. À minha vó, que sempre me apoia. Aos meus amigos, que me incentivam e ajudam quando eu perco as esperanças. Obrigada a vocês, que acreditam em mim e me mostram que eu sou capaz, quando eu já nem mesmo acreditava mais. Vocês foram imensamente importantes.*

## Resumo

Este trabalho tem como tema principal o *infotainment* e sua influência na opinião pública a partir de uma pesquisa bibliográfica, no recorte do cenário brasileiro, por meio de um estudo de caso. Apresenta como objetivo central do estudo analisar a efetividade do cumprimento do papel de informar do objeto de pesquisa, o episódio “MACONHA” do Greg News, em relação à força do *infotainment* sobre a opinião pública relativa às discussões sobre a descriminalização da *cannabis* no Brasil, assim como, compreender o conceito de *infotainment* e sua atuação no âmbito da opinião pública; refletir sobre o uso do *infotainment* em sua transmissão de informações que são consideradas um tabu na sociedade, no caso, a descriminalização da *cannabis*; e por fim, entender o papel do objeto de estudo e sua força em um âmbito social, e verificar o seu impacto de influência na opinião pública no YouTube com o intuito de refazer uma nova imagem através da quebra de estereótipos e criação de novos símbolos (Lippmann, 2010). Ao utilizar métodos bibliográfico e documental, foi possível entender o conceito de *infotainment*, qual a história da *cannabis* e manipulação da opinião pública sobre o seu uso através do tempo, além de visualizar a mudança de comportamento do público no consumo de programas televisivos. Por meio do estudo de caso do episódio “MACONHA”, do Greg News, no YouTube, foi possível, com a pesquisa documental, adaptar uma análise de conteúdo juntamente com uma auditoria de imagem para identificar a reputação do objeto de estudo; engajamento do público, seu perfil e sua interação através da plataforma de exibição; e enfim, identificar o posicionamento da opinião pública sobre a *cannabis*. Dessa maneira, ainda existe um amplo escopo de novas análises de conteúdos e o impacto de novos gêneros de transmissão de mensagens na opinião pública, alinhando o profissional de Relações Públicas com paradigmas contemporâneos aos novos meios.

**Palavras-chave:** Infotainment. *Cannabis*. Maconha. Opinião Pública. Greg News. Relações Públicas. YouTube.

## ABSTRACT

This study has as its main theme the infotainment and its influence on public opinion from a bibliographical research, inside Brazilian scenario, through a case study. The thesis' main objective is to analyze the effectiveness of fulfilling the role of informing from the research object, the episode "MACONHA" of Greg News tv show, in relation to the infotainment's potential on public opinion in the issue related to discussions on the decriminalization of cannabis in Brazil, as well as, fathom the concept of infotainment and how it acts in the scope of public opinion; meditate on the use of infotainment to deliver information that is considered taboo in society, in this case, the decriminalization of cannabis; and finally, understand the role of the object of study and its strength in a social context, and verifying its impact on public opinion on YouTube in order to remake a new image by breaking stereotypes and creating new symbols (Lippmann, 2010). By using bibliographic and documentary research methods, it was possible to discern concepts about infotainment, the history of the cannabis plant and the manipulation of public opinion about its use throughout history; and understand the change in the behavior of the public in the consumption of television programs. Through the case study episode "MACONHA", from Greg News, available on YouTube, it was possible, with the documentary research, to adapt a content analysis along with an image audit, to better understand the reputation of the object of study; audience engagement; their interaction through the chosen exhibition platform; what is the profile of the mass public; and finally, identify the position of public opinion on cannabis. Thus, there is still a wide scope of new content analysis and the impact of new message transmission genres on public opinion, aligning the Public Relations professional with contemporary paradigms and permanent discussions on new medias.

**Keywords:** Infotainment. Cannabis. Weed. Public Opinion. Greg News. Relações Públicas. YouTube.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>Introdução.....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Cannabis, Opinião Pública e <i>Infotainment</i>.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1</b>	<b>Breve história sobre a <i>cannabis</i>.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2</b>	<b>Opinião pública e <i>cannabis</i>.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2.1</b>	<b><i>Reputação da cannabis</i>.....</b>	<b>15</b>
<b>2.3</b>	<b>O conceito de <i>infotainment</i>.....</b>	<b>18</b>
<b>3</b>	<b>Mudança de Consumo de Conteúdo Audiovisual e o Greg News .....</b>	<b>22</b>
<b>3.1</b>	<b>YouTube.....</b>	<b>22</b>
<b>3.2</b>	<b>Greg News .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2.1</b>	<b><i>Greg News no gênero do infotainment</i>.....</b>	<b>30</b>
<b>4</b>	<b>Estudo de Caso: “Maconha” .....</b>	<b>33</b>
<b>4.1</b>	<b>Análise do episódio .....</b>	<b>37</b>
<b>4.2</b>	<b>Análise dos comentários.....</b>	<b>39</b>
<b>5</b>	<b>Considerações Finais .....</b>	<b>48</b>
	<b>Referências.....</b>	<b>50</b>
	<b>Apêndice A - Transcrição do Episódio.....</b>	<b>55</b>
	<b>Apêndice B - Tabela dos 50 comentários selecionados com classificação por usuário de cannabis e opinião geral. ....</b>	<b>108</b>

## 1 Introdução

O presente estudo busca entender o *infotainment*, que segundo Dejavite (2007), é um conjunto jornalístico que possibilita ao mesmo tempo, informação e entretenimento. e sua a capacidade de influência na opinião pública, e para delimitação, escolheu-se o episódio “MACONHA” do programa Greg News, um programa de autoria da HBO *Latin America Originals* com coprodução do Porta dos Fundos, comandado pelo apresentador Gregório Duvivier, que é ator, escritor e humorista e colunista no jornal *Folha de São Paulo*.

O uso do entretenimento na informação é cada vez mais presente, e segundo Trigo (2019, p. 136), o entretenimento é parte da história, pois alguns atos, como o brincar, jogar e fantasiar, que muitas vezes não são considerados como um meio de entretenimento, fazem parte de todas as civilizações e períodos humanos.

Foi necessária uma avaliação do cenário brasileiro para entender qual meio de difusão seria o melhor a ser analisado, considerado o fator de pandemia de Covid-19, acesso aos dados públicos, e comportamento de consumo da população do país, e dentro da crescente demanda por vídeos na internet, e adaptações de entrega de conteúdo pelas emissoras de televisão para plataformas *on-demand*, chegou-se à plataforma YouTube.

No cenário atual, acreditamos que mesmo o acesso à internet no Brasil sendo limitado, com 25% da população ainda não conectada (*dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - Tecnologia da Informação e Comunicação – Pnad Contínua TIC, realizada em 2018 e divulgada em 2020 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE*), de acordo com a *Agência Brasil* (2020), o acesso à televisão por assinatura é ainda mais desigual. Segundo a reportagem do jornal *O Estado de Minas* (2021), apenas 30% dos domicílios brasileiros contam com televisão por assinatura (*dados da Pnad Contínua 2019*). Além disso, os respondentes da pesquisa ainda afirmam que optam por não ter o serviço de televisão por assinatura, pois os vídeos pela internet sanam as suas necessidades.

Segundo o jornal *Poder360* (2020), houve um crescimento de consumo das redes sociais nos últimos anos e em consequência, a maioria da população usa as

mídias sociais para se informar. Dessa maneira, optou-se por delimitar a pesquisa ao âmbito dos serviços de streaming, especificamente o YouTube, que oferta seus conteúdos de maneira gratuita, já que o programa eleito como objeto de estudo está disponibilizado na internet acessível a todos.

Já a delimitação para a temática da *cannabis* foi feita pensando nos debates recentes da descriminalização da planta em território brasileiro, onde desde 2015, vêm-se discutindo a sua liberação para uso medicinal através do projeto de lei PL 399/2015, apresentado por Fábio Mitidieri (PSD/SE). Ainda que diante de um cenário incerto, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) em 2015, segundo o portal UOL (2019), retirou o canabidiol (CBD), substância provida da *cannabis*, da lista de substâncias proibidas no país, porém, muita da matéria-prima ainda é importada, fazendo com que seu custo ainda seja elevado.

Assim, escolheu-se o episódio “MACONHA” do Greg News, com a hipótese de que o *infotainment* é utilizado de maneira a levantar questões acerca de temáticas polêmicas, resultando em uma influência na opinião pública na criação de debates entre o público espectador, particularmente no episódio analisado

Essa pesquisa pretende analisar a efetividade do cumprimento do papel de informar do objeto de pesquisa, o programa Greg News, em relação à força do *infotainment* sobre a opinião pública na questão relativa às discussões sobre a descriminalização da *cannabis* no Brasil. De maneira a alcançar o objetivo central, foi-se determinado objetivos específicos, sendo eles: compreender o conceito de *infotainment* e como ele atua no âmbito da opinião pública; refletir sobre o uso do *infotainment* para transmitir informações que são consideradas um tabu na sociedade, no caso, a descriminalização da *cannabis*; e entender o papel do objeto de estudo e sua força em um âmbito social, e verificar o seu impacto de influência na opinião pública.

Nos primeiros capítulos, por meio de pesquisa bibliográfica das temáticas tratadas. O presente trabalho busca explicar os conceitos centrais da pesquisa, sendo eles a história e reputação da *cannabis*, o conceito de opinião pública e o de *infotainment* (Capítulo: *Cannabis, Opinião Pública e Infotainment*). Ao entender melhor os três pilares centrais, podemos então partir para uma análise do consumo de mídias

e a mudança de comportamento dos espectadores e sua transição para o consumo do YouTube, assim como o surgimento do programa escolhido e como ele se encaixa no gênero do *infotainment* (Capítulo: *Mudança de Consumo de Conteúdo Audiovisual e o Greg News*).

E por fim, após o levantamento e aprofundamento de conceitos buscou-se uma análise do episódio “MACONHA”, escolhido como estudo de caso, onde em uma pesquisa exploratória qualitativa foi feito um levantamento documental de dados públicos através de plataformas e ferramentas gratuitas, com o intuito de analisar mais a fundo a reputação do programa diante da opinião pública.

Em uma adaptação de análise de imagem, juntamente com uma análise de conteúdo, foi possível entender a dinâmica do programa e a interação do público com o episódio em questão, através de filtros de conteúdo para compreensão do perfil do espectador, seu comportamento e como é levantado o debate do tema. Em vista disso, o último capítulo demonstra a influência do programa na geração de debates sobre a temática tratada e a percepção do público e suas opiniões diante do episódio.

## 2 Cannabis, Opinião Pública e *Infotainment*

No contexto comunicacional, segundo Torquato (2014, p. 30), é crucial definir de forma clara o conteúdo da mensagem, levando em consideração os seus objetivos e quem irá recebê-la, para que não haja ruídos entre emissor e receptor. A mídia, no entanto, fala de forma massiva, e diante da situação do mercado, é necessário criar uma audiência, que consuma e dissemine as informações produzidas.

Diante disso, é necessário criar mecanismos onde o público se identifique com o conteúdo, e segundo Horkheimer e Adorno (2012), a indústria cultural oferece o divertimento capaz de dissuadir o público de seus problemas. O entretenimento elaborado de maneira massiva e sem nenhuma premissa informativa tem a finalidade de alienar o público, isto é, distanciá-los do cotidiano. Tendo em vista que para a emissora é importante que haja um interesse da massa diante do que é transmitido pelo canal, a idealização de um gênero como o *infotainment*, torna possível a inserção de um programa como o Greg News numa grade televisiva de canal por assinatura, como a HBO, que é totalmente voltada para o entretenimento, com filmes, séries e documentários.

Mas, de acordo com Kellner (2001), a mídia também é um potente meio que possibilita a resistência e luta contra a dominação, tornando assim, o *infotainment* um importante gênero jornalístico que viabiliza uma discussão acerca de ideologias, de uma maneira considerada mais amena. Muitas discussões políticas são tratadas no programa Greg News, e para delimitação, escolheu-se o episódio sobre a *cannabis*, já que a discussão sobre a legalização do seu uso vem tomando força nos últimos tempos, e em março de 2020, deu-se um passo em sua legalização para uso medicinal no Brasil, pois entrou em vigor a resolução *RDC 327/2019* da ANVISA, que segundo reportagem do portal *UOL* (2020), “libera a comercialização de produtos à base de *Cannabis* em farmácias de todo o país” (RODRIGUES, 2020). E segundo o portal *SECHAT* (2021), o projeto de lei que regulamenta o uso de cannabis medicinal, será votado ainda no ano de 2021, como afirmado pelo deputado Paulo Teixeira (PT-BR).

## 2.1 Breve história sobre a *cannabis*

Iniciemos essa discussão acerca do conteúdo central do episódio “MACONHA”, a *cannabis*. A planta que há 38 milhões de anos faz parte do mundo, ou seja, mais antiga do que o próprio ser humano (HOLLAND, 2010, p.11), já era utilizada pelos nossos ancestrais. Segundo Holland (2010), sua utilização ia além de medicinal, pois foram datados tecidos à base de cânhamo na China 7000 a.C., além de evidência do seu consumo no Egito entre 1400 e 2000 a.C. No primeiro milênio antes de Cristo, havia uma grande produção agrícola do cânhamo, que resultava em tecidos, cordas, papéis, telas, óleos para lâmpadas, alimentos e medicamentos.

Holland (2010, p.12) ainda cita que estudos recentes demonstram o potencial da *cannabis* para fins terapêuticos, e o cânhamo com fins de energia renovável e matéria prima para produção de papel. As suas sementes são fontes completas de proteína para os humanos, e podem servir de rações para animais, além do óleo de cânhamo poder ser utilizado para alimentação com eficiência nutricional, pois contém ácidos graxos, além dos hormônios Ômega 3 e 6.

Apenas esses argumentos citados por Holland (2010) seriam suficientes para a defesa do uso da *cannabis* para fins medicinais e industriais, entretanto, o seu uso recreativo e suas substâncias psicotrópicas e a guerra às drogas, mudam a opinião pública acerca de sua utilização. É necessário citar que a *cannabis* é a droga mais popular do mundo, segundo o *Relatório Mundial sobre Drogas de 2020 da ONU citado pelo Escritório de Ligação e Parceria no Brasil, da United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC)*<sup>1</sup>, em 2018 houve uma estimativa de que 192 milhões de pessoas utilizaram a *cannabis*, ademais, países de baixa renda sofrem com a escassez de opioides farmacêuticos, e considerando os países de baixa e média renda (cerca de 88% da população mundial), estima-se que há um consumo de menos de 10% de opioides farmacêuticos.

Um pioneiro na proibição da *cannabis* nos Estados Unidos, foi Harry J. Anslinger, que, segundo o jornal *The New York Times* (2020), é visto por especialistas como o fundador da guerra às drogas em território estadunidense. De acordo com o

---

<sup>1</sup> Disponível em: <[https://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/frontpage/2020/06/relatrio-mundial-sobre-drogas-2020\\_-consumo-global-de-drogas-aumenta--enquanto-covid-19-impacta-mercado.html](https://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/frontpage/2020/06/relatrio-mundial-sobre-drogas-2020_-consumo-global-de-drogas-aumenta--enquanto-covid-19-impacta-mercado.html)>. Acesso em 21 jul. 2021.

artigo, em 1937, ele foi lobista durante a decisão da lei ‘*anti-marijuana*’, ou anti-maconha (tradução nossa), e obteve sucesso em seu argumento de que apenas um cigarro poderia induzir uma “mania homicida”.

Na imprensa brasileira, segundo o relatório feito pela Kaya Mind (2021), trata a cannabis de maneira tendenciosa, sendo constatado que o termo ‘*cannabis*’ é utilizado de maneira a falar positivamente da planta, com fins medicinais, ou ligados à negócios. Já o termo ‘maconha’, é ligado a notícias com negativas, como por exemplo, o tráfico de drogas, sendo 89% das matérias com o termo ‘maconha’ de teor negativo.<sup>2</sup>

A imagem estadunidense negativa acerca da cannabis se espalhou pelo público e foi implantada no imaginário das pessoas através de novos símbolos ligados à maconha através de políticas antidrogas. Para Lippmann (2010, p.197), os símbolos são poderosos e úteis para a condição de mudança da opinião pública, e ele diz ainda que as palavras por si só não causam o impacto sozinhas, elas precisam, na verdade, ser proferidas por “pessoas estrategicamente posicionadas” e expressadas “no momento oportuno”.

## **2.2 Opinião pública e *cannabis***

A problemática é disposta de maneira a enfatizar o estereótipo dos usuários, a fim de conectar a *cannabis* ao preconceito popular diante de populações precarizadas no país. Harry Anslinger (analogamente ao pensamento de: “pessoa estrategicamente posicionada” de Lippmann (2010, p.197), não apenas liderou a guerra às drogas nos Estados Unidos de 1930 a 1962, de acordo com o jornal *The New York Times*, como introduziu um novo nome à *cannabis*, que era patenteada por esse nome (HOLLAND, 2010, p.12), que passaria a ser conhecida como *marijuana*. Conforme Holland (2010), a opção foi escolhida com a finalidade de causar estranheza (analogamente ao pensamento de Lippmann (2010, p.197): “momento oportuno”) aos estadunidenses, já que a palavra era ligada ao idioma espanhol e conseqüentemente, aos imigrantes mexicanos, juntamente, havia uma ligação aos músicos de jazz que fumavam o que era conhecido como “mezz” (baseado/cigarro de maconha), que segundo a Holland (2010), causou um reflexo xenofóbico e racista sobre a política antidrogas.

---

<sup>2</sup> Relatório completo para compra e/ou amostra gratuita disponível em: <<https://kayamind.com/relatorio-cannabis-na-imprensa/>>. Acesso em: 23 abr. 2021. A empresa Kaya Mind, foi contatada e disponibilizou o material completo para fins acadêmicos para elaboração dessa pesquisa.

O posicionamento político de Harry Anslinger, foi essencial para a sua política e argumentos *'anti-marijuana'*, podendo observar:

[...] Política é interessante quando há uma luta, ou como dizemos uma questão.

E, a fim de tornar a política popular, questões têm que ser encontradas, mesmo quando na verdade e na justiça elas não existem, nenhuma, no sentido de que as diferenças de julgamento, ou princípio, ou fato, não clamam pelo recrutamento da belicosidade.

Mas onde a belicosidade não é recrutada, aqueles entre nós que não estão diretamente envolvidos acham difícil que isso possa prender nosso interesse. (LIPPMANN, 2010, p.153).

Dessa maneira, a política antidrogas foi implementada tratando a *cannabis* como uma vilã, juntamente com a pressão conservadora diante do aumento do consumo da *cannabis* durante a Lei Seca, que de acordo com o *Cannabis&Saúde* (2020), grandes magnatas estavam envolvidos na produção de plástico e papel, se tornando pretexto também para acabar com a concorrência industrial do cânhamo na produção do papel e plástico, assim foi despertado o interesse coletivo em ser contra o inimigo: *marijuana*.

### **2.2.1 Reputação da cannabis**

Segundo o relatório da Kaya Mind (2020), Harry J. Anslinger obteve ajuda de William Hearst, que era dono de uma rede de jornais nos Estados Unidos, usando assim o seu controle da mídia a fim de disseminar informações que levaria à uma imagem negativa da *cannabis*. Juntos eles iniciaram uma campanha contra a maconha, não mais chamada pelo nome que fora patenteada (*cannabis*), então foi trabalhada uma imagem em cima de medos já presentes como a imigração. Segundo o jornal *El País* (2017), entre 1892 e 1954, a ilha de Ellis em Nova Iorque, foi concentrada a entrada de 12 milhões de imigrantes. Porém, em 1924, de acordo com o jornal, foi criada uma lei racista e restritiva de cotas por país, foi o início de mais proibições de imigrantes, onde em 1930, aproximadamente um terço dos residentes de origem mexicana, foram expulsos do território americano.

Um estereótipo foi ali firmado, opondo-se ao pensamento conservador estadunidense de 1930, à *marijuana* ligada aos imigrantes, criando um ódio a tudo que remetesse a *cannabis*, em conformidade com o que Lippmann (2010) descreve em seu livro 'Opinião Pública':

Ao odiar violentamente certa coisa, nós de imediato a associamos como sendo a causa ou o efeito de muitas outras coisas que odiamos ou tememos violentamente. [...] Medos antigos, reforçados por medos recentes, coagulam num emaranhado de medos onde qualquer coisa que é temida é a causa de qualquer outra coisa que é receada. (LIPPMANN, 2010, p.144-145).

Não foi diferente no Brasil, onde, segundo o relatório da Kaya Mind (2021), a luta contra o seu uso já havia sido iniciada no século 19. A presença do cânhamo em território brasileiro remete à viagem dos portugueses ao país, onde as embarcações tinham velas e cordas feitas de cânhamo, e escravizados trouxeram suas sementes. Mas, enquanto Portugal investia no plantio da *cannabis* para produção de diversas matérias primas, o uso psicoativo da planta era inteiramente ligado aos africanos e seus descendentes, motivando sua primeira restrição em 1830, no Rio de Janeiro. E até hoje se vê refletido o estereótipo e a segregação de uso, como disposto no relatório:

Esse objetivo segregacionista se mantém até hoje, ainda que de forma velada. A Guerra às Drogas, promovida pelo ex-presidente estadunidense Richard Nixon em 1971, e popularizada mundialmente desde então, tem como principal justificativa a saúde e segurança pública, mas suas consequências evidenciam seu real fundamento. Essa campanha, como prometia, não acabou com o narcotráfico e o consumo de drogas – muito pelo contrário. (KAYA MIND, 2021, p.29).

No Brasil, a guerra às drogas é um pretexto para perseguir pessoas em situações vulneráveis, quase que uma guerra de classes como levantado pelo jornal *Intercept* (2019), e que muitas vezes é entendida como necessária até mesmo pelo público que é perseguido, pois existe uma estigmatização no uso de drogas pela população mais pobre. O jornal ainda expõe fatos de que onde há legalização, há regulamentação, e em consequência um maior controle do uso das substâncias, pois existe maior controle do estado nos pontos de venda e, em consequência, o tráfico dessas substâncias diminuí, e como resultado, diminui-se a violência gerada pela guerra as drogas.

Entretanto, uma nova história vem sendo escrita a favor da *cannabis*, ao novamente entendermos os seus potenciais benefícios farmacêuticos, têxteis e alimentícios, podemos recriar uma nova reputação à planta, que de acordo com o relatório de 2021 da empresa especializada em *cannabis*, a *Kaya Mind* (2021), desde 2013 vêm-se presenciando mudanças no comportamento de países quanto à relação

com a política proibicionista de drogas, sendo o Uruguai o primeiro país a legalizar o uso da maconha.

Por isso, ao discutir de um tema considerado um tabu na sociedade brasileira, onde apenas os estados de São Paulo e Rio de Janeiro, de acordo com a revista *Piauí* (2021), gastaram R\$ 5 bilhões para aplicar a Lei das Drogas apenas em 2017, reforçando a política de guerra às drogas no país. Sendo que, segundo Newton Marques, economista, para o jornal *Metrópolis* (2021), o Brasil só teria a ganhar economicamente com a legalização, considerando-se que o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) de cigarros, varia entre 30% e 45%, se aplicado de maneira similar à *cannabis*, a arrecadação poderia chegar à R\$ 19 bilhões.

E foi em 2018, que as transformações se tornaram mais evidentes no setor, com diferentes regulamentações ao redor do mundo, incluindo o Brasil, onde desde 2015, a ANVISA, já tinha iniciado o processo de regulamentação de medicamentos à base de *cannabis* com prescrição médica, para uso pessoal apenas. Para isso, um grande aliado para mudança da opinião pública, é o *infotainment*, que ao juntar o jornalismo e o entretenimento, consegue de maneira leve, comunicar a sua audiência sobre a temática tratada.

E para quebrar estereótipos preconceituosos, segundo Trigo (2019, p. 163), grupos sociais bem-organizados fazem *lobbies* no setor do entretenimento para mudar cenários de grupos minoritários – atribuindo uma responsabilidade de moldar uma nova opinião pública sobre inimigos em comum – porém, ainda se tem um grande fervor à guerra as drogas, e frequentemente usuários de drogas ainda são usados como uma fonte de ‘mau’, pelo entretenimento.

Os neonazistas e narcotraficantes têm a vantagem de ser quase que unanimemente condenados pela opinião pública, mesmo pelos milhares de pessoas que compram um baseado ou alguns gramas de cocaína. Se bem que não se deve cair no engodo de que é a classe média que banca o narcotráfico comprando suas drogas. Os verdadeiros culpados são os governos hipócritas que tacitamente permitem – ou não conseguem evitar – a corrupção de parte de suas elites [...] e toleram a distribuição ilícita de drogas ilegais graças aos altíssimos lucros gerados. (TRIGO, 2019, p.163-164).

O *infotainment* é um aliado na transmissão de informações, com finalidade de trazer novas simbologias a determinado assunto, pois o símbolo, de acordo com

Lippmann (2010), é um instrumento de poder que, usado por líderes pode movimentar multidões, e isso se deve ao privilégio hierárquico atribuído. O símbolo é uma construção que pode causar mudanças na opinião pública:

Devido ao seu poder de remover a emoção de ideias distintas, o símbolo é ao mesmo tempo um mecanismo de solidariedade e de exploração. [...], o símbolo é também um instrumento através do qual uns poucos podem modificar os muitos, impedir a crítica, e seduzir os homens a enfrentarem a agonia por objetos que eles não compreendem. (LIPPMANN, 2010, p.209).

O *infotainment* pode ser um meio que poderia ajudar a movimentar uma massa. Uma massa, segundo Martín-Barbero (1997):

[...] É um fenômeno psicológico pelo qual os indivíduos, por mais diferente que seja seu modo de vida, suas ocupações ou seu caráter, estão dotados de uma alma coletiva que lhes faz comportar-se de maneira completamente distinta de como o faria cada indivíduo isoladamente. [...] (MARTÍN-BARBERO, 1997, p.47).

E de acordo com o autor, a cultura de massa traz a possibilidade de comunicar com diferentes classes da sociedade, mas é importante que haja circulação dessa informação (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 59). Logo, a gratuidade, é um dos fatores que transforma esse conteúdo mais acessível para todos os públicos.

### **2.3 O conceito de *infotainment***

Segundo Dejavite (2007, p.2), “O jornalismo de INFOtenimento é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter [...]”, isto é, o *infotainment*, ou infotenimento, é uma maneira de entregar ao receptor, o serviço de noticiar e informá-lo, de maneira conjunta com o entretenimento, que busca divertir esse receptor. A autora ainda explica que até a década de 1960, o público esperava que a informação contivesse uma descrição apurada, precisa e comprovada de um fato jornalístico, explicando contextos que fizessem com que o receptor compreendesse de maneira mais profunda e reflexiva o seu significado. Entretanto, na atualidade, o público espera um conteúdo mais “cênico”, ou seja, um conteúdo que entretenha e distraia, além de somente a informação e o fato formado.

Conforme Thussu (2007, p.7), o termo *infotainment* surgiu no final da década de 80, com o intuito de definir tudo o que era então considerado equivocado na televisão contemporânea, referindo-se, como dito por Dejavite (2007), um gênero misto entre entretenimento e informação. Como afirma Thussu, “[...] The phenomenon

of infotainment denotes a type of television news where style triumphs over substance, [...].”<sup>3</sup> (2007, p.8), dessa maneira, tentando captar mais a atenção do receptor através de uma boa editoração e diagramação do conteúdo, como exemplificado no seguinte trecho por Dejavite:

A fotografia, a própria diagramação, o infográfico, a tabela, a ilustração e o gráfico são outros exemplos, que, muitas vezes, fala mais ao leitor do que o texto, porém, de uma maneira light, amena; oferecendo a imagem, os números, as cores, o inusitado, o contraponto. [...] (DEJAVITE, 2007, p.4).<sup>4</sup>

Diante de temas considerados tabus na sociedade brasileira, como é o caso da *cannabis*, que segundo o estudo sobre a imprensa feito pela *Kaya Mind* (2021), ainda é um tema que é tratado pela mídia de maneira distinta, ao deparar-se com as diferentes denominações. Alguns resultados da análise da imprensa brasileira, feita pela empresa foram: i) quando o assunto é tratado com o termo ‘*cannabis*’, 72% do conteúdo analisado foi considerado positivo, e; ii) quando se é usado o termo ‘*maconha*’, apenas 11% do conteúdo analisado foi considerado positivo, mostrando assim o poder de uma reestruturação na imagem da substância.

Porém, não é somente a *cannabis* que enfrenta um preconceito quanto a sua funcionalidade, o *infotainment* ainda é alvo de críticas por estudiosos que não podem não considerar o seu papel de informar. Esse fato é trazido por Dejavite:

Essa discussão esbarra em um outro motivo. O fato de que o jornalismo de INFOtenimento não deveria fazer parte do universo jornalístico. [...]

Talvez, seja possível explicar essa atitude se se levar em consideração que esse tipo de opção profissional pode, em uma avaliação superficial, deixar de lado em sua prática alguns dos princípios que orientam a atividade jornalística, especialmente, o caráter de denúncia e de crítica social. [...] (DEJAVITE, 2007, p.11).

A importância de um conteúdo que entretém e é informativo sobre o assunto, como o *infotainment* é capaz de entregar, pode causar mudanças positivas para a opinião pública, trazendo um assunto sério, de maneira leve:

Na prática, acontece que muitos conteúdos tidos como sérios também podem ser considerados não sérios. Por exemplo, quando uma charge de jornal satiriza um assunto que está na manchete da primeira página, dando-lhe uma nova exterioridade por meio de dados acrescidos pelo ponto de vista do chargista ou, então, por um ângulo não explorado. Aparentemente, neste

---

<sup>3</sup> “[...] o fenômeno do *infotainment* denota um tipo televisivo onde “a apresentação triunfa sobre o conteúdo, [...]” (tradução nossa)

<sup>4</sup> No original: oferecendo a imagem, os números, as cores, o inusitado, o contra-ponto. [sic] [...]

caso, aquilo que se denominou de conteúdo sério (a política) apresenta-se como uma roupagem não séria. (DEJAVITE, 2007, p.4).

De acordo com Imbert (2008, p.16), dentro do ambiente televisivo, existe uma tendência de representações da realidade, com cada vez mais espetacularização, e dentro desse âmbito, se encontra o *infotainment*: “El imperativo del espectáculo, con la subsiguiente contaminación del modelo informativo, que conduce al *infotainment* (la espectacularización de la información)” (IMBERT, 2008, p.17).<sup>5</sup> O modelo informativo, segundo o autor é contaminado com o entretenimento, entretanto, esse tipo de linguagem deixa o conteúdo mais atrativo e mais abrangente, e a televisão ainda é um meio de comunicação de muita importância para a sociedade, é nela que ainda há representatividade do coletivo, e conforme cita Imbert (2008):

[...] Pero la televisión, más allá de la trivialidad de sus contenidos, más allá del cariz estandarizado de sus formas, es también un espacio con una enorme carga simbólica, espacio de consolidación y también de puesta a prueba de la identidad colectiva, donde se recogen y condensan los grandes debates colectivos, aunque sea trivializándolos o transformándolos en espectáculo. (IMBERT, 2008, p. 37).<sup>6</sup>

O alinhamento do entretenimento à informação, não pode ser visto como banalidade, e de acordo com Trigo:

Em termos de mídia, a realidade da sociedade do espetáculo, conceituada por Debord na década de 1960, que leva à seleção de fatos para virarem notícias de acordo com as condições de espetáculo que carregam e com a capacidade que têm de emocionar as pessoas, levou alguns autores a usarem a expressão *infotainment*. E é sempre bom lembrar que vivemos num mundo que nos chega editado, no qual, com o qual e a partir do qual construiremos novas variáveis históricas. Se a marca de entretenimento está inclusive nas notícias que recebemos e com as quais nos inserimos no mundo e analisamos a realidade que nos cerca, fica demarcada sua importância. (TRIGO, 2019, p. 6).

Segundo Trigo (2019, p.14), a informação é uma mercadoria valiosa na sociedade moderna, e ela é controlada por diversas empresas de diferentes setores produtivos, então, por mais que o intuito é transmitir uma mensagem de maneira informativa, ela será visada e transformada para o consumo, independentemente de estar, ou não, aliada ao entretenimento. Dessa maneira, é crucial que haja uma informação com referências concretas e que busque informar através do entretenimento, e não entreter através de informação.

---

<sup>5</sup> “O imperativo do espetáculo, com a subsequente contaminação do modelo informativo, que conduz ao *infotainment* (a espetacularização da informação)” (IMBERT, 2008, p.17, tradução nossa)

<sup>6</sup> “Mas, a televisão, além da trivialidade dos seus conteúdos, além do olhar padrão de suas formas, é também um espaço com um enorme peso simbólico, um espaço de consolidação e de prova da identidade coletiva, onde se recorre e condensa os grandes debates coletivos, mesmo que de maneira trivial e espetacularizada” (IMBERT, 2008, p. 37, tradução nossa)

O entretenimento triunfa na mídia contemporânea, com os recursos das imagens evocando um imaginário sensorial impulsionado pela visão. Mesmo nos produtos notadamente jornalísticos, como os noticiários televisivos, em que a informação é a “matéria-prima”, o apelo às sensações ou emoções se mantém altamente valorizado. Nos programas televisivos, a união entre informação e entretenimento – que dá origem ao termo *infotainment* – atende aos interesses comerciais das empresas corporativas de comunicação, pois o *infotainment* tem a capacidade de capturar interesse do público, conseguindo assim “vender” o produto televisivo a ser consumido. (AGUIAR; CRUZ, 2019, p. 3).

Assim, a aliança entre a informação e o entretenimento, com o intuito de tratar temas delicados, ou tabus, para a sociedade, como a *cannabis*, aparenta ser benéfico para dialogar com o público de maneira eficaz, ainda sim amena.

### 3 Mudança de Consumo de Conteúdo Audiovisual e o Greg News

De acordo com o estudo da *Kantar Ibope Media (2021)*, os internautas são assíduos consumidores de vídeo, um mercado em constante expansão. O consumo, entretanto, não é apenas de informações, mas de entretenimento, isto é visto principalmente pela movimentação da rede social Twitter durante 2020, onde dois dos programas mais comentados no mundo na rede social, foram reality-shows brasileiros: Big Brother Brasil (Globo) e A Fazenda (Record).<sup>7</sup>

Ou seja, o telespectador está mais conectado na internet, já que 80% dos brasileiros assistiram vídeos online gratuitos, comparado com 65% dos estrangeiros. O ano em especial contou com coberturas jornalísticas específicas do cenário político nacional, as eleições norte-americanas e o movimento Black Lives Matter, e de acordo com Adriana Favaro, Diretora de Desenvolvimento de Negócios da Kantar Ibope Media, foram fatores que favoreceram a procura por canais de notícia, resultando nas pessoas passando 30% a mais de tempo assistindo esse conteúdo jornalístico.

Porém, mesmo que esse consumo venha desacelerando diante da flexibilização das medidas restritivas provenientes da pandemia do coronavírus, segundo o mapeamento *Digital Consumer Study*, realizado pela Nielsen em parceria com a Toluna e disponibilizado no *Meio e Mensagem (2021)*, o interesse por streaming deve permanecer mesmo após o período pandêmico, e o seu consumo já ultrapassa o de TV aberta em termos de horas, sendo o YouTube, o líder entre os canais de streaming mais utilizados (citado por 86% dos entrevistados).

#### 3.1 YouTube

Tendo em vista que as mídias sociais foram pioneiras como fonte de notícia em 2020, a pesquisa também mostra o crescimento de 20% da utilização de mídias sociais entre 2013 e 2020 (*Reuters Institute, 2020*<sup>8</sup>). Segundo o relatório *Digital News Report 2020*, disponibilizado pelo jornal *Poder360 (2020)*, 67% dos brasileiros utilizam as mídias sociais como fonte de notícia, pode-se as plataformas digitais se tornaram

---

<sup>7</sup> Estudo disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/estudo-mostra-o-poder-do-entretenimento-na-tv/>>. Acesso em 8 out. 2021.

<sup>8</sup> Relatório Digital News Report 2020, disponibilizado pelo jornal Poder360 em: <[https://static.poder360.com.br/2020/06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://static.poder360.com.br/2020/06/DNR_2020_FINAL.pdf)>. Acesso em 8 out. 2021.

grandes potências de transmissão de mensagens, podemos também ver esse reflexo no consumo recorde de vídeos durante o ano de 2020.

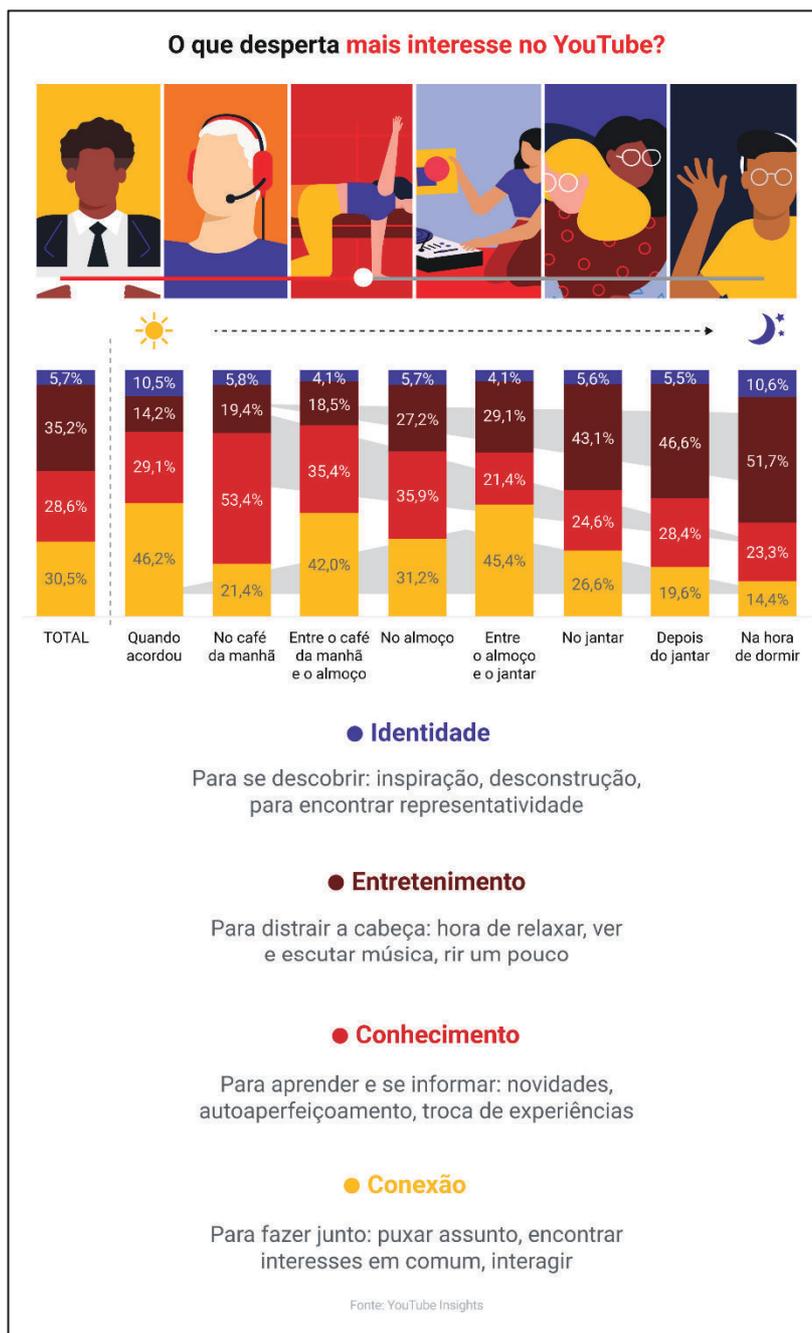
Diante dessa nova realidade é importante que os meios de comunicação se adaptem a esse também novo comportamento. E hoje, como uma alternativa à televisão, existe o Youtube, plataforma fundada em 2005, e comprada pela Google em 2006. Segundo o portal *Canal Tech* (20--), o YouTube chegou no Brasil em 2007.

O YouTube, de acordo com o seu *blog oficial dedicado à imprensa*, conta mensalmente com 2 bilhões de usuários logados no site, uma potência mundial de conteúdo na internet com mais de 500 horas de conteúdo carregadas por minuto na plataforma. De acordo com a própria plataforma, no site institucional, a missão do YouTube “é dar a todos uma voz e revelar o mundo”, e seus valores se baseiam em Liberdade de expressão; Direito à Informação; Direito à oportunidade; e, Liberdade para Pertencer.

O YouTube, em 2019, foi o segundo site mais acessado do mundo, segundo o blog *Rock Content* (2019), perdendo apenas para o Google, e a plataforma atendeu cerca de 2 bilhões de usuários mensais, disponível em mais de 80 idiomas, e com mais de 1 bilhão de horas de conteúdo consumidas diariamente, a mídia social é uma grande potência de criação e exposição de conteúdo, é de esperar que o YouTube seja a plataforma de vídeo favorita dos brasileiros. De acordo com a revista *IstoÉ Dinheiro* (2020), 105 milhões de brasileiros acessam a mídia mensalmente, e com a pandemia o seu consumo aumentou e hoje 40 milhões de brasileiros consomem a plataforma pela TV, resultando em um crescimento de 120% em relação à 2019.

O YouTube, já faz parte da rotina dos brasileiros e segundo dados da própria plataforma, 35,2% do conteúdo consumido diariamente é sobre entretenimento, muito disso vem da propensão do consumo noturno do entretenimento, como podemos ver na imagem a seguir:

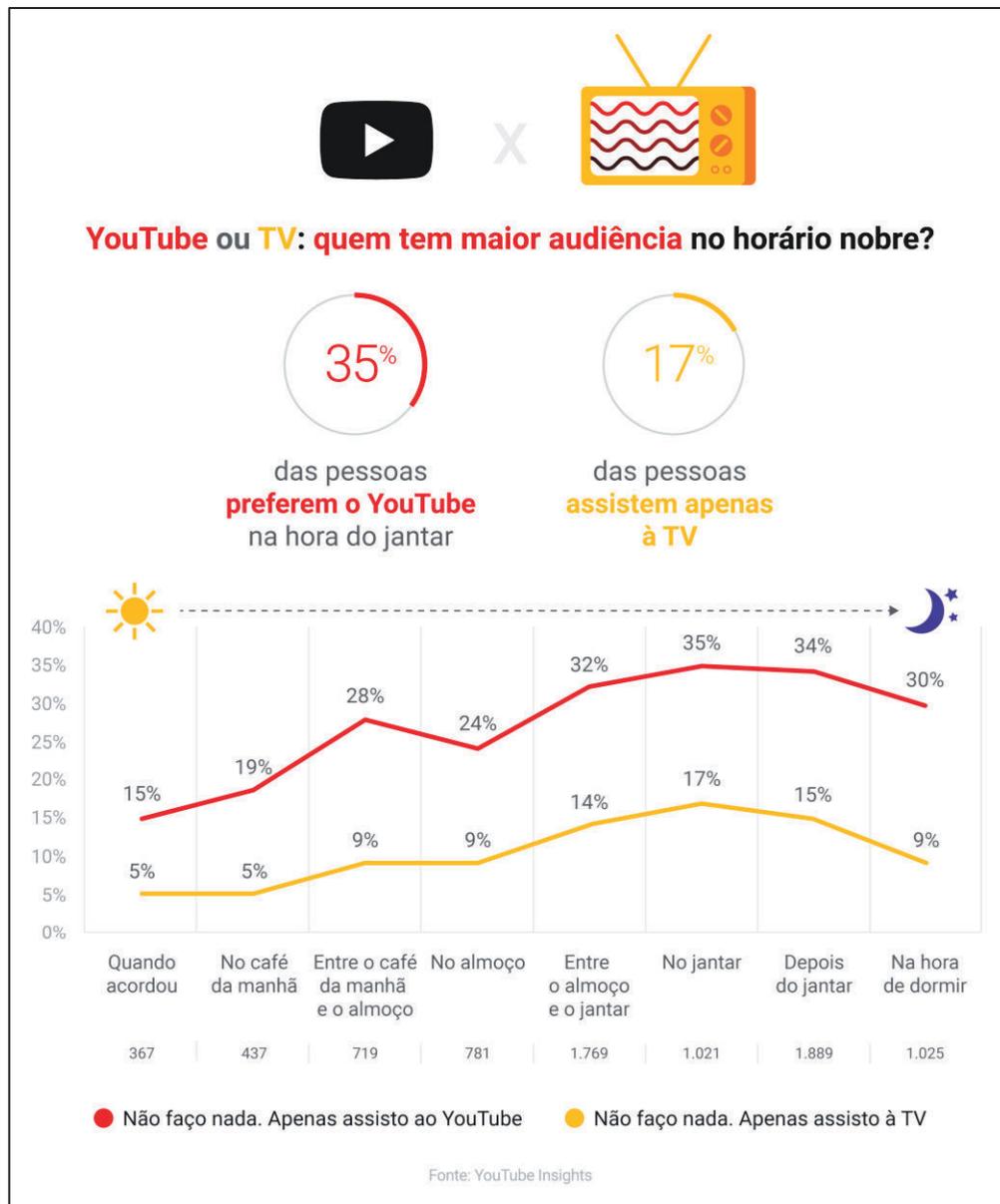
**FIGURA 1 – O QUE DESPERTA INTERESSE NO YOUTUBE**



Fonte: Think With Google. (2021)

E diante da análise, pode-se perceber que o comportamento do telespectador também mudou, já que 35% das pessoas assistem ao Youtube durante o jantar, contra 17%, apenas com TV.

**FIGURA 2 – AUDIÊNCIA DO YOUTUBE NO HORÁRIO NOBRE**



Fonte: Think With Google. (2021)

Seguindo a tendência de aumento de consumo de streaming na pandemia, o YouTube, conforme anunciado no evento *Brandcast*, e divulgado pela *Meio e Mensagem* (2020), 91% dos brasileiros aumentaram o seu tempo na plataforma. O Brasil não se destaca apenas em consumo de conteúdo, mas também em criação, mais de 1800 canais brasileiros tem mais de 1 milhão de inscritos, sendo que entretenimento e bem-estar são quem mais dominam. Vale lembrar que a pesquisa

foi realizada pela *Why Video*, e o estudo foi realizado em agosto de 2020, pela *Talkshoppe* com cerca de dois mil entrevistados de 18 a 65 anos no Brasil.

O programa escolhido para ser objeto de estudo desse trabalho é o Greg News com Gregório Duvivier, em específico o episódio “MACONHA” da 4ª temporada, que é produzido pela HBO Brasil, que seu canal no YouTube tem mais de 979 mil inscritos<sup>9</sup>. A lista de reprodução com todos os episódios do programa (GREG NEWS com Gregório Duvivier) conta com mais de 100 vídeos<sup>10</sup>, atualizada semanalmente conforme a exibição do programa.

### 3.2 Greg News

O Greg News é um programa produzido pela HBO Latin America Originals, que vai ao ar na HBO Brasil, com coprodução do coletivo Porta dos Fundos, apresentado por Gregório Duvivier, que é ator, cofundador do coletivo Porta dos Fundos, escritor, humorista e colunista no jornal *Folha de São Paulo*. O programa, Greg News teve início em 2017 com a proposta de adaptação de outros programas internacionais, como o *Late Week Tonight with John Oliver*, estilo late-night talk show satírico, utilizando o humor para transmitir informação. Em 2021 o programa estreou a sua quinta temporada na HBO Brasil.

A HBO, autora do programa, é uma subsidiária da WarnerMedia, anteriormente conhecida como Time Warner, que foi adquirida em 2016 pela AT&T segundo o jornal *Meio e Mensagem* (2018), e que, em 2018, era a maior empresa de mídia do mundo, valendo 144 bilhões de euros, de acordo com dados divulgados pela *Statista* (2019). Desde 2007, a Time Warner já era considerada o maior conglomerado de mídia “[...] AOL-Time Warner, the world’s biggest media corporation, [...]”<sup>11</sup> (Thussu, 2007, p.12), uma formação que foi iniciada pela fusão de Time Inc. e Warner Communication em 1989, onde em 1995, Turner Broadcasting System foi acrescentada à empresa:

In the same year Time Inc. merged with Warner Communication, forming TimeWarner to which Turner Broadcasting Systems was added in 1995. Disney bought Capital Cities/ABC in 1995, thereby adding a broadcast

---

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/HBOBrasil>>. Acesso em 14 de setembro de 2021.

<sup>10</sup> Disponível em:

<<https://www.youtube.com/playlist?list=PLRhP9oJut01keHMIDtBtSm3IMmj6As83N>>. Acesso em 21 de julho de 2021.

<sup>11</sup> “AOL-Time Warner, a maior corporação de mídia do mundo [...]” (Thussu, 2007, p.12, tradução nossa)

network to a traditionally entertainment company. The \$80 billion merger in 1999, of two major US corporations, Viacom and CBS, created at that time the world's largest entertainment and media corporation, to be overtaken a year later by the merger of America on Line (AOL) and TimeWarner. [...] By 2006, fewer than ten corporations, most based in the US, owned a large section of the world's media industries, with AOL-Time Warner being at the forefront, [...]. All the major television corporations – Disney, Time Warner, News Corporation and Viacom – own multiple broadcast and cable networks and production facilities (THUSSU, 2007, p.48-49).<sup>12</sup>

Até o dia 14 de setembro de 2021, o Greg News tem 121 episódios, 5 temporadas, e é transmitido em televisão paga, no canal HBO; na internet, através do canal da HBO no YouTube; e, em formato de podcast, disponibilizado nas principais plataformas de streaming, como Spotify e Google Podcasts.

O programa é reconhecido internacionalmente e, em 2020, ganhou o prêmio no Telly Awards, que foi fundado em 1979 com o intuito de honrar a excelência de criação de conteúdo em diferentes plataformas, programas ou propagandas. O Greg News ganhou a prata na categoria de Televisão e Comentário Político, ou seja, podemos a partir disso visualizar o propósito do programa, que é criar debates e promover reflexões sobre as temáticas abordadas no programa.

Segundo Gregório Duvivier, o apresentador do programa, para o jornal *O Globo* (2017), o intuito é facilitar certos assuntos considerados complexos para a grande maioria da população:

O ideal do “Greg news” é pegar os temas sérios e abordá-los com uma linguagem que faça as pessoas terem saco de assistir ao programa. Não vou botar economistas para discutir a Taxa Selic, mas o espectador precisa, de alguma forma, entender como ela afeta as vidas de bilhões de pessoas, como ela afeta a todos nós. E tenho que fazer isso, sobretudo, tendo em vista que os jovens são o nosso público principal, sempre lembrando que essas discussões não estão passando por eles” — comenta Gregorio, para quem, infelizmente, nos dias de hoje “a ignorância e a desinformação parecem ser um projeto da sociedade. (ESSINGER, 2017).

---

<sup>12</sup> “No mesmo ano, a Time Inc. se fundiu com a Warner Communication, formando a TimeWarner cuja Turner Broadcasting Systems foi adicionada em 1995. A Disney comprou a Capital Cities/ABC em 1995, adicionando assim uma rede de transmissão a uma tradicional empresa de entretenimento. A fusão de US\$80 bilhões em 1999, de duas grandes corporações dos EUA, Viacom e CBS, criou na época a maior corporação de entretenimento e mídia do mundo, a ser superada um ano depois pela fusão da America on Line (AOL) e TimeWarner. [...] Em 2006, menos de dez corporações, sendo sua maioria com sede nos Estados Unidos, possuíam grande parte das indústrias de mídia do mundo, com a AOL-Time Warner na vanguarda, [...]. Todas as principais empresas de televisão - Disney, Time Warner, News Corporation e Viacom - possuem várias redes de transmissão e rede à cabo e centros de produção” (THUSSU, 2007, p.48-49, tradução nossa)

Os conteúdos trazidos pelo programa, podem se tornar densos, serem ignorados, ou atacados, por se tratar temas polêmicos, porém o engajamento do público através dos meios de pontuações disponíveis na internet, é positivo.

Com uma boa reputação da sua busca no Google, ao digitar no buscador o termo Greg News, é possível verificar a sua pontuação de acordo com a nota pública de 4,6/5 estrelas.<sup>13</sup> Além disso, o buscador dá uma visão geral do programa, com uma breve sinopse e comentários e com uma aprovação de 92% de usuários do Google que gostaram.

**FIGURA 3 – GREG NEWS NO GOOGLE PESQUISAR**



Fonte: Captura de tela feita pela autora na pesquisa do Google. Acesso em 7 set. 2021

<sup>13</sup> Pesquisa no buscador Google, disponível em: <https://g.co/kgs/Gt9rsr>. Acesso em 7 de setembro de 2021.

## FIGURA 4 – DESCRIÇÃO DO GREG NEWS NO GOOGLE PESQUISAR

O comediante Gregório Duvivier traz um olhar crítico e cômico para pautas fundamentais do Brasil e do mundo e vai além da conjuntura para destrinchar temas relevantes de forma acessível e divertida.

**Primeiro episódio:** 5 de maio de 2017

**Temporadas:** 4

**Duração:** 30 minutos

**Formato:** talk show

**Gênero:** Comédia, sátira

**Elenco:** Gregório Duvivier

**Episódios**

T05 E23 · Episódio 23  
24 de set. de 2021

T05 E22 · Episódio 22  
17 de set. de 2021

T05 E21 · Episódio 21  
10 de set. de 2021

Ver mais 45

Fonte: Captura de tela feita pela autora na pesquisa do Google. Acesso em 7 set. 2021

## FIGURA 5 – AVALIAÇÃO DO GREG NEWS NO GOOGLE PESQUISAR

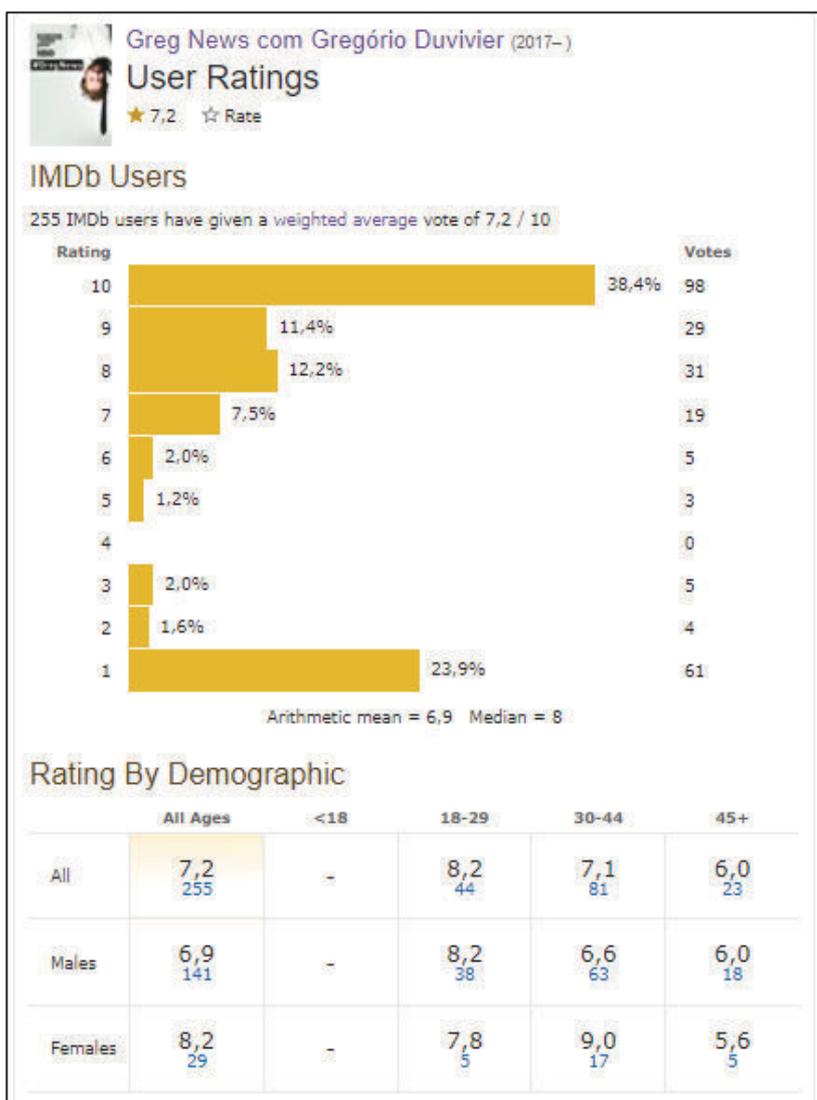


Fonte: Captura de tela feita pela autora na pesquisa do Google. Acesso em 7 set. 2021

Além do Google, uma outra maneira de avaliar a reputação, é o *IMDb*, que é um reconhecido site de críticas populares da internet. Considerando que o programa que foi sua inspiração *Last Week Tonight with John Oliver*, é o programa mais popular em séries de TV do gênero político, segundo o ranking com mais de 83 mil votos, e uma média de 8,9 e com origem em nos Estados Unidos em 2014, onde o *IMDb* tem uma grande reputação. Já o Greg News, em comparação, com uma origem no Brasil em 2017, onde o público não está tão conectado no *IMDb*, e a plataforma não é regionalizada, tem uma nota 7,2, com 255 *reviews*.

Pode-se observar nas notas do programa no *IMDb*, que 38,4% das notas dadas ao programa, foram 10, contra 23,9% nota 1. Além disso, vê-se um comportamento por faixa etária, já que a média do programa cai quando considerado apenas telespectadores acima dos 45 anos. Considerando o fato de que o consumo de YouTube, segundo o *Think With Google* (2017), atinge mais pessoas de 18 a 49 anos, do que a tv a cabo, pode-se concluir que grande parte dos telespectadores do programa, vem da internet.

**FIGURA 6 – AVALIAÇÃO DO GREG NEWS NO IMDB**



Fonte: Captura de tela feita pela autora no IMDb. (2021). Acesso em 7 set. 2021.

### 3.2.1 Greg News no gênero do infotainment

A dinâmica do programa é criada para trazer proximidade com o público, e segue uma estrutura com intermediários que, segundo Martín-Barbero (1997, p. 294)

facilita “[...] o trânsito entre a realidade cotidiana e o espetáculo ficcional. [...]”, trazendo mais conexão com a audiência e facilmente adaptável para outras plataformas de vídeo, como o YouTube, que não apenas na televisão.

A televisão recorre a dois intermediários fundamentais: um *personagem* retirado do espetáculo popular, o animador ou apresentador, e um certo *tom* que fornece o clima exigido, coloquial. O apresentador-animador – presente nos noticiários, [...] – mais que um transmissor de informações, é na verdade um *interlocutor*, [...]. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 294).

O Gregório Duvivier, se põe nessa posição de ‘personagem’, enquanto apresentador do programa, e transmite o discurso de maneira coloquial, podendo se encaixar facilmente nesse pretexto explicado por Martín-Barbero (1997), como intermediários fundamentais para uma transmissão de mensagens de maneira a ser absorvida pela sociedade latino-americana.

E o *infotainment* se tornou um meio de transmissão de ideia que aparentemente é bem-vindo pelo público brasileiro, e o entretenimento ele é inserido em momentos de sociedades que podem se tornar um refúgio ou um meio plural de manifestação de opinião, segundo Trigo (2019, p.129): “[...] As sociedades pós-industriais trazem o entretenimento e o espetáculo em um contexto de paradoxo, contradição, pluralismo social e novos desafios epistemológicos. [...]”. O Greg News, é um programa que está dentro do gênero do *infotainment*, e mesmo sobre o comando do apresentador Gregório Duvivier, que não é jornalista de formação, ele consegue entregar uma dinâmica informativa, porém alinhada com o humor. De acordo com Aguiar e Cruz (2019, p. 9), o programa consegue entregar ao público uma dosagem em quatro narrativas “[...] – informação, humor, opinião e vídeos –, que são entregues ao público em pequenas doses intercaladas, parece ser a captura do desejo do espectador em consumir infotenimento.”

O programa Greg News não apresenta sinais de preocupação em oferecer um produto isento dentro do modelo de jornalismo informativo. Pelo contrário. Do jornalismo, o programa se apropria da simbologia característica da profissão jornalismo e de seus dispositivos produtivos, inclusive resgatando produtos já veiculados anteriormente, ou seja, notícias já consolidadas como tal. Para garantir a audiência, o programa recorre à união entre informação e humor, chamado pelo neologismo infotenimento, uma velha fórmula já adotada, guardadas as proporções e temas, nos jornais sensacionalistas, que promovem o jornalismo de sensações para entreter e divulgar. (AGUIAR, CRUZ, 2019, p. 14)

Diante dos pontos apresentados no levantamento bibliográfico, viu-se a necessidade de se aprofundar sobre o tema, e então veremos a seguir o estudo de caso.

#### 4 Estudo de Caso: “Maconha”

Para análise do programa, dentro das possibilidades de distanciamento social impostas pela pandemia de coronavírus durante o período de 2021, foi-se realizado um estudo de caso, que para Duarte (2005, p.216), é uma estratégia para responder questões de ‘como’ e ‘por que’, quando o pesquisador não tem tanto controle sobre os eventos e quanto esse foco é um fenômeno contemporâneo inserido em contexto da vida real. Foi coletado evidências, que segundo Duarte (2005, p.229), é utilizado no estudo de caso e é necessário metodologias diferentes para assegurar uma melhor qualidade de pesquisa. Dessa maneira, foi-se pensado em princípio, um grupo focal – o que foi inviável dentro do contexto social brasileiro de pandemia em 2021 coletar uma amostra significativa – então, foi-se usada como uma análise de um misto de auditoria de imagem e análise do conteúdo, a respeito exclusivamente do episódio “MACONHA”, do Greg News.

Elegemos o YouTube, onde o programa Greg News é veiculado, para realizar essa análise, pois consideramos o fato de o Brasil ser o sétimo país mais desigual do mundo segundo o último relatório de 2019 do *Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud)*, que foi divulgado pelo portal *Uol* (2020), onde se explica que 49% da renda total do país está concentrada em uma parcela de 10% da população, ademais, a parcela de 1% mais rico, concentra 28% da renda. Ou seja, deixa-se desigual o acesso à televisão por assinatura, a principal plataforma onde o Greg News é veiculado. Dessa maneira, justificamos a escolha dessa pesquisa pelo YouTube, plataforma de acesso gratuito e, portanto, mais democrático.

O episódio escolhido para ser o objeto da pesquisa é o 29º episódio da 4ª temporada, “MACONHA”, com mais de 1,1 milhão de visualizações, o programa foi disponibilizado na plataforma no dia 23 de outubro de 2020 e tem duração de 28 minutos e 57 segundos. O episódio está disponibilizado gratuitamente no YouTube<sup>14</sup>, no canal oficial da HBO Brasil, com acesso a legendas em três línguas (português, inglês e espanhol) e com faixa etária de 16 anos. O detalhamento completo com as referências usadas pelo programa está no Apêndice A.

---

<sup>14</sup> Episódio do YouTube, disponível em: <https://youtu.be/j0xmA39kiZ8>. Acesso em 21 de julho de 2021

## FIGURA 7 – TÍTULO YOUTUBE 21 DE JULHO



Fonte: Captura de tela feita pela autora no episódio “MACONHA”, do Greg News, no YouTube. Acesso em 21 jul. 2021.

O vídeo tem uma reputação positiva quanto ao número de ‘curtidas’, e até o dia 21 de julho de 2021, contava com mais de 120 mil *likes/gostei*, e cerca de 2 mil *dislikes/não gostei*, resultando assim numa proporção de 10% do público favorável e engajado a se manifestar *versus* 0,19% do público desfavorável ao vídeo. Além disso, há mais de 9800 comentários, com o mais interagido com mais de 5 mil curtidas e mais de 90 respostas.

O episódio conta com mais de 20 pessoas na produção, abaixo a ficha técnica disponível na descrição do vídeo do YouTube.

- *Produzido por:* Roberto Rios, Eduardo Zaca, Patrícia Carvalho, Ricardo Kenski
- *Produzido por:* Tereza Gonzalez
- *Direção geral:* Alessandra Orofino
- *Redação final:* Gregorio Duvivier, Alessandra Orofino, Bruno Torturra
- *Dirigido por:* Karla Rafea
- *Direção de fotografia:* Alexandre Ramos, Miguel Lindenberg
- *Produção executiva:* Clara Machado
- *Editor-Chefe:* Bruno Torturra
- *Repórteres Senior:* Mariana Filgueiras, Luiza Miguez, Denis R. Burgierman
- *Repórter Júnior:* Amanda Célio
- *Redatores:* Arnaldo Branco, Eduardo Branco
- *Assistente de redação:* Mariana Moreira
- *Coordenador de videografismo:* Tiago Vianna
- *Coordenadora de design:* Flávia Falcão
- *Coordenação de Mídias Digitais:* Wee! Digital
- *Diretora de Arte:* Joana Mureb
- *Cenógrafa:* Roberta Paiva
- *Estilista:* Marcelo von Trapp
- *Figurista:* Juliana Ibarra

- *Diretora de Produção:* Clara Cardoso
- *Coordenadora de Produção:* Claudia Canavezes
- *Assistente de Direção:* Cadu Barcellos
- *Assistente de Produção:* Matheus Gondar
- *Controller:* Nathália Soares
- *Captação de Vídeo e Áudio:* Theodora Duvivier
- *Produtora de Finalização:* Talita Almeida
- *Editor:* Renzo Machado
- *Colorista:* Hebert Marmo - Marmo Entretenimento
- *Editor de Som e Mixador:* Vinicius Leal - Audiorama
- *Transcrição:* Santiago Lampreia
- *Legendas:* ETC Produções
- *Música Tema:* Plínio Profeta
- *Designer de Vinheta de Abertura e Créditos:* Maria Julia Studio
- *CEO Porta dos Fundos:* Christian Rôças (Crocás)
- *Diretora Geral de Produção:* Mirela Girardi
- *Secretária Executiva:* Ana Elisa Araújo
- *Gerente Admin. Financeiro:* Thais Fontes
- *Assistentes Financeiro:* Camile Barroso, Rodrigo Lourenço, Vitor Araujo, Fabrício André
- *Assistente de Prod. Executiva:* Juliana Monteiro
- *Estagiária de Produção:* Antônia Esteves
- *Controle de Qualidade HBO:* Daniel Acosta
- *Supervisão Técnica HBO:* Manuel Parilli
- *Jurídico HBO:* Thais Colli, Isabelle Manzini
- *Assessoria Jurídica:* Caio Mariano Advogados, Veirano Advogados
- *Agradecimentos Especiais:* Olívia Byington, João Byington de Faria, Giovanna Nader, Audrey Furlaneto, Cristiano Maronna, Emílio Figueiredo, Lorenzo Rolim, Luís Fernando Tófoli, Pedro Rios Leão

A auditoria de imagem do episódio foi adaptada para um cenário de comunicação não-organizacional, pois foi focado exclusivamente na resposta dos espectadores na plataforma YouTube, e diante de um cenário cada vez mais mutável na internet, é

necessário novas metodologias para identificar o posicionamento do público diante do seu conteúdo, e não apenas da imagem ou marca. Assim como citado por Bueno (2015), a auditoria de imagem deve avaliar aspectos qualitativos e é um instrumento de inteligência empresarial:

Na verdade, a auditoria de imagem na mídia pode incluir a mensuração do espaço ocupado por uma organização nos veículos jornalísticos (jornais, revistas, rádio, televisão, internet), mas, de longe, extrapola esta análise: ela incorpora aspectos qualitativos e, especialmente, adota uma perspectiva abrangente para contemplar esta presença. Ela, na prática, só se constitui em instrumento de inteligência empresarial e, portanto, desempenha uma função estratégica, quando representa uma leitura adequada da inserção da organização na imprensa, o que significa levar em conta tanto as estratégias/ações de comunicação da organização como o sistema de produção jornalística. (BUENO, 2015, p. 14).

Já a análise de conteúdo completa essa auditoria de imagem e não apenas foca na imagem do episódio e do programa perante o seu público, mas também consegue avaliar a opinião dele, o que eles estão absorvendo do seu conteúdo e qual é o seu perfil e comportamento de interação. A análise de conteúdo é, segundo Júnior (2005, p. 280), “(...) um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa. (...)”, e de acordo com o autor, é viável utilizar esse método em conjunto com outras técnicas de investigação. Diante das técnicas dispostas desse método, foi escolhido uma análise de avaliação, que conforme citado por Júnior (2005):

Denominada literalmente *evaluative assertion analysis* (análise de asserção avaliativa), sua principal finalidade é medir as atitudes do locutor quanto aos objetivos de que ele fala. Parte do princípio de que a linguagem representa e reflete diretamente aquele que o utiliza. Fundamenta-se, ainda, nos conhecimentos da psicologia social sobre a noção de *atitude*. Uma atitude é uma predisposição, relativamente estável e organizada, para reagir sob a forma de opiniões (nível verbal), ou de atos (nível comportamental), em presença de objetos (pessoas, ideias, acontecimentos, coisas etc.). (JÚNIOR, 2005, p. 301).

Podemos observar que as duas metodologias acabam se complementando, uma vez que a auditoria de imagem identifica e analisa a reputação e a imagem, do episódio através dos likes já citados no capítulo 1, e agora aprofundados em nível de telespectador e opinião pública. E a análise de conteúdo, consegue aprofundar o ponto da qualidade dos comentários, e completar com dados de opinião da audiência. De maneira geral, foi-se realizada uma pesquisa exploratória, que buscam desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias (GIL, 2008, p.27), através de uma pesquisa documental, com os dados públicos disponíveis do episódio, podendo

assim, de acordo com Gil (2008), estudá-los no período atual, oferecendo um conhecimento mais condizente com a realidade, logo, sendo viáveis para entender processos de mudanças na população.

#### 4.1 Análise do episódio

Durante todo episódio, quando há nenhuma fonte de informação, fica disposto a capa do episódio, com metade do território brasileiro em verde, a foto de uma senhora idosa de perfil em preto e branco, dois contornos de rostos (um em preto, o outro em branco), e metade de uma folha de maconha, disposto em cima de fundo com tonalidade clara. Abaixo da ilustração, está disposta em fonte serifada e caixa alta, identitária do programa, o nome do episódio “MACONHA”. Sempre posicionado no canto superior esquerdo, seguindo o padrão de leitura ocidental da esquerda para direita, criando assim um destaque para o quadro onde, não somente fica disposto a capa do episódio, mas também todas as informações levantadas pela redação. Para fins de melhor exemplificação do detalhamento, chamaremos essa caixa de imagem com a capa, de caixa de informação.

**FIGURA 8 – CAPTURA DE TELA EPISÓDIO “MACONHA” NO YOUTUBE**



Fonte: Captura de tela feita pela autora no episódio “MACONHA”, do Greg News, no YouTube. Acesso em 21 jul. 2021.

Ademais de referências de informações, o programa adiciona vídeos de discussões políticas, com posicionamentos a favor e contra a liberação da cannabis. Não somente o discurso do programa se posiciona a favor da descriminalização, com a maioria dos argumentos em favor da cannabis, mas ele expõe os riscos do uso da

planta de maneira não controlada e realizada sem supervisão para motivos recreativos *versus* o uso controlado, supervisionado e legalizado. Todas as referências são posicionadas estrategicamente com o discurso, a fim de criar melhor contexto e reforçar a opinião do apresentador sobre o tema.

Além de recursos visuais de vídeos e referências, existe um fluxo de narrativa criado para engajar o público, através de conexão e de fala direta com o espectador. Também um compartilhamento de histórias pessoais para trazer mais proximidade com quem está consumindo o episódio, existindo um apelo emocional ao levar à público, uma história com nuances familiares.

O episódio segue com uma ordem de eventos explicando os benefícios do cultivo e do uso da maconha, juntamente com os contrapontos contra a maconha, e argumentos cheios de estereótipos que permeiam a sociedade e que são levados à público através de porta vozes, como figuras públicas em conferências governamentais.

Um ponto importante a ser considerado é a distinção de momento de informação e momento de piada, isto é, enquanto o conteúdo está sendo transmitido de maneira informativa, com a referência em tela, não é feita nenhuma piada, conseguindo assim, dividir os momentos de descontração e os momentos de atenção à informação. E, quando é citada alguma referência visual de pessoa, como personagens fictícios ou personalidades públicas, na caixa de informação é disposta a imagem para fixar a imagem na visão do telespectador (telespectador não portador de deficiência visual).

O programa dispõe de fases intercaladas, de acordo com Aguiar e Cruz (2019), trazendo dados e informações de veículos de comunicação como G1, Folha de S. Paulo, Veja, *The Washington Post*, entre outros; blogs como *Green Camp*, *Smoking Buddies*, entre outros; e portais científicos com artigos médicos e pesquisas (descritos no Apêndice A), intercalados com humor e opinião.

A lógica presente na apresentação do programa Greg News é discorrer sobre um tema central e apresentar fragmentos de notícias já veiculadas anteriormente ou outros tipos de informações correlatas resgatadas do passado recente, em torno de um ano antes do programa ser exibido. [...] O humor intercala essas fatias de informações dadas ao público que

referendam o próximo item da camada de recheio: a opinião. (AGUIAR; CRUZ, 2019, p.11).

Todas as referências são postas em tela, porém, é difícil acessá-las de maneira rápida, não há apenas fontes nacionais, mas internacionais em inglês, com trechos traduzidos para o português, mas que deixa difícil o acesso à população brasileira em geral que, segundo *O Globo* (2019), apenas 5% dos brasileiros realmente conseguem se comunicar de maneira efetiva usando a língua inglesa, podendo assim dificultar o processo de busca. Porém, há diversas referências, não somente de revistas, e jornais, mas também projetos de lei, vídeos de assembleias públicas, blogs, artigos científicos e relatórios de pesquisa, mas nem todas, como já mencionado, são de fácil acesso. Além do bloqueio do idioma, existe também o bloqueio monetário, já que em alguns casos os dados não são gratuitos.

Dessa maneira, pode-se melhorar o processo de disposição da informação para com o público, não somente dispondo trechos das matérias em tela, mas onde se pode encontrá-las, com utilização de QR Codes e na descrição dos episódios. Assim, fortalecendo ainda mais as referências utilizadas e deixando-as mais acessíveis a todos os públicos. O episódio é finalizado de maneira a incentivar a interação e engajamento do público, pois é disponibilizada a hashtag do programa #GregNews, para uso em redes sociais.

#### **4.2 Análise dos comentários**

Em primeiro momento, com a finalidade de entender melhor sobre o padrão de interação e sazonalidade dos comentários, foram captados dados iniciais de quantidade de comentários. A partir daí foi necessário adaptar uma metodologia de pesquisa para melhor encaixar à uma auditoria de imagem, análise do conteúdo e pesquisa documental, que iremos chamar de análise de comentários primários, já que foi baseada na data de publicação do vídeo na plataforma YouTube, assim como no tempo de resposta dos espectadores.

Do episódio “MACONHA”, do Greg News, no YouTube, foram selecionados os cinquenta primeiros comentários no vídeo, pois, conforme analisado, a maior quantidade de comentários no episódio, aproximadamente 76% de todos eles, encontram-se no mês de outubro de 2020, em resultado de maior interação com o conteúdo, isto é, no mês da postagem do conteúdo. Vê-se que mesmo após 6 meses

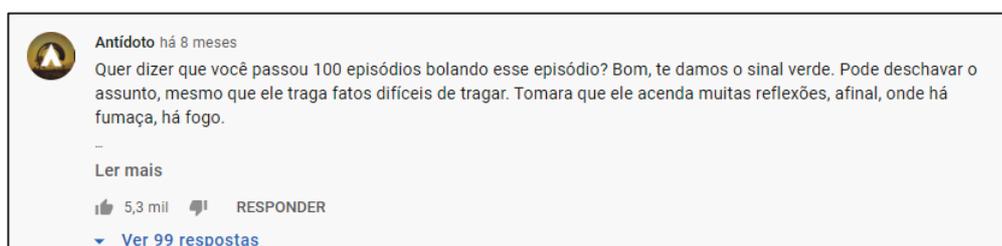
de postagem de conteúdo ainda há interação do público, mesmo que em menor frequência.

### FIGURA 9 – ÚLTIMO COMENTÁRIO DO DIA 21 DE JULHO DE 2021



Fonte: Captura de tela feita pela autora no episódio “MACONHA”, do Greg News, no YouTube. Acesso em 21 jul. 2021.

### FIGURA 9 – PRINCIPAL COMENTÁRIO DO DIA 21 JULHO DE 2021



Fonte: Captura de tela feita pela autora no episódio “MACONHA”, do Greg News, no YouTube. Acesso em 21 jul. 2021.

Os dados a seguir são públicos e estão disponibilizados na plataforma YouTube e foram extraídos através de uma ferramenta criada pelo grupo de estudos sobre internet da Europa, *The Digital Methods Initiative (DMI)*, que visa buscar melhores métodos de extração de dados para pesquisas, e está disponibilizada gratuitamente na web<sup>15</sup>, e tabelada pela autora.

### QUADRO 1 – QUANTIDADE DE COMENTÁRIOS TOTAIS

Comentários disponíveis até o dia 21 de julho de 2021				
Ano/Mês	Quantidade de Comentários	% de qtde. de Comentários	Quantidade de Likes nos comentários	% de qtde. de likes
<b>2020</b>	9443	95,41%	54406	99,34%
<b>Trimestre 4</b>	9443	95,41%	54406	99,34%
<b>out</b>	7534	76,12%	51794	94,58%
<b>nov</b>	1412	14,27%	2195	4,01%
<b>dez</b>	497	5,02%	417	0,76%
<b>2021</b>	454	4,59%	359	0,66%
<b>Trimestre 1</b>	273	2,76%	317	0,58%
<b>Trimestre 2</b>	160	1,62%	42	0,08%
<b>Trimestre 3</b>	21	0,21%	0	0,00%
<b>Total Geral</b>	<b>9897</b>	<b>100,00%</b>	<b>54765</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: A autora (2021).

<sup>15</sup> Ferramenta disponível em: [https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_video\\_info.php](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_video_info.php). Acesso em: 21 jul. 2021.

É possível identificar que o vídeo, mesmo com a postagem do vídeo feita em outubro e a concentração de comentários, cerca de 95% deles se resumem ao último trimestre de 2020, até o dia 21 de julho de 2021, mesmo que em queda – os primeiros três trimestres do ano de 2021, somavam aproximadamente 5% dos comentários totais – ainda houve engajamento mensalmente. O episódio estava com um total de 9443 comentários, sendo eles: a) os comentários postados em primeiro plano; e b) repostas dos comentários. Somando entre eles, mais de 54 mil likes, com uma interação predominante no mês de outubro com cerca de 94,6%, resultando assim uma interação imediata dos primeiros espectadores.

Com base nos dados levantados, foi identificado que a prioridade dos comentários seria feita em base cronológica e de importância, ou seja, foram extraídos, para melhor delimitação, os 50 primeiros comentários postados que obtiveram mais likes, sendo eles, representativos de 49% dos likes totais até o dia 21 de julho de 2021.

## **QUADRO 2 – QUANTIDADE TOTAL DE LIKES VS REPRESENTATIVIDADE DOS 50 PRIMEIROS**

	<b>Total de likes dos 50 comentários</b>	<b>Representatividade do total</b>
<b>50 primeiros comentários mais curtidos</b>	26915	49%

Fonte: A autora. (2021)

Infelizmente, o YouTube não disponibiliza os dados de dislikes em comentários, podendo assim, afetar negativamente a análise de comentários primários de maneira a não estourar a bolha consumidora do conteúdo. Dessa maneira, é causada uma falta de entrega de um conteúdo, que é prejudicial para a diversidade de opiniões, e criação de um filtro bolha, que pode causar impactos relevantes à opinião, causando opiniões extremistas.

[...] Porém, como explica Pariser (2011), ao contrário da escolha de um canal na televisão, o usuário digital não escolhe entrar na bolha – mas ele já está sob os efeitos dela. Imerso em sua bolha, que é construída por informações baseadas no que algoritmos julgam ser as preferências individuais do usuário, ele acaba por se limitar a um conjunto de informações que só refletem sua própria opinião, sua realidade, seus gostos. Isso gera baixa diversidade de informações, fechando-o para novas visões, para o conhecimento [...] (FAVA, 2013, p.10).

Porém não existem ainda estudos concretos que justifiquem apenas a negatividade de grupos homogêneos, ou que se posicionem a favor da bolha, como citado por Loiola (2018), ainda não se sabe a relação entre polarização de opinião e

a entrega de conteúdo das redes sociais de maneira a fortalecer determinadas opiniões através de algoritmos:

A maior crítica aos algoritmos, que justifica uma grande parte dos estudos relacionados a esse assunto é a possível radicalização política que eles causam. O medo é de que diálogos que sempre reforçam aquilo que os usuários acreditam, somados com o pouco contato com notícias com conteúdo transversal, acabem levando a um maior extremismo e intolerância. É possível ver que há uma certa polarização, mas não é possível ver claramente se há alguma relação entre esses dois fatores. (LOIOLA, 2018, p.47).

Os dados a seguir foram tabelados pela autora desta análise e extraídos da mesma maneira que os dados previamente citados de quantidade de comentários, apenas de maneira aprofundada com o seu conteúdo.

### QUADRO 3 – OS 50 PRIMEIROS COMENTÁRIOS POSTADOS MAIS CURTIDOS

Os primeiros 50 comentários postados mais curtidos (Acessado em 21 de julho de 2021)			
Quantidade de likes	Data	Usuário	Comentários
5367	24/10/2020 07:16	Antídoto	Quer dizer que você passou 100 episódios bolando esse episódio? Bom, te damos o sinal verde. Pode deschavar o assunto, mesmo que ele traga fatos difíceis de tragar. Tomara que ele acenda muitas reflexões, afinal, onde há fumaça, há fogo.  Falando sério: eu particularmente não uso e nem tenho interesse em usar, mas acho que já passou da hora de percebermos que a proibição da maconha é ruim em termos éticos e pragmáticos.
3303	24/10/2020 14:47	Fenhir	Sou autista, obrigado por defender meu remédio.
1627	24/10/2020 14:16	Mariana França	"Maconha destrói famílias"  Disse o tio que enche a cara todo final de semana e bate na mulher
1471	24/10/2020 02:32	O Cangaço na Literatura	Maconha não mata, quem mata é o traficante.
1372	24/10/2020 08:12	Eduardo Maia Paiva	Quem aí não consome e é a favor da legalização? 🤔
882	24/10/2020 21:44	SE77E	"A maconha não vai ser legalizada porque o país é conservador..." Errado! Não legaliza porque a polícia federal, o exército e váaaarios políticos lucram milhões com o tráfico. Não existe interesse em transformar em imposto quando o dinheiro cai direto na mão deles, essa é real.
811	24/10/2020 22:49	Hertz Dantas	O Nordeste deveria ficar independente do Brasil e legalizar a maconha.
731	24/10/2020 16:08	Márlon Allan Lorencetti	Maconha só é porta de entrada pra pizza sofá e Netflix.

Continua

599	24/10/2020 02:43	rever ferreira	Engraçado que o médico receita e os reações ficam chiando Aí o presidente faz lobby da clorochoisa e o gado bate palma Enquanto isso a classe alta usa sem se preocupar com a perseguição do estado sobre o seu uso
569	24/10/2020 15:28	Eli A.	"Ela é uma planta mais eficaz que o homem hétero." Status: procurando uma maconha ☹️
534	24/10/2020 11:15	Dege BR	"Sou contra à maconha pq ela é ilegal" disse o tio que sonega imposto, vai na igreja, bebe e dirige
502	24/10/2020 06:14	josé reis	Tenho 67 anos pito um todo dia sou saudável e tenho bom humor minha velhice é boa
433	24/10/2020 04:42	Ana Carolina Zandoná Guadagnin	Epiléptica que faz uso de óleo full spectrum (derivado da maconha) sentindo-se contemplada pelo programa. Valeu, Gregório!
427	24/10/2020 03:27	Zé Gotão	"Sou contra a maconha porque é ilegal" dizem os hipócritas que bebem nos barzinhos e saem dirigindo alcoolizados.  Já vi algumas vezes a situação acima
417	24/10/2020 15:23	Tathyana Zimmermann Fernandes	Fonte de onde o Osmar Terra tira suas teorias: DOKU, Tirado. Vozes da Minha Cabeça. Brasília: Editora Papai Olavo de Carvalho, 2020.
409	24/10/2020 03:08	Teresa de Sá	Depoimento emocionante. Fiquei imaginando a fofura de cena vó e neto fumando um baseado e rolando de rir. E o Greg se emocionou lembrando da avó.
343	24/10/2020 13:40	camila beatriz	maconha me tirou de uma depressão fudida.  inclusive, estou chapada nesse momento.
343	24/10/2020 16:21	Adriana Lima	Meu pai sofreu um AVC e por ser mal atendido, e não terem sido cumpridos os protocolos para a enfermidade, ele ficou com sequelas. O lado direito ficou totalmente paralisado. Logo a semana seguinte que saiu do hospital, começamos a dar óleo de maconha pra ele. Os resultados são incríveis! Em pouco tempo ele voltou a andar. Infelizmente, ele ainda tem um braço paralisado e não fala. A lesão que sofreu, infelizmente, foi muito grande. Mas em poder caminhar sozinho e fazer suas necessidades sem ajuda já foi incrível.
333	24/10/2020 05:13	Carolina Alves	Melhor parte é o Greg lembrando aos conservadores sem argumento: "O maconheiro já fuma" 😏😏😏
327	24/10/2020 18:49	Yaucha Maysa	"Planta mais eficaz que o homem hétero" Kkkkkkkk mermão Gregório, você é um ícone KKKKKKKK
326	24/10/2020 02:33	Paola Carneiro	Legalização já , pois a criminalização limita as informações.
300	24/10/2020 04:43	Karen Rosa Alves	"Sou contra a maconha, porque é ilegal e ponto final!" disse aquele parente chato que se vangloria por sonegar imposto... Ah tá...
297	24/10/2020 03:39	Angela Hinterholz	Já diria Froid: o que seria das farmácias se a gente fumasse a cura das doenças?
281	24/10/2020 07:25	tanaka	"Não é sinal de saúde estar bem adaptado a uma sociedade doente."  Jiddu Krishnamurti

Continua

273	24/10/2020 03:18	lasmin Araujo	Por que não fazemos novamente um movimento de mandar email pros políticos? Seria tão bom 🤍
270	24/10/2020 03:37	Rogério S	Cara, tu não vai acreditar, mas o meu trabalho é analisar sabe o que? Maconha. Sou perito criminal e grande parte do meu trabalho (inútil) é analisar pontas de baseados e "pés" de maconha de 15cm. Esse diabólico material é apreendido pelos brigadianos (PM) idiotas para gerarem dados de eficiência policial. E eu faço parte dessa merda. Quem pensa que um baseado custa 5 pila não sabe o custo que ele dá para o estado (nós) nesse processo. Um abraço!
265	24/10/2020 14:46	Tati Maia	Podia ser o Brasil, mas a família tradicional hipócrita brasileira não ajuda.
230	24/10/2020 15:11	Diego Sousa	Sugestão de leitura: O MUNDO ASSOMBRADO PELOS DEMÔNIOS, de Carl Sagan
229	24/10/2020 12:52	Guilherme Mittmann	Ironia Máxima: São Leopoldo, a cidade símbolo da Imigração Alemã (e portanto conservadora) no RS, se chamava "FEITORIA DO LINHO CÂNHAMO" antes de 1824.
224	24/10/2020 03:14	Halluchã Madureira	Quando legalizar a maconha no Brasil, os políticos do alto escalão vão ficar sem grana!! Sem contar o PCC que vai parar de receber "incentivos" e proteção de governante e Juiz por aí!!! O "Brasil" dos corruptos... quebraria dessa forma. Um sonho!
216	24/10/2020 02:44	willian	impossível n chora. brasil MT atrasado
210	24/10/2020 11:32	Lisia Adrien Fer	A proteína vegetal isolada da semente de cânhamo é considerada a melhor e mais completa que existe. Pena que no Brasil é difícil comprar. Pra quem é vegano e faz suplementação seria excelente.
206	24/10/2020 02:37	Fran oliveira	Dráuzio Varella tem uma série de documentários sobre maconha muito legal no canal dele.
199	24/10/2020 18:08	Anderson Lucas	Vi alguém no twitter comentando q chorou assistindo esse ep, agora eu entendi 😔
198	24/10/2020 13:52	Benjamin Galvani Lopes	Eu tenho 24 anos. Fui diagnosticado com transtorno de ansiedade generalizada pela primeira vez aos 6, e com depressão clínica ao 14, embora apresentasse sintomas desde os 11 ou 12 anos.  Eu já sofri com auto-mutilação, cortes rasos no início, até chegar num ponto em que eu mesmo precisava costurar meus cortes, pois não tinha a possibilidade de ir ao pronto socorro pra receber atendimento, já que sentia vergonha disso.  Eu também já tentei suicídio, a primeira vez aos 13 anos. É depois disso, ano após ano, até que eu passei a complementar a psicoterapia com tratamento psiquiátrico. Spoiler: os remédios me dopam e funcionam bem durante uma crise, mas não me deixam bem. Sabe o que me deixa bem, e sem a necessidade de tomar ansiolítico e antidepressivo por vários dias? E sabe o que reduziu a incidência de crises de pânico e/ou depressivas? A maconha. E eu não faço uso diário, eu uso esporadicamente, já que meus pais são da Vila do Osmar terra quando se trata de maconha...

Continua

196	24/10/2020 02:47	Anthony Santos	Corrigindo Gregório: " Tu te tornas eternamente responsável por aquilo que Sativas" kkkkkk
190	24/10/2020 03:59	Layaksys	"Eu trabalho com dados, não trabalho com projeções matemáticas..." De onde esse gênio acha que saem as projeções?
176	24/10/2020 03:46	Gaia Coop	Cannabis não só regenera o solo como também desintoxica. Tanto que foi e está sendo usada em Chernobyl para tirar radiação do solo. E poderíamos usar pra tirar os metais pesados da lama de Brumadinho e outros crimes ambientais!!! MUITO IMPORTANTE!
169	24/10/2020 03:10	Fabio Ferrari	Fumo maconha há 50 anos nunca fiquei doente e sempre trabalhei. Adoro maconha.
164	24/10/2020 05:53	paola bacarin	Maconha não é droga, droga é esse governo! :)
163	24/10/2020 18:29	Fabiana Neves	Com Bolsonaro, bancada evangélica e liberais fiscalizadores de cu alheio é impossível 😞
162	24/10/2020 02:36	maria moreira	Os apoiadores dos 39 kg de pó vivem chamando os esquerdistas de maconheiros.
159	24/10/2020 02:33	Rafael Pozzo	Minha mãe é portadora de parkinson, o óleo de CBD é extremamente eficaz e sem efeitos colaterais para a maioria do sintomas, é triste ver gente querendo o sofrimento dos outros por puro apego aos próprios preconceitos.
157	24/10/2020 13:45	Ivo Wessner	Sensacional! E a história da vovó fechou com um toque de comoção, chave de ouro! 🤔🤔🤔❤️
153	24/10/2020 13:35	Familia Bermudez Shirley	Aquí en España ja estao vendendo la tabacaria 9 euros una flor 🍷🍷🍷
152	24/10/2020 02:32	Ezecêbim	ESSE ERA O PROGRAMA Q EU ESPEREI POR TODA MINHA VIDA AAAAAA KKKKKKKKKKKK edit: te amo greg kkkkkkk
148	24/10/2020 18:01	Zita Hayabusa	Brasil é câncervador demais pra isso. Hipócrita demais, falso moralista demais, etc...
138	24/10/2020 11:47	Cris Olive	O paradoxo: Osmar Terra Plana só confia nos dados, mas na Matemática não. Solução do paradoxo: confia nos dados por que têm apenas números de 1 a 6! A matemática é muito complicada para ele!
132	24/10/2020 06:57	Vulgar	14:51 "eu trabalho com dados, não trabalho com projeções furadas, MATEMÁTICAS" Mano, o cara questionou até a matemática. A MATEMÁTICA. LOGO ELA, A MATEMÁTICA.
132	24/10/2020 18:52	Joana Minck	Só quem sofre de problemas que são tratados com ela sabe da dor que é ter um tratamento e não poder usá-lo más facilmente. Eu chorei muito no final desse vídeo

Fonte: A autora (2021).

Os comentários foram divididos em duas maneiras: 1. Quem, pelo comentário, aparentava ou não ser usuário de *cannabis* explicitamente; 2. O tipo de comentário:

- Comentário de defensor da legalização;
- Comentário neutro;

- Comentário sobre o episódio;
- Comentário sobre o episódio, não usuário de maconha, defensor da legalização;
- Comentário sobre o episódio, usuário de maconha;
- Crítica social;
- Usuário clínico defendendo o uso da maconha.

A finalidade dessa divisão era melhor entender o engajamento do público em detrimento do comentário, ou seja, como o público engaja com o episódio, e o que os comentários têm a ver com o episódio, neutros ou críticos, analisando assim, alguns aspectos da opinião pública acerca do tema. Diante de um debate de um tema ainda considerado um tabu em sociedade, era-se esperado uma quantidade de comentários críticos, dentre os 50 selecionados, 21 deles foram classificados como críticos. Sejam eles, falando do governo, de pessoas citadas, ou de opiniões conservadoras em respeito a legalização da cannabis na sociedade brasileira. Os comentários e suas classificações, estão no Apêndice B.

#### QUADRO 4 – OPINIÃO APRESENTADA NO COMENTÁRIO

Opinião do comentário	Contagem de Opinião geral
Crítica social	21
Comentário sobre o episódio	9
Comentário de defensor da legalização	7
Comentário sobre o episódio, usuário de maconha	5
Comentário neutro	3
Usuário clínico defendendo o uso da maconha	3
Comentário sobre o episódio, não usuário de maconha defensor da legalização	2
<b>Total Geral</b>	<b>50</b>

Fonte: A autora (2021).

Diante dos filtros, é possível identificar um padrão de curtidas nos comentários selecionados. Em primeiro lugar, os comentários com crítica social obtiveram mais engajamento público, isto é, foram os mais curtidos dentro da amostra selecionada.

Em segundo lugar, os comentários classificados como ‘neutros’, foram os que menos receberam engajamento do público.

#### QUADRO 5 – OPINIÃO APRESENTADA NO COMENTÁRIO

Opinião do comentário	Quantidade de likes (soma)	% Likes
Crítica social	8674	32,23%
Comentário sobre o episódio, não usuário de maconha defensor da legalização	5936	22,05%
Comentário de defensor da legalização	3936	14,62%
Usuário clínico defendendo o uso da maconha	3805	14,14%
Comentário sobre o episódio	2202	8,18%
Comentário sobre o episódio, usuário de maconha	1645	6,11%
Comentário neutro	717	2,66%
<b>Total Geral</b>	<b>26915</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: A autora (2021).

Além da classificação do conteúdo dos comentários, foram identificados alguns comentários onde explicitamente os usuários do YouTube se identificavam como: 1. Usuários de cannabis; 2. Não usuários de cannabis; e, 3. Não informado. E como esperado, as pessoas que falam explicitamente sobre o uso pessoal de *cannabis*, é menor que o número de pessoas que deixam o seu uso na incógnita.

#### QUADRO 6 – EXPLICITAMENTE USUÁRIO DE CANNABIS OU NÃO

Usuário de cannabis?	Contagem
Não	2
Não informado	40
Sim	8
<b>Total Geral</b>	<b>50</b>

Fonte: A autora (2021).

Foi possível identificar que a reputação positiva do episódio, citada anteriormente na seção 3.2, muito se deve à entrega do conteúdo e a interação dos usuários do YouTube que são a favor da descriminalização da maconha no Brasil. E diante do que foi proposto pelo episódio, apesar de ser um episódio opinativo, com muito foco em pontos positivos da descriminalização, traz fontes confiáveis onde transmite a ideia de maneira clara para o espectador. Assim, pode-se considerar que a opinião pública pode se beneficiar de programas de *infotainment*, já que há um incentivo do engajamento do público para discussão das temáticas que forem tratadas.

## 5 Considerações Finais

Com o presente trabalho, através da ótica das relações públicas, foi analisado como são os processos de engajamento, interação e manifestação da opinião pública no recorte do episódio “MACONHA”, do Greg News, disponível no YouTube, e como o conteúdo do gênero do *infotainment* pode ser um aliado na transmissão da mensagem para influência da opinião pública. O problema de pesquisa questionava o impacto do gênero *infotainment* na opinião pública, e buscava entender como o público manifesta suas opiniões nas redes através da geração de debates.

Durante o desenvolvimento do estudo, foi possível entender mais sobre como funciona o *infotainment* de maneira geral no cenário atual de comunicações, e como ele pode influenciar a opinião pública através de um porta-voz que não um jornalista, e nem de um gênero que busca exclusivamente a informação. Foi possível perceber como os hábitos dos públicos vêm mudando acerca do consumo de informação e de entretenimento, e como é feita a interação dos espectadores agora nos meios digitais.

No decorrer da análise, foi observado como existe uma repercussão diante de temas polêmicos e como a entrega desse conteúdo pode ser ainda mais acessível para a massa, fazendo com que tenha mais efetividade de entrega e melhor integração entre programa-público. O episódio “MACONHA”, do Greg News, foi escolhido em frente à um cenário de mudanças da opinião pública sobre a planta *cannabis*, que vem sendo julgada e estereotipada ao longo dos anos, no Brasil e no mundo, e vê-se que, mesmo após meses de estreia, o programa ainda repercute na internet, através da coleta de dados documentais na plataforma YouTube.

Através dessa pesquisa, foi possível compreender melhor sobre o cenário da maconha, o porquê de ela ser considerada um tabu, e o porquê de a sociedade ainda ter esse olhar viesado em respeito à uma planta. A manipulação da opinião pública foi um fator decisório no século XX para a sua proibição, e pode sim, ser usada agora, no século XXI, a seu favor. Observou-se através da pesquisa, o quanto o público se manifesta a favor da descriminalização da *cannabis*, e como o engajamento e interação com o programa através do YouTube, são feitos, em sua maioria, por pessoas que são apoiadoras do programa, resultando assim em uma reputação positiva.

Diante de um cenário favorável ao debate da descriminalização da *cannabis*, como analisado do decorrer deste trabalho, é possível utilizar meios de informação mais acessíveis e interativos com o público com a finalidade de gerar mais discussão, ampliando assim, sua influência na opinião pública, rompendo estereótipos e criando de novos significados, como o *infotainment*.

Ou seja, o episódio cumpre com o seu papel de informar, mesmo com a utilização de aspectos do entretenimento, entregando um conteúdo construído através de uma narrativa, baseando-se em fontes confiáveis, porém com apelo emocional do público, ao compartilhar opiniões pessoais e histórias familiares.

Mesmo avaliando as questões da opinião pública no âmbito online de apenas uma plataforma do episódio, é possível ver uma geração de discussão já que a maioria da amostra selecionada traz comentários críticos quanto a *cannabis*. Entretanto, ainda há muito a se explorar no âmbito geral e fora do filtro bolha criado por algoritmos, podendo ir adiante e investigar o impacto do programa em uma análise mais aprofundada de opiniões mediante novos meios de análises.

Além disso, existe um potencial de análise pelo enfoque das relações públicas de maneira a identificar possíveis melhorias de entrega de conteúdo com a finalidade de, através dele, ser possível mudar a opinião pública por meio de discussões com um olhar mais contemporâneo diante de um tema que por décadas é visto como um problema. Portanto, ainda existe margem para novas análises com finalidade de utilizar o *infotainment* como possível meio de comunicação de massa para dialogar com o espectador e influenciar a opinião pública a favor de mudanças sociais, seja ele em mídias sociais online, ou em veículos de comunicação de massa tradicionais, ao entender o seu impacto no todo e suas limitações.

## Referências

- ABREU, Leandro. **23 estatísticas do Youtube que comprovam por que a plataforma é uma das maiores redes sociais**. 19 dez. 19. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/estatisticas-do-youtube/>>. Acesso em: 7 set. 2021.
- AGUIAR, L. A.; CRUZ, J. **Infotecnologia e legitimização da opinião**: estudo de caso sobre o programa Greg News. *In*: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2019, Belém. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0248-1.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2021.
- BARBOSA, Juliana. Legalização da maconha arrecadaria R\$ 12,9 bi em tributos ao Brasil. **Metrópoles**, 14 abr. 2021. Economia. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/brasil/economia-br/legalizacao-da-maconha-arrecadaria-r-129-bi-em-tributos-ao-brasil>>. Acesso em: 02 maio 2021.
- BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei da Câmara dos Deputados nº 399/2015**. Altera o art. 2º da Lei nº 11.343, de 23 de agosto de 2006, para viabilizar a comercialização de medicamentos que contenham extratos, substratos ou partes da planta Cannabis sativa em sua formulação. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=947642>>. Acesso em: 21 nov. 2021.
- BUENO, W. C. Auditoria de imagem das organizações nas mídias sociais. *In*: GONÇALVES, G.; FILHO, F.F.L. (Org.). **Novos media e novos públicos**. Covilhã, Portugal: Lab Com, 2015. p. 9-25. Disponível em: <[https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20150430-2015\\_09\\_novos\\_media\\_novos\\_publicos.pdf](https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20150430-2015_09_novos_media_novos_publicos.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2021.
- CANALTECH. **YouTube**. [20--]. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/empresa/youtube/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.
- DEJAVITE, F. A. **A Notícia light e o jornalismo de infotecnologia**. *In*: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007, Santos. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2021.
- DUARTE, M. Y. M. Estudo de Caso. *In*: DUARTE, J.; BARROS, A (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2005. cap.14, p. 215-235.
- ESSINGER, Silvio. 'Greg news': Gregorio Duvivier estreia talk show nesta sexta. **O Globo**, Rio de Janeiro, 05 maio 2017. Cultura. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/greg-news-gregorio-duvivier-estrela-talk-show-nesta-sexta-21296372>>. Acesso em: 03 abr. 2021.
- FAVA, G. P. **Filtro bolha**: desafio para propagação de informação no meio digital. *In*: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013, Bauru. Disponível em:

<<https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1698-1.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2021.

FORTE, Bárbara. **Por que Brasil é o sétimo país mais desigual do mundo.** [2020]. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2020/02/20/por-que-brasil-e-o-setimo-pais-mais-desigual-do-mundo.html>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HARI, Johann. A guerra às drogas não funciona. O que podemos aprender com o seu fracasso? **The Intercept Brasil**, 18 jan. 2019. Disponível em: <<https://theintercept.com/2019/01/17/guerra-as-drogas-fracasso/>>. Acesso em: 18 nov. 2021.

HBO BRASIL. **Centésimo.** Greg News, 4ª temporada. 16 out. 2020. 34 min. Disponível em: <[https://youtu.be/u\\_2wbtIPF0k](https://youtu.be/u_2wbtIPF0k)>. Acesso em: 02 maio 2021.

HBO BRASIL. **Greg News com Gregório Duvivier.** [2017?]. Disponível em: <<https://www.hbobrasil.com/br/series/detail/Greg-News-com-Greg-rio-Duvivier/14360/TTL825012>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

HOLLAND, Julia. M.D. **O livro da Maconha.** O Guia Completo sobre Cannabis. Seu papel na medicina, política, ciência e cultura. S.l. Editora Vista China, 2010.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. **A indústria cultural:** o iluminismo como mistificação de massas. Pp. 169 a 214. In: LIMA, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

IMBERT, G. **El transformismo televisivo:** postelevisión e imaginários sociales. 1. Ed. Madrid: Ediciones Cátedra, 2008.

IMDB. **Greg News com Gregório Duvivier.** [20--]. Disponível em: <<https://www.imdb.com/title/tt7311550/>>. Acesso em: 7 set. 2021.

IMDB. **Top 50 News TV Shows.** [20--]. Disponível em: <[https://www.imdb.com/search/title/?title\\_type=tv\\_series,tv\\_miniseries&genres=news&explore=genres](https://www.imdb.com/search/title/?title_type=tv_series,tv_miniseries&genres=news&explore=genres)>. Acesso em: 7 set. 2021.

JÚNIOR, W. C. F. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2005. cap. 18, p. 280-304.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Consumo de vídeo bate recorde no Brasil.** São Paulo, 4 mar. 2021. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil/>>. Acesso em: 7 set. 2021.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Data Stories:** A tecnologia e o indivíduo on demand. [2020]. Disponível em: <<https://my.visme.co/view/vdjpqo3w-data-stories-ed-1-tecnologia>>. Acesso em: 17 mar. 2021.

KAYA MIND. **Relatório: Cannabis na Imprensa**. Brasil, 2021. Disponível para download em: <<https://kayamind.com/relatorio-cannabis-na-imprensa/>>. Acesso em: 13 maio 2021.

KELLNER, D. **A Cultura da Mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, EDUSC: 2001.

LIMA, Renato Sérgio de. A guerra às drogas e o canto da sereia. **Piauí**, 29 mar. 2021. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/guerra-as-drogas-e-o-canto-da-sereia/>>. Acesso em: 02 maio 2021.

LIPPMANN, W. **Opinião Pública**. 2. Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

LOIOLA, D. F. E. **Recomendado para você: O impacto do algoritmo do YouTube na formação de bolhas**. 2018. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1843/BUOS-B6GEZC>>. Acesso em: 17 nov. 2021.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MAYARA, Jéssica. Brasileiros têm mais acesso à internet, TV e smartphone; confira. **Estado de Minas**, 15 abr. 2021. Tecnologia. Disponível em: <[https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2021/04/15/interna\\_tecnologia,1257304/brasileiros-tem-mais-acesso-a-internet-tv-e-smartphone-confira.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2021/04/15/interna_tecnologia,1257304/brasileiros-tem-mais-acesso-a-internet-tv-e-smartphone-confira.shtml)>. Acesso em: 23 abr. 2021.

MONTEIRO, Thaís. YouTube faz balanço da pandemia e projeta 2021. **Meio&Mensagem**, 5 nov. 2020. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/11/05/youtube-faz-balanco-da-pandemia-e-projeta-2021.html>>. Acesso em: 7 set. 2021.

MOYNIHAN, Colin. An Exhibition Tells the Story of a Drug War Leader, but Not All of It. **The New York Times**, 10 ago. 2020. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2020/08/10/arts/design/Anslinger-drug-czar-exhibition.html>>. Acesso em: 06 maio 2021.

PESQUISA GOOGLE. **Greg News**. Disponível em: <<https://g.co/kgs/Gt9rsr>>. Acesso em: 7 set. 2021.

PODER360. **Pela 1ª vez, rede social é mais citada que TV como fonte de notícia no Brasil**. [2020]. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/pela-1a-vez-rede-social-e-mais-citada-que-tv-como-fonte-de-noticia-no-brasil/>>. Acesso em: 17 mar. 2021.

PORTA DOS FUNDOS. **Sobre Porta dos Fundos**. Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/company/porta-dos-fundos/about/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

REDAÇÃO. Brasileiros elegem YouTube como a plataforma preferida. **IstoÉ Dinheiro**, 31 dez. 2020. Giro. Disponível em:

<<https://www.istoedinheiro.com.br/brasileiros-elegem-youtube-como-a-plataforma-preferida/>>. Acesso em: 7 set. 2021.

REDAÇÃO. Curiosidades: como a publicidade fortaleceu os mitos sobre a Cannabis. **Cannabis&Saúde**. 28 jul. 2020. Destaques. Disponível em: <<https://www.cannabisesaude.com.br/curiosidades-como-a-publicidade-fortaleceu-os-mitos-sobre-a-cannabis/>>. Acesso em: 11 maio 2021.

RIBAS, Rafaela. Você realmente fala bem em inglês ou é só embromation? **O Globo**, Rio de Janeiro, 08 abr. 2019. Emprego. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/emprego/voce-realmente-fala-bem-em-ingles-ou-so-embromation-23577552>>. Acesso em 15 nov. 2021.

RODRIGUES, Paula. Anvisa dá 1º passo para desmistificar uso da Cannabis, dizem especialistas. **UOL**, 6 maio 2020. Saúde. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2020/05/06/liberacao-pela-anvisa-e-primeiro-passo-para-desmistificar-uso-da-cannabis.html>>. Acesso em: 03 abr. 2021.

RUMBAUT, R.G. Imigração nos Estados Unidos: da grande inclusão à grande expulsão? **El País**. 15 jan. 2017. Internacional. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/01/13/internacional/1484322393\\_809504.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/01/13/internacional/1484322393_809504.html)>. Acesso em: 11 maio 2021.

SACCHITIELLO, Bárbara. Consumo de mídia e internet desacelera no Brasil. **Meio&Mensagem**, 29 mar. 2021. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2021/03/29/consumo-de-midia-e-internet-desacelera-no-brasil.html>>. Acesso em: 7 set. 2021.

SECHAT. **Votação do PL 399/2015 acontece ainda este ano**. [2021]. Política. Disponível em: <<https://sechat.com.br/votacao-do-pl-399-2015-acontece-ainda-este-ano/>>. Acesso em: 18 nov. 2021.

SMITH, Gerry. **Time Warner passa a se chamar WarnerMedia**. Tradução: Victória Navarro. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/06/19/time-warner-passa-a-se-chamar-warnermedia.html>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

STATISTA. **Leading media companies in 2018, based on revenue (in billion euros)**. [2019]. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/272469/largest-media-companies-worldwide/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

TAVARES, Yasmin. Avanço mundial da legalização da maconha impulsiona investimentos ligados ao setor. **Valor Investe**, Rio de Janeiro, 02 abr. 2021. Fundo de Ações. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/produtos/fundos/acoes/noticia/2021/04/02/avanco-mundial-da-legalizacao-da-maconha-impulsiona-investimentos-ligados-ao-setor.ghtml>>. Acesso em: 03 abr. 2021.

TERRA. **Estudos de mercado apontam crescimento do YouTube em 2021**. 06 abr. 2021. Dino. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/estudos-de-mercado-apontam-crescimento-do-youtube-em->

2021,cda9cab6d12b434176392e93b76c62c1xx9zn1yf.html>. Acesso em: 03 abr. 2021.

THE DIGITAL METHODS INITIATIVE. **About us.** [20--] Disponível em: <<https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/DmiAbout>>. Acesso em: 15 out. 2021.

THINK WITH GOOGLE. **Como o YouTube se tornou indispensável na rotina dos brasileiros.** Set. 2019. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/como-o-youtube-se-tornou-indispensavel-na-rotina-dos-brasileiros/>>. Acesso em: 7 set. 2021.

THINK WITH GOOGLE. **Entenda o poder do YouTube.** Jul. 2017. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/entenda-o-poder-do-youtube/>>. Acesso em: 7 set. 2021.

THUSSU, D. K. **News as Entertainment.** The Rise of Global Infotainment. 1. Ed. London: Sage, 2007.

TOKARNIA, Mariana. **Um em cada 4 brasileiros não tem acesso à internet, mostra pesquisa.** [2020]. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/um-em-cada-quatro-brasileiros-nao-tem-acesso-internet>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

TORQUATO, G. **Novo manual de marketing político:** campanhas eleitorais; marketing de governantes e parlamentares; gestão de crises; marketing no Estado-Espetáculo; avanços e mudanças. 1. Ed. São Paulo: Summus, 2014.

TRIGO, L. G. G. **Entretenimento:** uma crítica aberta. 2. Ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2019.

UNODC. **Relatório Mundial sobre Drogas 2020:** consumo global de drogas aumenta, enquanto COVID-19 impacta mercados, aponta relatório. [2020]. Disponível em: <[https://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/frontpage/2020/06/relatorio-mundial-sobre-drogas-2020\\_-consumo-global-de-drogas-aumenta--enquanto-covid-19-impacta-mercado.html](https://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/frontpage/2020/06/relatorio-mundial-sobre-drogas-2020_-consumo-global-de-drogas-aumenta--enquanto-covid-19-impacta-mercado.html)>. Acesso em: 06 maio 2021.

YOUTUBE DATA TOOLS. **Video Info and Comments Module.** Disponível em: <[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_video\\_info.php](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_video_info.php)>. Acesso em: 21 jul. 2021.

YOUTUBE OFFICIAL BLOG. **YouTube for Press.** [20--]. Disponível em: <<https://blog.youtube/press/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

YOUTUBE. **About.** [20--]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/about/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

GREG NEWS. **Episódio “Maconha”.** 2020. 28 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=j0xmA39kiZ8>>. Acesso em: 21 jul. 2021.

## Apêndice A - Transcrição do Episódio

Greg News – Maconha, publicado dia 23 de outubro de 2020. Disponível gratuitamente no YouTube. Legendas disponíveis: português, inglês e espanhol

Capturas de tela feitas pela autora do 29º episódio da 4ª temporada do programa Greg News, “MACONHA”, disponibilizado no YouTube no site <https://www.youtube.com/watch?v=j0xmA39kiZ8>.

### Início da Descrição

0” Há uma vinheta do programa com fundo branco e a logo do episódio em laranja



Depois nos primeiros 5” fica no canto inferior esquerdo a classificação indicativa do programa de 16 anos, como já mostrado no site do programa.

Nos primeiros minutos de vídeo, é feita uma introdução da temática do episódio, sobre o que será levantado e qual o posicionamento prévio do programa para essa temática.

2’39” : São passadas imagens de um episódio anterior para lembrar o espectador que a temática cannabis já havia sido citada previamente no programa. De maneira padrão, todos os vídeos ou informações de destaque, são posicionadas de maneira centralizada e tomam o lugar da gravação. Dessa maneira, prende a

atenção do espectador ao vídeo, já que o fundo é neutro com o intuito, ao que parece, de diminuir as distrações em cena.

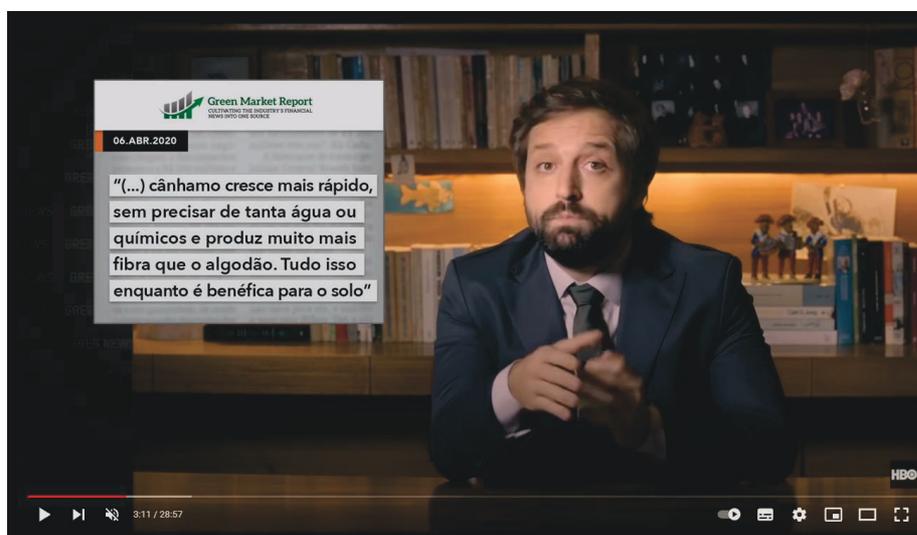


3'01": *Veja*, 30 de julho de 2020: "Cânhamo pode revolucionar a indústria têxtil"  
Insere-se na caixa de informação a fonte com passagem destacada, para fortalecer a argumentação de que o cânhamo é positivo para diversificar a agricultura. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/cannabiz/canhamo-pode-revolucionar-a-industria-textil/>>. Acesso em: 16 out. 2021.



As três seguintes fontes (3'11"; 3'17"; e 3'22") foram estrategicamente posicionadas na caixa de informação, assim que a argumentação ocorria de acordo com o que era citado na passagem em destaque.

3'11": *Green Market Report*, 6 de abril de 2020 – "(...)cânhamo cresce rápido, sem precisar de tanta água ou químicos e produz muito mais fibra que o algodão. Tudo isso enquanto é benéfica para o campo". Disponível em <<https://www.greenmarketreport.com/hemp-vs-cotton-which-fabric-is-better-for-the-environment/>>. Acesso em: 16 out. 2021.



3'17": *Plantd*, 6 de agosto de 2019 – “Os incríveis benefícios do óleo da semente de cânhamo”. Disponível em: <<https://plantd.co/the-incredible-benefits-of-hemp-seed-oil-your-questions-answered/>>. Acesso em: 16 out. 2021.



3'22": *Premi, beauty industries*, sem data – “Cosméticos de CBD: a tendência do momento na indústria da beleza”. Disponível em: <<https://www.premispa.com/en/cbd-cosmetics-the-beauty-trend-of-the-moment/>>. Acesso em: 16 out. 2021.



3'54": Para enfatizar a transição da plantação de soja para o cânhamo na China, utiliza-se a fonte – *Intrado GlobeNewswire*, 11 de novembro de 2018 – “China é hoje a grande potência global do cânhamo, liderando em cultivo, processamento, manufatura e exportações”. Disponível em: <<https://www.globenewswire.com/news->

release/2018/11/01/1641275/0/en/China-Commands-Over-One-Third-of-the-Total-Global-Hemp-Market.html>. Acesso em: 16 out. 2021.



4'04" *Vida Rural*, 23 de outubro de 2018 – "(...) o cânhamo pode ser usado como rotação com culturas de inverno". Disponível em: <<https://www.vidarural.pt/sem-categoria/canhamo-tem-grande-potencial/>>. Acesso em: 16 out. 2021.

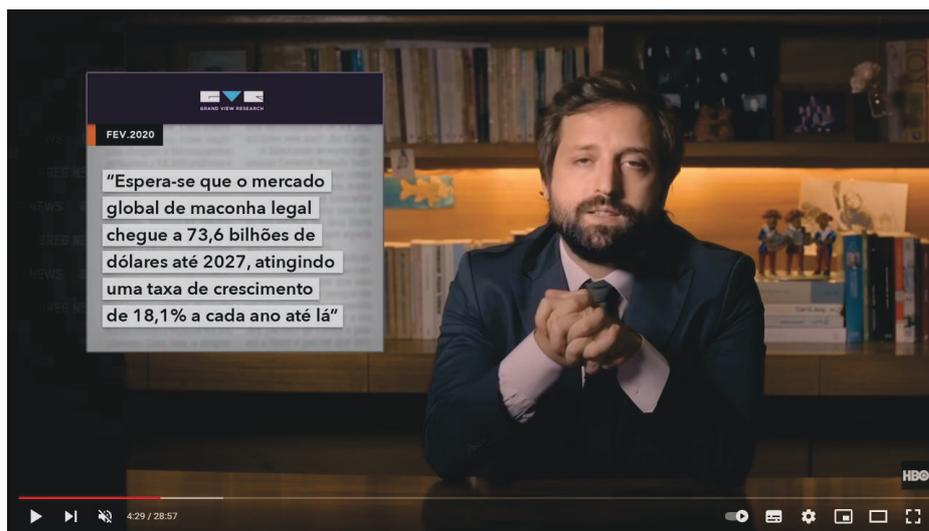


4'22": *O TEMPO*, 25 de dezembro de 2019 – "(...) o Brasil tem o maior potencial na região e pode movimentar US\$2,4 bilhões". Disponível em:

<<https://www.otempo.com.br/brasil/liberacao-de-cultivo-da-maconha-pode-colocar-brasil-como-grande-exportador-1.2278241>>. Acesso em: 16 out. 2021.



4'28": *GVR (Grand View Research)*, fevereiro de 2020 – “Espera-se que o mercado global de maconha legal chegue a 73,6 bilhões de dólares até 2027, atingindo uma taxa de crescimento de 18,1% a cada ano até lá”. Fonte não encontrada de maneira gratuita, pode estar disponível na pesquisa <<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/cannabis-packaging-market#>>, de acordo com a fonte da Medium (Disponível em: <<https://medium.com/healthcare-market-research/legal-marijuana-market-size-worth-73-6-billion-by-2027-cagr-18-1-4a0dd964dcb3>>. Acesso em: 16 out. 2021.) onde cita o site.



4'50": *Electricity Plans*, 21 de julho de 2019 – “Estima-se que a eletricidade usada para a produção de cannabis hoje seja 1% do total de eletricidade usada nos EUA”. Disponível em: <<https://electricityplans.com/power-consumption-for-cannabis-growers/>>. Acesso em: 16 out. 2021.

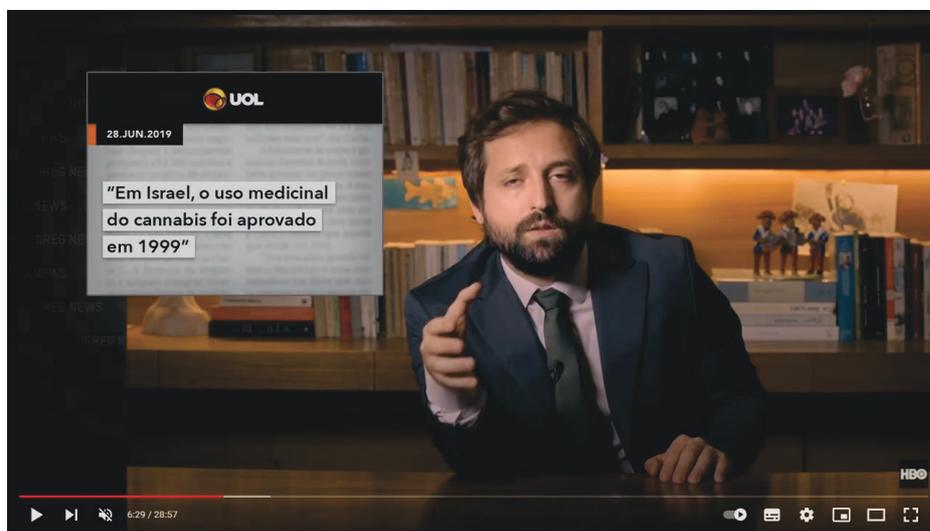


6'00": Imagens de outros episódios do programa posicionados de maneira centralizada para fortalecer a ideia de uma pauta já discutida em alguns episódios do Greg News: a ansiedade. São posicionados cortes com falas como: “epidemia de ansiedade”, para trazer mais impacto sobre o assunto.





6'26": *UOL*, 28 junho de 2019 – “Em Israel, o uso medicinal do cannabis foi aprovado em 1999”. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/efe/2019/06/28/na-vanguarda-do-cannabis-medicinal-israel-sofre-escassez-de-maconha.html>>. Acesso em: 16 out. 2021.



6'32": *Greencamp*, 11 de julho de 2018 – “Como o pequeno Israel virou um gigante da indústria da cannabis”. Disponível em: <<https://greencamp.com/israel-became-giant-cannabis-industry/>>. Acesso em: 16 out. 2021.



6'41": *The Times of Israel*, 22 de setembro de 2014 – “Reservistas das Forças de Defesa de Israel podem usar maconha”. Disponível em: <<https://www.timesofisrael.com/idf-reservists-can-use-medical-pot/>>. Acesso em: 16 out. 2021.



6'51": Imagem de apoio com pacote de maconhas entregues em Israel para consumo dos cidadãos.

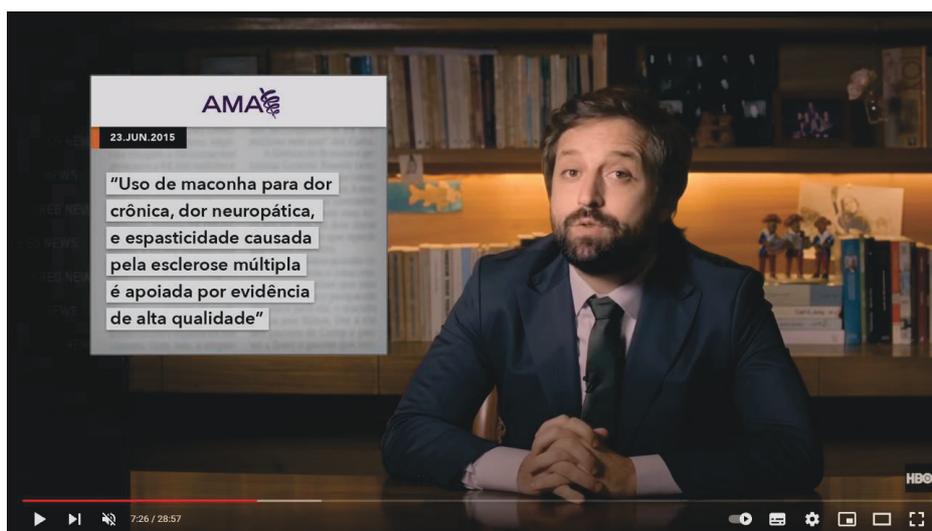


7'07": *Smoke Buddies*, 1 de novembro de 2013 – “Para Rabino maconha medicinal é Kosher”. Disponível em: <<https://www.smokebuddies.com.br/para-rabino-maconha-medicinal-e-kosher/>>. Acesso em: 16 out. 2021.



Em menos de 6 segundos (7'27"- 7'31") foram citadas 6 fontes em ordem de discurso de acordo com a condição de saúde e doença que é dita pelo apresentador, como veremos a seguir. Porém serve apenas de material de apoio e fonte de informação da qual fora escrita a pauta do programa, já que as imagens são trocadas rapidamente sem tempo de terminar a leitura.

7'27": *AMA (American Medical Association)*, 23 de junho de 2015 – “Uso de maconha para dor crônica, dor neuropática, e espasticidade causada pela esclerose múltipla é apoiada por evidência de alta qualidade”. Não encontrado <<https://jamanetwork.com/journals/jama/article-abstract/2338266>> o mais próximo foi isso que é uma empresa associada <<https://www.ama-assn.org/>>. Acesso em: 16 out. 2021.



7'29": *AFC (Aids Foundation Chicago)*, 6 de março de 2019 – “Como a cannabis está ajudando as pessoas a viverem com o HIV”. Disponível em: <<https://www.aidschicago.org/page/news/inside-story/hiv-and-cannabis>>. Acesso em: 19 out. 2021.



7'29": *National Library of Medicine*, 17 de abril de 2015 – “Cannabis e o tratamento do câncer”. *Abrams, D e Gúzman, M*. Disponível em: <<https://ascpt.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cpt.108>>. Acesso em: 19 out. 2021.



7'30": *MDedge*, 22 de abril de 2014 – “Pacientes com epilepsia que usam maconha medicinal relatam que a droga é muito efetiva para o controle das convulsões e os distúrbios do humor, de acordo com pesquisa”. Disponível em: <<https://www.mdedge.com/neurology/epilepsyresourcecenter/article/81399/epilepsy-seizures/marijuana-effective-epilepsy>>. Acesso em: 19 out. 2021.



7'30": *Multiple Sclerosis News Today*, 14 de dezembro de 2018 – “Pacientes de EM reportam efeitos benéficos da cannabis com efeitos colaterais mínimos, segundo pesquisa”. Disponível em: <<https://multiplesclerosisnewstoday.com/2018/12/14/ms-patients-report-beneficial-effects-cannabis-minimal-side-effects-survey/>>. Acesso em: 19 out. 2021.



7'31": *Medical Cannabis Network*, 11 de setembro de 2019 – “Cannabis e autismo: Cannabis medicinal alivia sintomas em crianças”. Disponível em: <<https://www.healtheuropa.eu/cannabis-and-autism-children/93274/>>. Acesso em: 19 out. 2021.



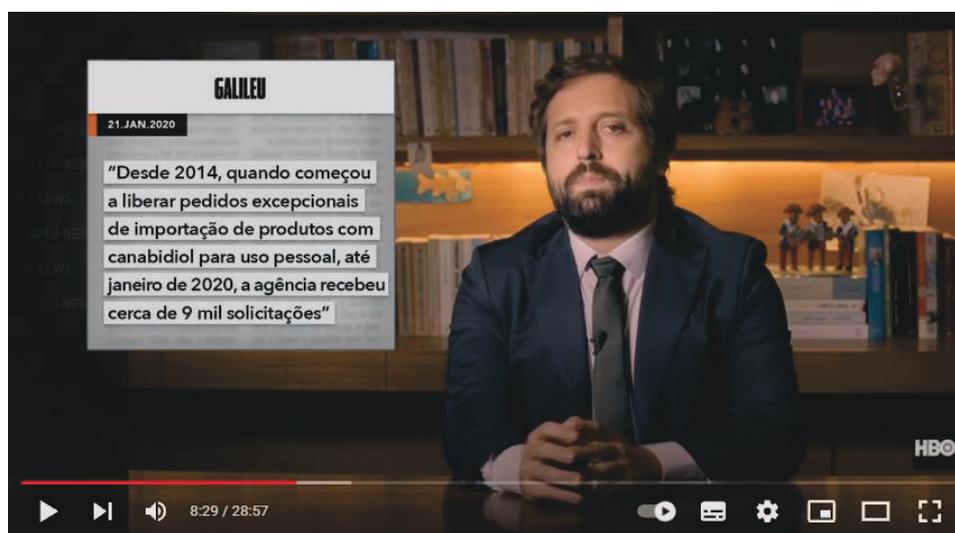
7'31": *Medical Cannabis Network*, 11 de setembro de 2019 – “Cannabis como um tratamento potencial para psicose”. A fonte precisa desse dado não foi encontrada pela autora, porém um estudo disponível sobre o uso terapêutico e seu potencial uso para o tratamento da psicose foi encontrado na biblioteca Sage: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2045125319881916>> e publicado na *US National Library of Medicine National Institutes of Health* em novembro de 2019. Acesso em: 19 out. 2021.



8'05": *Folha de S. Paulo*, 20 de janeiro de 2014 – “Maconha medicinal será tão importante quando a penicilina, diz cientista”. Disponível em: <<https://m.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2014/01/1399965-maconha-medicinal-sera-tao-importante-quanto-a-penicilina-diz-cientista.shtml>>. Acesso em: 19 out. 2021.



8'29" *Galileu*, 21 de janeiro de 2020 – “Desde 2014, quando começou a liberar pedidos excepcionais de importação de produtos com canabidiol para uso pessoal, até janeiro de 2020, a agência recebeu cerca de 9 mil solicitações”. Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2020/01/os-desafios-para-venda-e-o-uso-da-maconha-medicinal-no-brasil.html>>. Acesso em: 19 out. 2021.



8'39": *UOL*, 6 de dezembro de 2019 – “A saga da família que foi pioneira no tratamento com extrato da maconha”. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2019/12/06/mae-que-foi-pioneira-em-trazer-canabidiol-ao-pais-festeja-decisao-da-anvisa.html>>. Acesso em: 19 out. 2021.



9'00": *BBC*, 3 de agosto de 2020 – “Estima-se que metade das 95 permissões para autocultivo tenham passado pelas mãos dos profissionais do grupo”. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-53589585>>. Acesso em: 19 out. 2021.



9'05": *G1*, 21 de novembro de 2017 – “Justiça Federal na Paraíba decide que associação pode cultivar maconha”. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/justica-federal-na-paraiba-decide-que-associacao-pode-cultivar-cannabis.ghtml>>. Acesso em: 19 out. 2021.



9'09": *O Globo*, 15 de julho de 2020 – “Justiça Federal do Rio autoriza associação a cultivar maconha para fins medicinais”. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/justica-federal-do-rio-autoriza-associacao-cultivar-maconha-para-fins-medicinais-24534121>>. Acesso em: 19 out. 2021.



9'52": Inserção de vídeo centralizado apresentando discurso da senadora Mara Gabrilli do PSDB-SP, a favor da cannabis medicinal, cortado de maneira a encaixar ao discurso introduzido pelo apresentador anteriormente à inserção, onde coloca a ideia da importância da pressão de políticos conservadores. O vídeo foi exibido em 26 de setembro de 2019 na TV Senado.



10'39": *Veja*, 5 de maio de 2020 – “Único medicamento à base de cannabis que já tem registro no Brasil, o produto é comercializado desde 2018 em embalagens com três ampolas de 10ml a um custo médio de R\$2.700”. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/cannabiz/os-precos-da-cannabis-medicinal-no-brasil/>>. Acesso em: 19 out. 2021.



11'02": Inserção de outros episódios do programa posicionados de maneira centralizada para fortalecer novamente uma pauta já discutida em alguns episódios do Greg News: a mudança climática.

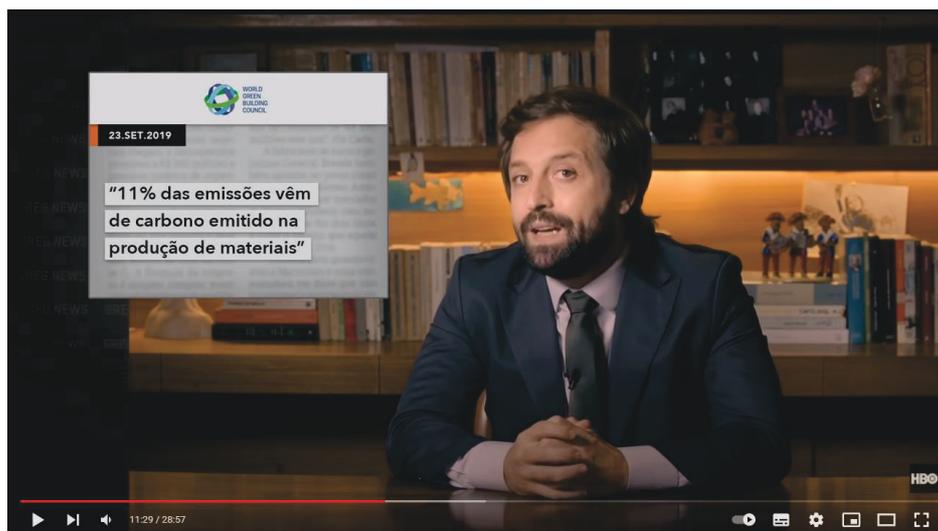




11'18" *The Conversation*, 2 de janeiro de 2014 – “Com sua alta produção de biomassa e sua adequação para se encaixar em rotações existentes de safra, o cânhamo pode ser usado para produção de energia”. Disponível em: <<https://theconversation.com/is-industrial-hemp-the-ultimate-energy-crop-20707>>. Acesso em: 19 out. 2021.



11'29" *World Green Building Council*, 23 de setembro de 2019 – “11% das emissões vêm de carbono emitido na produção de materiais”. Disponível em: <<https://www.worldgbc.org/calendar/world-green-building-week-2019>>. Acesso em: 22 out. 2021.



11'33" *Super Interessante*, 21 de dezembro de 2016 – “Cimento de Cannabis é ecológico”. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/blog/planeta/cimento-de-cannabis-e-ecologico/>>. Acesso em: 22 out. 2021.



11'43" *Green Me!*, 19 de dezembro de 2018 – “Cimento, um dos maiores emissores de CO2, causador do aquecimento global”. Disponível em: <<https://www.greenme.com.br/morar/bioarquitetura/69532-cimento-um-dos-maiores-emissores-de-co2-causador-do-aquecimento-global/>>. Acesso em: 22 out. 2021.



11'51" Inserção de imagem na caixa de informação, de casa sustentável construída a partir de material de origem canábica, sem fonte ou legenda, apenas para enfatizar o discurso de construção sustentável e esteticamente apelativos.



12'04" Inserção de cortes de outros episódios do programa posicionados de maneira centralizada para fortalecer novamente uma pauta já discutida em alguns episódios do Greg News: segurança.

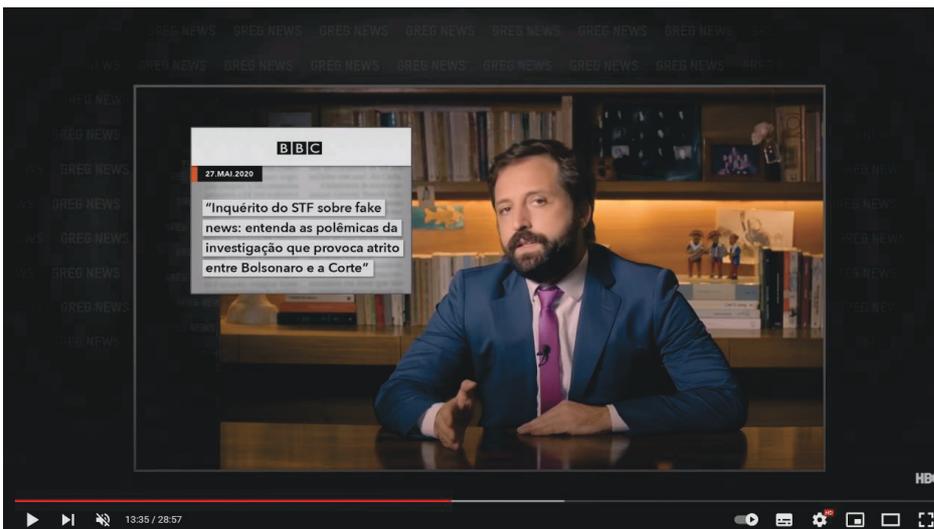




12'42: UOL, 27 de abril de 2020 – “a estimativa é de R\$17 bilhões por ano de faturamento anual [do tráfico de drogas]. A venda de maconha responderia por R\$12 bilhões desse ‘bolo’”. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2018/12/21/trafico-de-droga-move-r-17-bi-por-ano-diz-general-que-defende-legalizacao.html>>. Acesso em: 22 out. 2021.



13'30”: Inserção de cortes de outros episódios do programa posicionados de maneira centralizada para fortalecer novamente uma pauta já discutida no Greg News: Fake News e desinformação.



13'45": *Congresso em Foco*, 15 de abril de 2020 – “Osmar Terra é o parlamentar que mais publica fake News sobre covid-19, aponta levantamento”. Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/saude/osmar-terra-e-o-parlamentar-que-mais-publica-fake-news-sobre-covid-19-aponta-levantamento/>>. Acesso em: 22 out. 2021.



13'54": Inserção de foto de Osmar Terra na caixa de informação do programa para fortalecer a imagem do parlamentar.

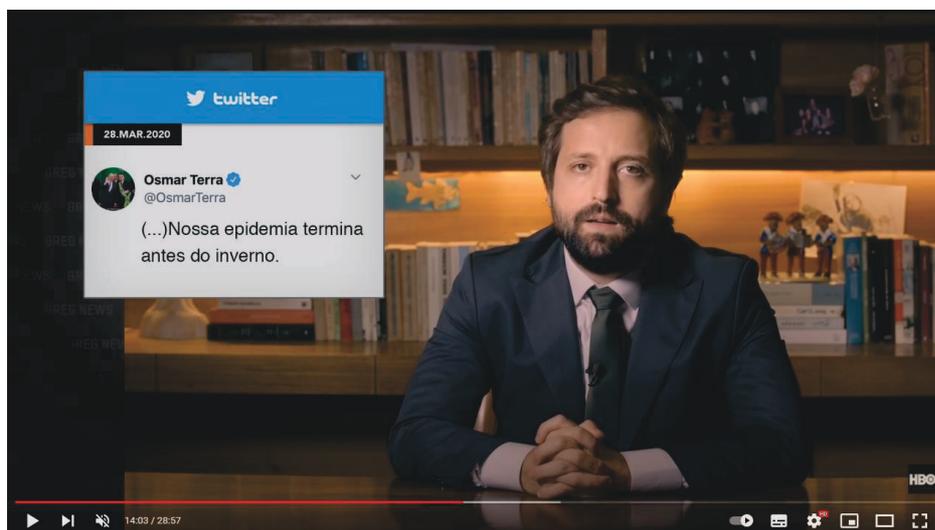


14'00": *UOL*, 27 de abril de 2020 – “Osmar Terra, que previu só 2100 mortes por coronavírus, mantém análise”. Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/colunas/tales-faria/2020/04/27/osmar-terra-que-previu-so-2100-mortes-por-coronavirus-mantem-analise.html>>. Acesso em: 22 out. 2021.

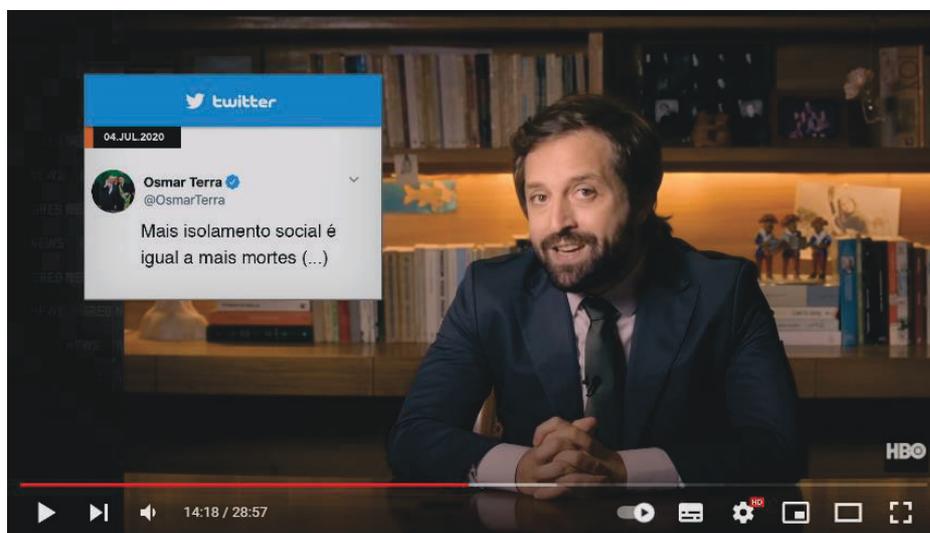


14'03": Imagem de tweet de 28 de março de 2020, postado na rede social Twitter de Osmar Terra – "(...) Nossa pandemia termina antes do inverno." Disponível em: <<https://twitter.com/OsmarTerra/status/1244045393077456897>>. Acesso em: 22 out. 2021.



14'16": Imagem de tweet de 4 de julho de 2020, postado na rede social Twitter de Osmar Terra – "Mais isolamento social igual a mais mortes (...)". Disponível em:

<<https://twitter.com/osmarterra/status/1279443026931331072>>. Acesso em: 23 out. 2021.



14'21": Imagem de tweet de 20 de setembro de 2020, postado na rede social Twitter de Osmar Terra – “1) lockdown nada resolve. Amazonas teve seu pico de contágio e alta mortalidade em pleno lockdown. 2) opinião da Fiocruz é só ideológica. Quer manter todo Brasil em lockdown por 2 anos!”. Disponível em: <<https://twitter.com/osmarterra/status/1310396109399953408>>. Acesso em: 23 out. 2021.



14'28" *Folha de S. Paulo*, 2 de junho de 2014 – “Fiocruz, Embrapa e Inpe lideram pesquisa no país”. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cienciasaude/168925-fiocruz-embrapa-e-inpe-lideram-pesquisa-no-pais.shtml>>. Acesso em: 23 out. 2021.



14'40": Inserção de vídeo disponibilizado na *Panflix* posicionados de maneira centralizada de um debate entre Sammy Dana, economista, e Osmar Terra, parlamentar brasileiro, sobre os números da Covid-19, para demonstrar o discurso de proliferação de Fake News, defendido pelo Greg News.



15'12": Inserção na caixa de informação de uma foto de um personagem fictício, para descrição do parlamentar de maneira caricata e humorística.



15'45": *Câmara dos Deputados*, 16 de setembro de 2020 – “Representantes de Israel e Canadá defendem tentativa brasileira de regulamentar uso medicinal da maconha”. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/693127-representantes-de-israel-e-canada-defendem-tentativa-brasileira-de-regulamentar-uso-medicinal-da-maconha/>>. Acesso em: 23 out. 2021.



15'59": *The Conversation*, 19 de julho de 2020 – “O veredito: legalização a maconha no Canadá foi um sucesso”. Disponível em:

<<https://theconversation.com/the-verdict-canadas-legalization-of-cannabis-is-a-success-141968>>. Acesso em: 23 out. 2021.



16'02": *The Washington Post*, 26 de outubro de 2018 – “Com maconha legalizada, Canadá vê uma onda de criação de vagas de empregos”. Disponível em: <<https://www.washingtonpost.com/world/2018/10/26/with-pot-legalized-job-openings-spike-canadas-cannabis-industry/>>. Acesso em: 23 out. 2021.



16'05": *Los Angeles Times*, 29 de maio de 2019 – “Israel aposta na cannabis como sua próxima grande indústria”. Disponível em:

<<https://www.latimes.com/nation/la-fg-israel-cannabis-medical-marijuana-20190529-story.html>>. Acesso em: 23 out. 2021.



16'17" *Metrópoles*, 29 de maio de 2020 – “Prazer: estudo afirma que uso de maconha aumenta libido e chance de orgasmo”. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/colunas/pouca-vergonha/prazer-estudo-afirma-que-uso-de-maconha-aumenta-libido-e-chance-de-orgasmo>>. Acesso em: 23 out. 2021.



16'20": *O Tempo*, 30 de março de 2019 – “Maconha dobra chance de orgasmo feminino, afirmam cientistas”. Disponível em:

<<https://www.otempo.com.br/interessa/maconha-dobra-chance-de-orgasmo-feminino-afirmam-cientistas-1.2156864>>. Acesso em: 23 out. 2021.



16'23": *High Times*, 29 de setembro de 2017 – “Primeiros estudos médicos registrados entre orgasmo espontânea e maconha”. Disponível em: <<https://hightimes.com/health/science/first-medical-connection-recorded-between-spontaneous-orgasms-weed/>>. Acesso em: 23 out. 2021.



16'32": *CNN*, 20 de junho de 2018 – “Canadá torna-se o segundo país no mundo a legalizar a maconha”. Disponível em:

<<https://edition.cnn.com/2018/06/20/health/canada-legalizes-marijuana/index.html>>.

Acesso em: 23 out. 2021.



16'37": G1, 17 de outubro de 2018 – “Um adulto pode possuir até 30 gramas de cannabis legal em público.” Disponível em:

<<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2018/10/17/conheca-as-regras-para-o-consumo-recreativo-da-maconha-no-canada.ghtml>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



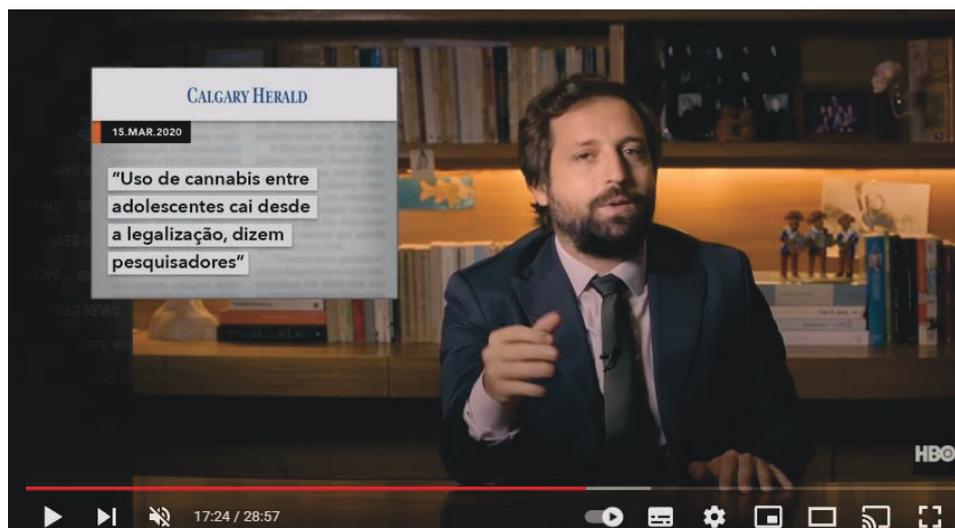
16'41": Inserção na caixa de informação da foto do deputado canadense Nathaniel Smith, para o deixar reconhecível ao público, ao expor a opinião dele sobre o uso de maconha no Canadá.



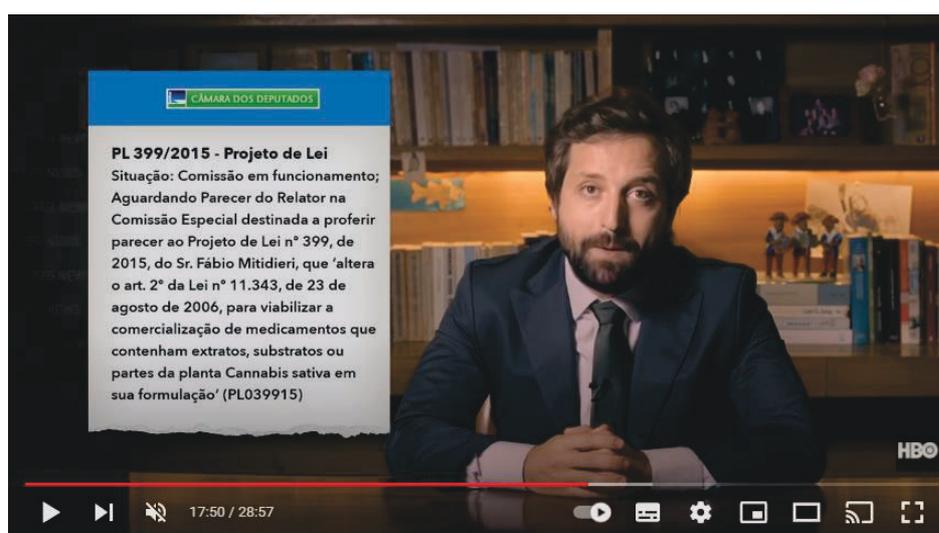
16'59": Inserção de vídeo centralizado em tela com o discurso de opinião de Osmar Terra, contra a maconha, em uma conferência realizada de maneira virtual via plataforma de videochamadas, exibida na TV Câmara no dia 16 de setembro de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8MDL87RQG2k>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



17'24": *Calgary Herald*, 15 de março de 2020 – “Uso de cannabis entre adolescentes cai desde a legalização, dizem pesquisadores”. Disponível em: <<https://calgaryherald.com/news/cannabis-use-among-canadian-teens-down-since-legalization-say-researchers>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



17'50": Inserção de trecho do Projeto de Lei PL 399/2015, que busca alterar o art. 2º da Lei nº 11.343, de 23 de agosto de 2006, para viabilização da comercialização de medicamentos que contenham Cannabis sativa em sua formulação. Que até o momento do episódio estava aguardando parecer do Relator na Comissão, e que hoje a situação está: "Situação: Aguardando Deliberação do Recurso na Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)" (Acesso em 13 de novembro de 2021), e que segundo a *Agência Brasil*<sup>16</sup>, foi aprovado, com voto de desempate do relator, no dia 8 de junho de 2021. Texto da então, *situação*, citada no episódio disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=947642>> Acesso em: 13 nov. 2021.



<sup>16</sup> Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2021-06/comissao-da-camara-aprova-projeto-que-autoriza-plantio-de-cannabis>. Acesso em: 13 nov. 2021.

18'10": *Europe Decides*, 10 de abril de 2019 – “Europa está na beira de um boom da cannabis”. *Fonte não encontrada*.



18'10": *Forbes*, 11 de setembro de 2019: “Kentucky quer ser conhecido pelo seu cânhamo (de novo)”. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/donaldmarvin/2019/09/11/kentucky-seeking-to-regain-role-as-legal-hemp-reemerges/?sh=2fdb2fea82af>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



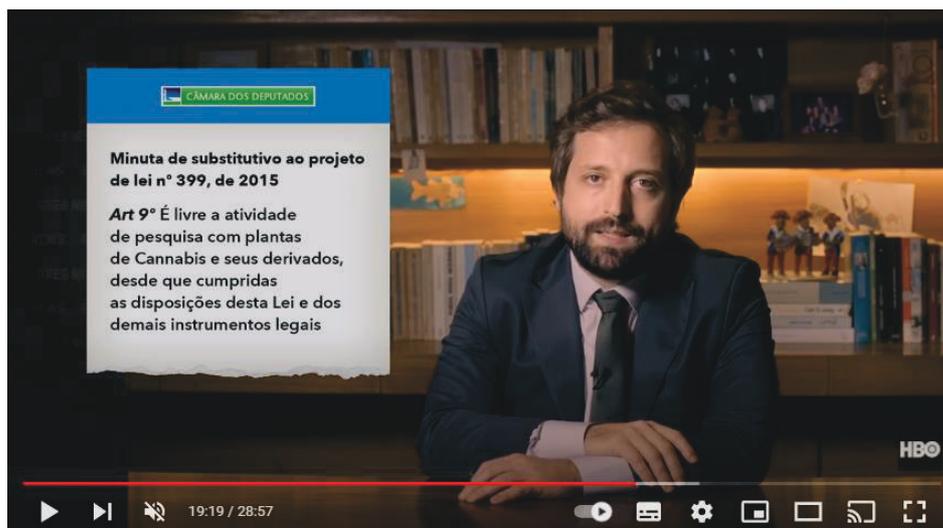
18'25": OZY, 09 de maio de 2019 – “Cinturão da cannabis latino-americano está entrando na lei”. Disponível em: <<https://www.ozy.com/around-the-world/latin-americas-cannabis-belt-is-going-legit/93747/>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



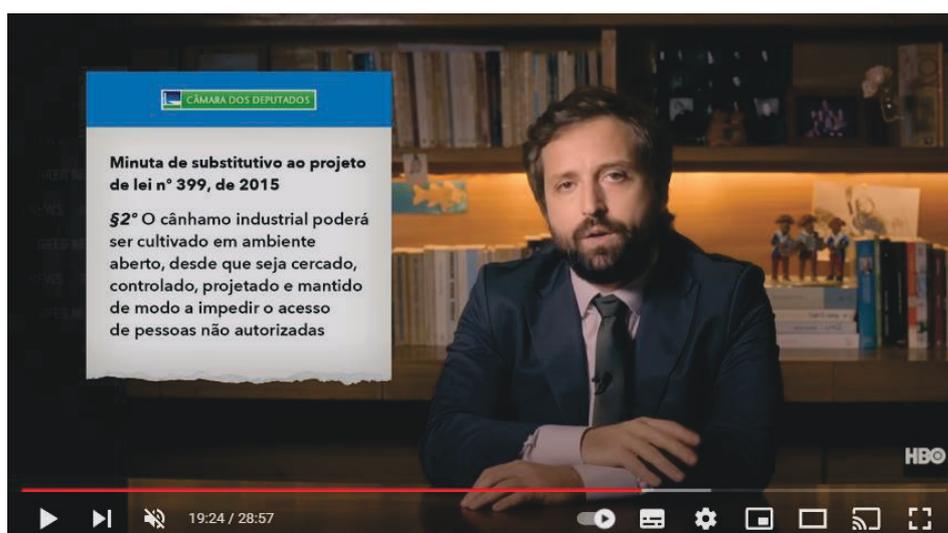
18'54": *Valor Econômico*, 28 de agosto de 2020 – “Ruralistas querem plantio de maconha”. Disponível em: <<https://valor.globo.com/politica/noticia/2020/08/28/ruralistas-querem-plantio-de-maconha.ghtml>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



19'17": Inserção do artigo 9 da minuta de substitutivo ao Projeto de Lei PL 399/2015, previamente citado no minuto 17.



19'24": Mudança para trecho do parágrafo 2 da minuta de substitutivo ao Projeto de Lei PL 399/2015.



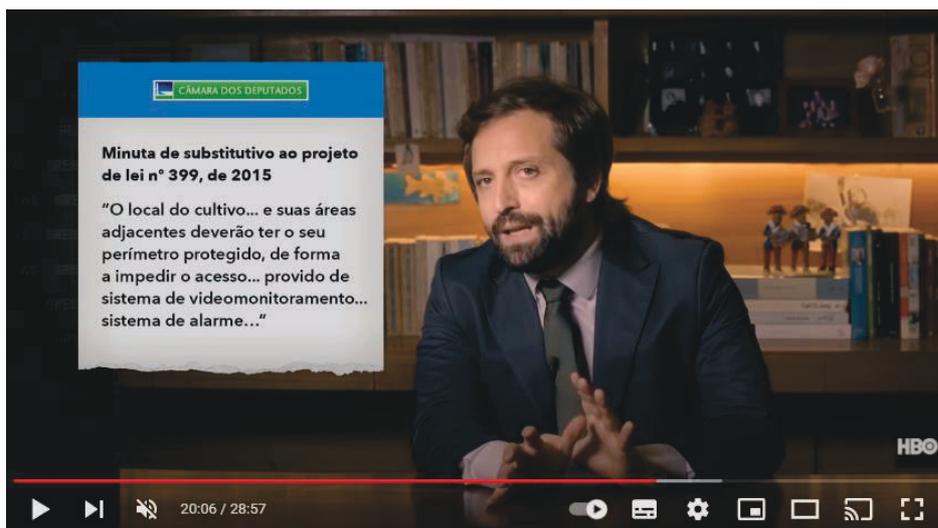
19'48": *Heinrich Böll Stiftung*, sem data: "Chico Rodrigues (DEM-RR) (...) é sócio da San Sebastian, que tem a agropecuária entre suas atividades". Disponível em: <<https://br.boell.org/pt-br/2019/11/13/nova-cara-da-bancada-ruralista>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



19'55": Inserção de trecho da minuta de substitutivo ao Projeto de Lei PL 399/2015.



20'06": Mudança do trecho da minuta de substitutivo ao Projeto de Lei PL 399/2015.



20'22": Inserção do artigo 23 da minuta de substitutivo ao Projeto de Lei PL 399/2015.



20'43": *Karger*, junho de 2018 – “Plantas cultivadas sob luz filtrada verde e no escuro continham níveis significativamente menores de THC do que aquelas cultivadas na luz do sol”. Disponível em: <<https://www.karger.com/Article/Pdf/489030>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



20'48": *BudBuds.us*, 16 de julho de 2019 – “As cabeças das resinas glandulares ligam-se e filtram aos raios UV, agindo como um protetor solar natural para que não prejudiquem os brotos em crescimento ou causem mutações na planta”. Disponível em: <<https://www.budbuds.us/tricomas-canabinoides/>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



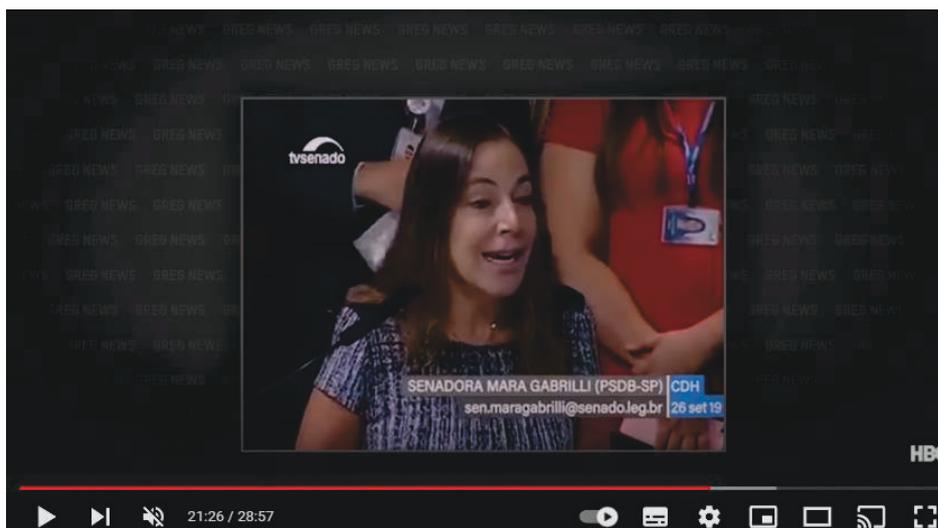
21'12": *Healthline*, 13 de dezembro de 2019 – “Como CBD e THC trabalham juntos: o efeito entourage”. Disponível em: <<https://www.healthline.com/health/the-entourage-effect>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



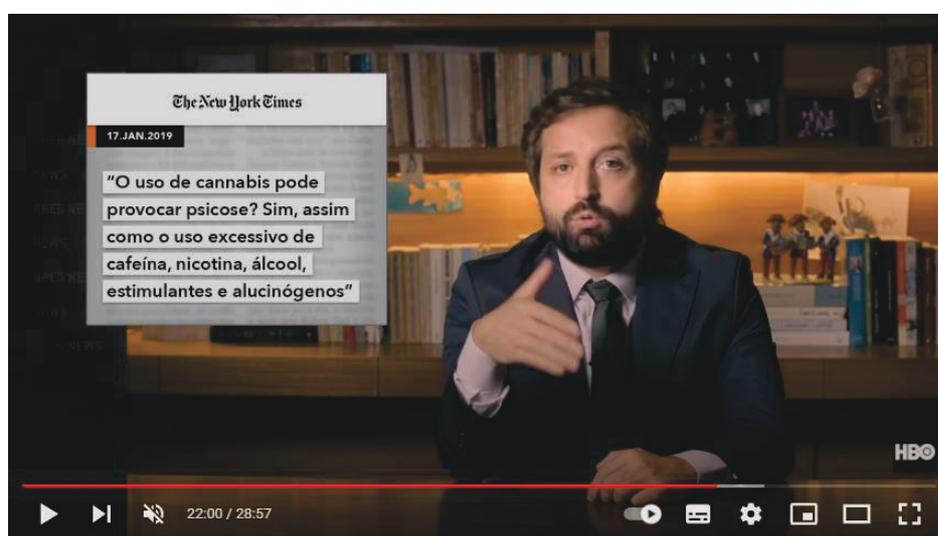
21'19": *Sechat*, 27 de agosto de 2019 – "Canabidiol sintético é pura 'buxa'". Disponível em: <<https://www.sechat.com.br/canabidiol-sintetico-e-pura-bucha-tudo-sobre-cannabis/>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



21'26": Inserção de outro trecho vídeo centralizado apresentando discurso da senadora Mara Gabrilli do PSDB-SP, que foi exibido no minuto 9. O vídeo foi exibido em 26 de setembro de 2019 na Tv Senado.



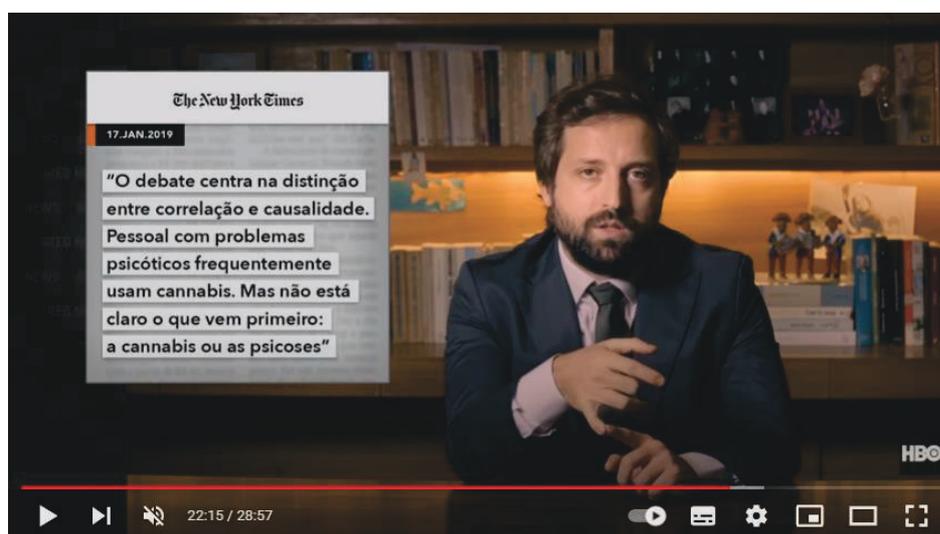
22'00": *The New York Times*, 17 de janeiro de 2019 – “O uso de cannabis pode provocar psicose? Sim, assim como o uso excessivo de cafeína, nicotina, álcool, estimulantes e alucinógenos”. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2019/01/17/health/cannabis-marijuana-schizophrenia.html>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



22'07": *Here to help*, sem data – “Stress intenso pode causar psicose”. Disponível em: <<https://www.heretohelp.bc.ca/infosheet/psychosis>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



22'15": *The New York Times*, 17 de janeiro de 2019 – “O debate centra na distinção entre correlação e causalidade. Pessoal com problemas psicóticos frequentemente usam cannabis. Mas não está claro o que vem primeiro: a cannabis ou as psicoses”. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2019/01/17/health/cannabis-marijuana-schizophrenia.html>>. Acesso em: 13 nov. 2021.

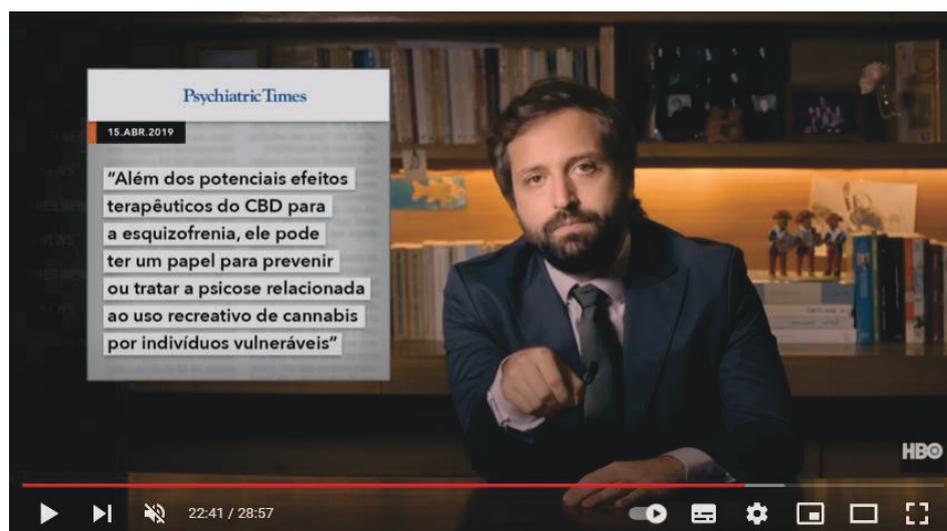


22'33": *The New York Times*, 17 de janeiro de 2019 – “O tabagismo foi um preditor para o desenvolvimento posterior do distúrbio”. Disponível em:

<<https://www.nytimes.com/2019/01/17/health/cannabis-marijuana-schizophrenia.html>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



22'41": *Psychiatric Times*, 15 de abril de 2019 – “Além dos potenciais efeitos terapêuticos do CBD para a esquizofrenia, ele pode ter papel para prevenir ou tratar a psicose relacionada ao uso recreativo de cannabis por indivíduos vulneráveis”. Disponível em: <<https://www.psychiatrictimes.com/view/cannabidiol-adjunctive-treatment-schizophrenia>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



22'53": *IFLS*, sem data – “Novo estudo sugere que maconha é mais segura que álcool e tabaco”. Disponível em: <<https://www.iflscience.com/health-and-medicine/new-study-suggests-risks-marijuana-use-have-been-overestimated/>>.

Acesso em: 13 nov. 2021.



23'05": Inserção de texto animado de maneira centralizada com a fonte de referência do *Journal of Clinical Medicine*, de 19 de julho de 2019 – “O potencial do canabidiol como tratamento para psicose e dependência”. Disponível em: <<https://sciprofiles.com/publication/view/7eb22f9e9e4aeb39c7be7bc6340631fa>>.

Acesso em: 13 nov. 2021.



23'23": Inserção de texto animado de maneira centralizada com a fonte de referência da *Veja*, 4 de outubro de 2018 – “Segundo pesquisadores, o consumo de cannabis na adolescência atrasa o desenvolvimento cognitivo”. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/saude/maconha-e-pior-para-o-cerebro-do-que-o-alcool-afirma-estudo/>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



24'02": *Drauzio*, 14 de julho de 2014 – “Hoje é possível dizer que a maconha possui efeitos benéficos, especialmente em casos de glaucoma”. Disponível em: <<https://drauziovarella.uol.com.br/drogas-licitas-e-ilicitas/efeitos-beneficos-da-maconha-artigo/>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



24'05": *Folha de S. Paulo*, 1 de agosto de 2020 – “Maconha trata artrite reumatóide”. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ciencia/fe0108200003.html>> - referência publicada no dia 1 de agosto de 2000, e não em 2020 conforme mostrado em tela. Acesso em: 13 nov. 2021.



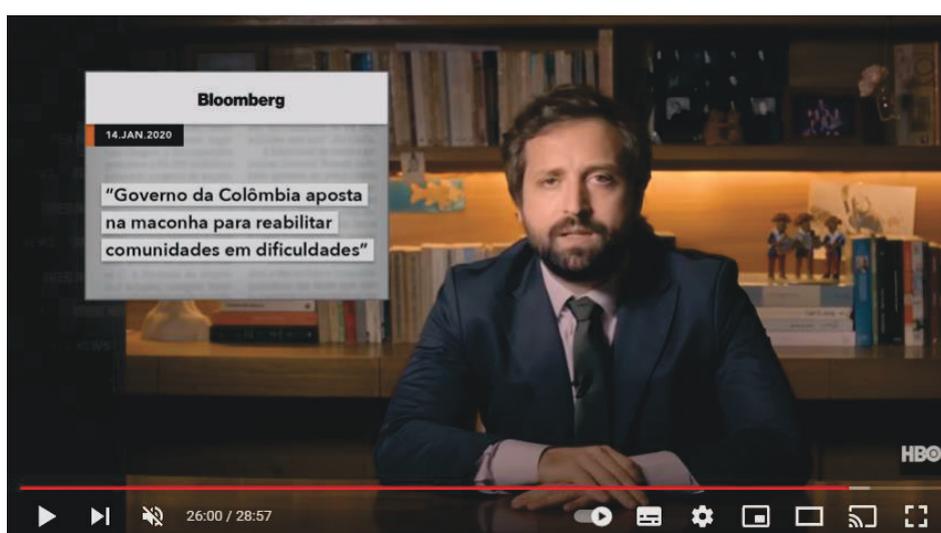
24'05": *Super Interessante*, 31 de outubro de 2016 – “Idosos tomam menos remédios onde a maconha é legalizada”. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/saude/idosos-tomam-menos-remedios-onde-a-maconha-e-legalizada/>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



24'17": Inserção de vídeo sobre os idosos na cidade de Cruzeta, onde consumiam a planta cannabis há anos, em formato de chá, compressas, entre outros, sem saber que era maconha.



25'59": *Bloomberg*, 14 de janeiro de 2020 – “Governo da Colômbia aposta na maconha para reabilitar comunidades em dificuldades”. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/press-releases/2020-01-14/colombia-s-government-bets-on-cannabis-to-help-rehabilitate-struggling-communities-secfilings-com>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



26'02": *The Washington Post*, 2 de dezembro de 2019 – “Evanston, Ill, vai usar impostos sobre a maconha para financiar reparações raciais”. Disponível em: <<https://www.washingtonpost.com/nation/2019/12/02/evanston-illinois-reparations-plan-african-americans-is-marijuana-tax/>>. Acesso em: 13 nov. 2021.



A partir de 27'10", Gregório começa a contar uma história pessoal sobre como foi apresentado à maconha de qualidade pela avó dele. Então dedica o programa para ela e para as pessoas que buscam maior qualidade de vida através do uso da maconha.

Aos 28'53", o episódio mostra novamente a sua vinheta com o discurso já finalizado, onde está escrito em laranja "Greg News com Gregório Duvivier" e abaixo o logo da HBO.



Aos 28'55" é disponibilizada a hashtag #GregNews em branco com fundo laranja, para finalização do programa e incentivo à interação do público nas redes sociais.



**Fim da descrição.**

**Apêndice B - Tabela dos 50 comentários selecionados com classificação por usuário de cannabis e opinião geral.**

Os primeiros 50 comentários postados mais curtidos					
Quantidade de likes	Data	Usuário do YouTube	Comentários	Usuário	Opinião geral
5367	24/10/2020 07:16	Antídoto	<p>Quer dizer que você passou 100 episódios bolando esse episódio? Bom, te damos o sinal verde. Pode deschavar o assunto, mesmo que ele traga fatos difíceis de tragar. Tomara que ele acenda muitas reflexões, afinal, onde há fumaça, há fogo.</p> <p>Falando sério: eu particularmente não uso e nem tenho interesse em usar, mas acho que já passou da hora de percebermos que a proibição da maconha é ruim em termos éticos e pragmáticos.</p>	Não	Comentário sobre o episódio, não usuário de maconha defensor da legalização
3303	24/10/2020 14:47	Fenhir	Sou autista, obrigado por defender meu remédio.	Sim	Usuário clínico defendendo o uso da maconha
1627	24/10/2020 14:16	Mariana França	<p>"Maconha destrói famílias"</p> <p>Disse o tio que enche a cara todo final de semana e bate na mulher</p>	Não informado	Crítica social
1471	24/10/2020 02:32	O Cangaço na Literatura	Maconha não mata, quem mata é o traficante.	Não informado	Crítica social
1372	24/10/2020 08:12	Eduardo Maia Paiva	Quem aí não consome e é a favor da legalização? 🤔	Não	Comentário de defensor da legalização

Continua

882	24/10/2020 21:44	SE77E _	"A maconha não vai ser legalizada porque o país é conservador..." Errado! Não legaliza porque a polícia federal, o exército e váaaarios polfíticos lucram milhões com o tráfico. Não existe interesse em transformar em imposto quando o dinheiro cai direto na mão deles, essa é real.	Não informado	Crítica social
811	24/10/2020 22:49	Hertz Dantas	O Nordeste deveria ficar independente do Brasil e legalizar a maconha.	Não informado	Comentário de defensor da legalização
731	24/10/2020 16:08	Márlon Allan Lorencetti	Maconha só é porta de entrada pra pizza sofá e Netflix.	Não informado	Comentário de defensor da legalização
599	24/10/2020 02:43	rever ferreira	Engraçado que o médico receita e os reações ficam chiando Aí o presidente faz lobby da clorochoisa e o gado bate palma Enquanto isso a classe alta usa sem se preocupar com a perseguição do estado sobre o seu uso	Não informado	Crítica social
569	24/10/2020 15:28	Eli A.	"Ela é uma planta mais eficaz que o homem hétero." Status: procurando uma maconha 😊	Não informado	Comentário sobre o episódio, não usuário de maconha defensor da legalização
534	24/10/2020 11:15	Dege BR	"Sou contra à maconha pq ela é ilegal" disse o tio que sonega imposto, vai na igreja, bebe e dirige	Não informado	Crítica social
502	24/10/2020 06:14	josé reis	Tenho 67 anos pito um todo dia sou saudável e tenho bom humor minha velhice é boa	Sim	Comentário sobre o episódio, usuário de maconha

Continua

433	24/10/2020 04:42	Ana Carolina Zandoná Guadagnin	Epiléptica que faz uso de óleo full spectrum (derivado da maconha) sentindo-se contemplada pelo programa. Valeu, Gregório!	Sim	Comentário sobre o episódio, usuário de maconha
427	24/10/2020 03:27	Zé Gotão	"Sou contra a maconha porque é ilegal" dizem os hipócritas que bebem nos barzinhos e saem dirigindo alcoolizados.  Já vi algumas vezes a situação acima	Não informado	Crítica social
417	24/10/2020 15:23	Tathyana Zimmermann Fernandes	Fonte de onde o Osmar Terra tira suas teorias: DOKU, Tirado. Vozes da Minha Cabeça. Brasília: Editora Papai Olavo de Carvalho, 2020.	Não informado	Crítica social
409	24/10/2020 03:08	Teresa de Sá	Depoimento emocionante. Fiquei imaginando a fofura de cena vó e neto fumando um baseado e rolando de rir. E o Greg se emocionou lembrando da avó.	Não informado	Comentário sobre o episódio
343	24/10/2020 13:40	camila beatriz	maconha me tirou de uma depressão fudida.  inclusive, estou chapada nesse momento.	Sim	Comentário sobre o episódio, usuário de maconha

Continua

343	24/10/2020 16:21	Adriana Lima	<p>Meu pai sofreu um AVC e por ser mal atendido, e não terem sido cumpridos os protocolos para a enfermidade, ele ficou com sequelas. O lado direito ficou totalmente paralisado. Logo a semana seguinte que saiu do hospital, começamos a dar óleo de maconha pra ele. Os resultados são incríveis! Em pouco tempo ele voltou a andar. Infelizmente, ele ainda tem um braço paralisado e não fala. A lesão que sofreu, infelizmente, foi muito grande. Mas em poder caminhar sozinho e fazer suas necessidades sem ajuda já foi incrível.</p>	Sim	Usuário clínico defendendo o uso da maconha
333	24/10/2020 05:13	Carolina Alves	<p>Melhor parte é o Greg lembrando aos conservadores sem argumento: "O maconheiro já fuma" 😏😏😏</p>	Não informado	Comentário sobre o episódio
327	24/10/2020 18:49	Yaucha Maysa	<p>"Planta mais eficaz que o homem hétero" Kkkkkkkk mermão Gregório, você é um ícone KKKKKKKK KKKKKKKKK</p>	Não informado	Comentário sobre o episódio
326	24/10/2020 02:33	Paola Carneiro	<p>Legalização já , pois a criminalização limita as informações.</p>	Não informado	Comentário de defensor da legalização
300	24/10/2020 04:43	Karen Rosa Alves	<p>"Sou contra a maconha, porque é ilegal e ponto final!" disse aquele parente chato que se vangloria por sonegar imposto... Ah tá...</p>	Não informado	Crítica social
297	24/10/2020 03:39	Angela Hinterholz	<p>Já diria Froid: o que seria das farmácias se a gente fumasse a cura das doenças?</p>	Não informado	Comentário sobre o episódio

Continua

281	24/10/2020 07:25	tanaka	<p>“Não é sinal de saúde estar bem adaptado a uma sociedade doente.”</p> <p>Jiddu Krishnamurti</p>	Não informado	Comentário neutro
273	24/10/2020 03:18	lasmin Araujo	<p>Por que não fazemos novamente um movimento de mandar email pros políticos? Seria tão bom </p>	Não informado	Comentário de defensor da legalização
270	24/10/2020 03:37	Rogério S	<p>Cara, tu não vai acreditar, mas o meu trabalho é analisar sabe o que? Maconha. Sou perito criminal e grande parte do meu trabalho (inútil) é analisar pontas de baseados e "pés" de maconha de 15cm. Esse diabólico material é apreendido pelos brigadianos (PM) idiotas para gerarem dados de eficiência policial. E eu faço parte dessa merda. Quem pensa que um baseado custa 5 pila não sabe o custo que ele dá para o estado (nós) nesse processo. Um abraço!</p>	Não informado	Comentário de defensor da legalização
265	24/10/2020 14:46	Tati Maia	<p>Podia ser o Brasil, mas a família tradicional hipócrita brasileira não ajuda.</p>	Não informado	Crítica social
230	24/10/2020 15:11	Diego Sousa	<p>Sugestão de leitura: O MUNDO ASSOMBRADO PELOS DEMÔNIOS, de Carl Sagan</p>	Não informado	Comentário neutro
229	24/10/2020 12:52	Guilherme Mittmann	<p>Ironia Máxima: São Leopoldo, a cidade símbolo da Imigração Alemã (e portanto conservadora) no RS, se chamava "FEITORIA DO LINHO CÂNHAMO" antes de 1824.</p>	Não informado	Crítica social

Continua

224	24/10/2020 03:14	Halluchã Madureira	Quando legalizar a maconha no Brasil, os políticos do alto escalão vão ficar sem grana!! Sem contar o PCC que vai parar de receber "incentivos" e proteção de governante e Juiz por aí!!! O "Brasil" dos corruptos... quebraria dessa forma. Um sonho!	Não informado	Crítica social
216	24/10/2020 02:44	willian	impossível n chora. brasil MT atrasado	Não informado	Crítica social
210	24/10/2020 11:32	Lisia Adrien Fer	A proteína vegetal isolada da semente de cânhamo é considerada a melhor e mais completa que existe. Pena que no Brasil é difícil comprar. Pra quem é vegano e faz suplementação seria excelente.	Não informado	Crítica social
206	24/10/2020 02:37	Fran oliveira	Dráuzio Varella tem uma série de documentários sobre maconha muito legal no canal dele.	Não informado	Comentário neutro
199	24/10/2020 18:08	Anderson Lucas	Vi alguém no twitter comentando q chorou assistindo esse ep, agora eu entendi 😂	Não informado	Comentário sobre o episódio

Continua

198	24/10/2020 13:52	Benjamin Galvani Lopes	<p>Eu tenho 24 anos. Fui diagnosticado com transtorno de ansiedade generalizada pela primeira vez aos 6, e com depressão clínica ao 14, embora apresentasse sintomas desde os 11 ou 12 anos.</p> <p>Eu já sofri com auto-mutilação, cortes rasos no início, até chegar num ponto em que eu mesmo precisava costurar meus cortes, pois não tinha a possibilidade de ir ao pronto socorro pra receber atendimento, já que sentia vergonha disso. Eu também já tentei suicídio, a primeira vez aos 13 anos. É depois disso, ano após ano, até que eu passei a complementar a psicoterapia com tratamento psiquiátrico. Spoiler: os remédios me dopam e funcionam bem durante uma crise, mas não me deixam bem. Sabe o que me deixa bem, e sem a necessidade de tomar ansiolítico e antidepressivo por vários dias? E sabe o que reduziu a incidência de crises de pânico e/ou depressivas? A maconha. E eu não faço uso diário, eu uso esporadicamente, já que meus pais são da Vila do Osmar terra quando se trata de maconha...</p>	Sim	Comentário sobre o episódio, usuário de maconha
-----	---------------------	------------------------	--	-----	---

Continua

196	24/10/2020 02:47	Anthony Santos	Corrigindo Gregório: " Tu te tornas eternamente responsável por aquilo que Sativas" kkkkkk	Não informado	Comentário sobre o episódio
190	24/10/2020 03:59	Layaksys	"Eu trabalho com dados, não trabalho com projeções matemáticas..." De onde esse gênio acha que saem as projeções?	Não informado	Crítica social
176	24/10/2020 03:46	Gaia Coop	Cannabis não só regenera o solo como também desintoxica. Tanto que foi e está sendo usada em Chernobyl para tirar radiação do solo. E poderíamos usar pra tirar os metais pesados da lama de Brumadinho e outros crimes ambientais!!! MUITO IMPORTANTE!	Não informado	Crítica social
169	24/10/2020 03:10	Fabio Ferrari	Fumo maconha há 50 anos nunca fiquei doente e sempre trabalhei. Adoro maconha.	Sim	Comentário sobre o episódio, usuário de maconha
164	24/10/2020 05:53	paola bacarin	Maconha não é droga, droga é esse governo! :)	Não informado	Crítica social
163	24/10/2020 18:29	Fabiana Neves	Com Bolsonaro, bancada evangélica e liberais fiscalizadores de cu alheio é impossível ☹️	Não informado	Crítica social
162	24/10/2020 02:36	maria moreira	Os apoiadores dos 39 kg de pó vivem chamando os esquerdistas de maconheiros.	Não informado	Crítica social

Continua

159	24/10/2020 02:33	Rafael Pozzo	Minha mãe é portadora de parkinson, o óleo de CBD é extremamente eficaz e sem efeitos colaterais para a maioria do sintomas, é triste ver gente querendo o sofrimento dos outros por puro apego aos próprios preconceitos.	Sim	Usuário clínico defendendo o uso da maconha
157	24/10/2020 13:45	Ivo Wessner	Sensacional! E a história da vovó fechou com um toque de comoção, chave de ouro! 🤗🤗❤️	Não informado	Comentário sobre o episódio
153	24/10/2020 13:35	Familia Bermudez Shirley	Aquí en España ja estao vendendo la tabacaria 9 euros una flor 🤗🤗👉	Não informado	Comentário de defensor da legalização
152	24/10/2020 02:32	Ezecêbim	ESSE ERA O PROGRAMA Q EU ESPEREI POR TODA MINHA VIDA AAAAAA KKKKKKKKKKKK  edit: te amo greg kkkkkkk	Não informado	Comentário sobre o episódio
148	24/10/2020 18:01	Zita Hayabusa	Brasil é câncervador demais pra isso. Hipócrita demais, falso moralista demais, etc...	Não informado	Crítica social
138	24/10/2020 11:47	Cris Olive	O paradoxo: Osmar Terra Plana só confia nos dados, mas na Matemática não. Solução do paradoxo: confia nos dados por que têm apenas números de 1 a 6! A matemática é muito complicada para ele!	Não informado	Crítica social

Continua

Conclusão

132	24/10/2020 06:57	Vulgar	14:51 "eu trabalho com dados, não trabalho com projeções furadas, MATEMÁTICAS"  Mano, o cara questionou até a matemática. A MATEMÁTICA. LOGO ELA, A MATEMÁTICA.	Não informado	Crítica social
132	24/10/2020 18:52	Joana Minck	Só quem sofre de problemas que são tratados com ela sabe da dor que é ter um tratamento e não poder usá-lo más facilmente. Eu chorei muito no final desse vídeo	Não informado	Comentário sobre o episódio