

MAYARA JULIA RAMOS

**A ERA DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL:  
SERÁ O FIM DA TV**

Unifaccamp - Centro Universitário de Campo Limpo Paulista

2.º SEM. 2019

# **A ERA DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: SERÁ O FIM DA TV**

Relatório de fundamentação do projeto experimental, modalidade projeto de comunicação, apresentado como exigência final para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social — Rádio, TV E Internet, sob orientação específica da professora especialista Fabiana Vicente de Carvalho e coorientação metodológica da professora especialista Maria Auxiliadora Mendes de Carvalho.

Unifaccamp - Centro Universitário de Campo Limpo Paulista

2.º SEM. 2019

MAYARA JULIA RAMOS – RA 24827

**A ERA DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL:  
SERÁ O FIM DA TV**

Aprovado em: de

de 2019

---

Carol Zerbato

Publicitária

---

Prof<sup>ª</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho

Orientadora específica

---

Prof<sup>ª</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes de Carvalho

Orientadora metodológica

MAYARA JULIA RAMOS – RA 24827

**A ERA DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL:  
SERÁ O FIM DA TV**

Unifaccamp - Centro Universitário de Campo Limpo Paulista

2.º SEM. 2019

# **A ERA DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: SERÁ O FIM DA TV**

## **o seu veículo de comunicação**

Relatório de fundamentação do projeto experimental, modalidade projeto de comunicação, apresentado como exigência final para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social — Rádio, TV E Internet, sob orientação específica da professora especialista Fabiana Vicente de Carvalho e coorientação metodológica da professora especialista Maria Auxiliadora Mendes de Carvalho.

Unifaccamp - Centro Universitário de Campo Limpo Paulista

2.º SEM. 2019

As coisas tangíveis tornam-se  
insensíveis à palma da mão,  
mas as coisas findas muito mais que lindas, essas  
ficarão.

Carlos Drummond de Andrade

## Sumário

DEDICATÓRIA.....	10
AGRADECIMENTOS.....	11
RESUMO.....	12
ABSTRACT.....	13
PALAVRAS-CHAVE.....	14
CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....	15
METODOLOGIA.....	16
Método de abordagem.....	16
Técnicas de pesquisa.....	16
Produção.....	16
OBJETIVO.....	17
JUSTIFICATIVA.....	18
PÚBLICO-ALVO.....	19
VEICULAÇÃO.....	20
PESQUISA.....	21
Televisão e seu início na transformação.....	21
Transformação digital.....	25
A TV se reinventando.....	31
Convergência das mídias.....	34
PESQUISA DE CAMPO.....	38
Ouvindo especialistas e profissionais da área.....	42
Ouvindo amantes do rádio e televisão.....	53

DIFICULDADE ENCONTRADAS .....	59
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	60
PRODUTORA.....	61
Logo.....	62
Empresa .....	63
Nossa história.....	63
Missão.....	63
Visão.....	63
Valores.....	63
Colaboradores .....	65
PASTA DE PRODUÇÃO: GRANDE REPORTAGEM .....	67
CATEGORIA.....	68
GÊNERO.....	68
FORMATO .....	68
CONCEITO GRANDE REPORTAGEM.....	69
REFERÊNCIAS DE PROGRAMAS .....	73
Globo Repórter .....	73
Fantástico.....	74
LAUDA TÉCNICA.....	75
ATAS DE REUNIÃO .....	77
PLANO DE TRABALHO.....	83
Cronograma detalhado.....	83



Cronograma geral .....	85
ORÇAMENTO IDEAL.....	86
ORÇAMENTO REAL .....	88
ORDEM DO DIA.....	90
TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM .....	98
Referências bibliográficas .....	108

## **DEDICATÓRIA**

Esse projeto é dedicado a Deus, pois sem a permissão Dele, nada seria realizado. Dedico também aos meus pais, pois sem o amor incondicional deles e a educação passada, eu não me tornaria uma adulta que sou hoje.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus primeiramente, pois sem a sua infinita benção, não seria possível a conclusão desta graduação. Aos meus pais, que estiveram sempre ao meu lado, me apoiando em meus sonhos e projetos, e me guardando em orações em toda a minha existência. Aos meus professores e colegas de graduação, que colaboraram com este projeto e aos amigos pessoais que sempre estiveram presentes e ajudando de alguma forma. Aos docentes e colaboradores do estúdio da Unifaccamp, que, ao longo dos quatro anos, passaram o seu conhecimento e, assim, preparando para o mercado de trabalho. Um agradecimento especial às minhas orientadoras, Prof.<sup>a</sup> Especialista Fabiana Vicente de Carvalho e Prof.<sup>a</sup> Especialista Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, que sempre estiveram presentes, pessoalmente ou on-line, para diagnosticar processos de pesquisa e produção audiovisual.

## **RESUMO**

Este trabalho visa encontrar respostas, com a era digital batendo em nossa porta, se a mídia televisão irá acabar ou se reinventar. Foram entrevistados diretores de televisão e especialistas em digital, que presenciaram a era analógica, estiveram na mudança para o digital e hoje fazem da tecnologia um braço para alcançar maiores resultados.

## **ABSTRACT**

This paper aims to find answers, with the digital age knocking on our door, whether television media will end or reinvent itself. Television directors and digital specialists, who witnessed the analog era, were moving to digital, and now make technology an arm for greater results.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Televisão; Transformação digital; Convergência de mídias; Grande Reportagem.

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A era da transformação digital: será o fim da TV

A transformação digital é utilizar da tecnologia para gerar resultados de negócios para as empresas. Mas não é somente inserir a tecnologia em seu ramo de atividades, é ter propósitos, objetivos e planejamento. As pessoas ainda pensam que transformação digital é aquela que aparece para seus clientes, mas não somente; você pode melhorar seus processos internos também, por meio de leitura de dados ou maquinários automatizados.

Para que tal transformação aconteça, é preciso haver primeiramente uma mudança cultural, otimizar um processo, melhorar um resultado; somente com a mudança cultural que a transformação acontece, a tecnologia está presente somente para melhorar. Entendendo as necessidades, só assim será possível identificar quais ferramentas irá se fazer de uso para melhorar algo que, caracteristicamente, já possui um resultado bom.

Com o avanço da tecnologia, veio o surgimento da internet e suas inúmeras plataformas de conteúdos digitais e a televisão como meio de comunicação precisou se moldar para essa nova era, alguns canais de TV começaram a migrar seu conteúdo para internet, já outros passaram a produzir conteúdos extras em que você só pode vê-lo através de uma plataforma digital.

Essas ações mostram o quão a televisão está preocupada com as mudanças tecnológicas e se coloca aberta a mudanças, implantando internamente e se preocupando com o seu público em continuar a perpetuar a audiência. Visto isso, esse projeto quer mostrar os avanços da transformação tecnológica e se será o fim da televisão.

## **METODOLOGIA**

### Método de abordagem

Será realizada uma pesquisa de campo, em que por meio de entrevistas com grandes profissionais da área, será possível encontrar respostas sobre a extinção ou não da mídia televisão.

### Técnicas de pesquisa

#### Indireta

Pesquisa bibliográfica: livros, artigos, e-book e outros meios de informação em periódicos como revistas.

#### Direta

Entrevistar diretores de televisão e especialistas em tecnologia e transformação digital.

### Produção

Produção em grande reportagem, em que por meio de entrevistas aos profissionais, será abordado os impactos que a era digital vem causando na TV, melhorias ou prejuízos, e qual será o futuro da televisão.



## **OBJETIVO**

É notória a mudança tecnológica em que vivemos, isso vem impactando diretamente na produção de conteúdo, seja internet, rádio ou TV.

Com a pretensão de fazer uma reflexão sobre o futuro da televisão, enquanto formato audiovisual, a partir do histórico da evolução tecnológica que a TV passou ao longo do tempo, eu aluna de Rádio, TV e Internet, argumentei sobre o futuro da televisão, me respaldando das pesquisas e literaturas encontradas, além de entrevistas com grandes profissionais da área e especialistas em digital e tecnologia, além de documental teórico, será realizada uma produção audiovisual em grande reportagem, em que também será interligado o público de várias faixas etárias, gêneros, etnias e raças, com o intuito de mostrar os diferentes meios de se consumir televisão.

## **JUSTIFICATIVA**

Muito se fala em transformação digital e seus impactos na sociedade, se ajuda, melhora ou piora. Visto o atual cenário em que vivemos, uma constante mudança tecnológica, por meio desta pesquisa, buscarei conclusões finais sobre a extinção ou não da mídia televisão na era da transformação digital.

## **PÚBLICO-ALVO**

Comunicólogos

Estudantes de comunicação

Blogueiros

Classificação indicativa 12 anos

## **VEICULAÇÃO**

Este trabalho será veiculado nas plataformas de conteúdos digitais e mantido, em cópia, na Universidade de Campo Limpo Paulista Unifaccamp.

Posteriormente, apresentado em festivais e premiações nacionais e internacionais, assim como disponibilizados no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet, fazendo-se constar os devidos créditos.

## PESQUISA

### Televisão e seu início na transformação

Se perguntarmos para as crianças dos anos de 1954, ouviremos de imediato que esse aparelho eletrônico se trata de uma caixa grande que passa desenhos, filmes e novelas, mas talvez hoje a resposta seria outra. Podemos dizer também que a TV se popularizou por meio do rádio, afinal os grandes artistas vieram de lá, tais como Ary Barroso, Carmem Miranda, Ângela Maria, Nelson Gonçalves, entre outros.

Em 1920, a pesquisa da criação da televisão foi de John L. Baird, que uniu componentes eletrônicos que haviam acabado de ser produzidos em várias partes do mundo, e assim montou o primeiro protótipo de televisão. Mais tarde em 1923, Vladimir Zworykin criou e patenteou o ionoscópio e a partir desse invento, ele conseguiu reproduzir os primeiros tubos de TV, o que lhe rendeu um contrato com a RCA, agora passamos a chamar de Orticon, produzido em uma grande escala industrial a partir de 1945.

Mesmo não havendo grande produção, a televisão já era popular fora do Brasil, a partir de 1930 já haviam as primeiras transmissões abertas, primeiro na Alemanha, Inglaterra EUA e União Soviética. Só em 1950, houve a primeira transmissão em um sinal aberto no Brasil: o jornalista Assis Chateaubriand inaugurou a TV TUPI e, como na época não havia o consumo em larga escala, ele importou aparelhos de TV e distribuiu em lugares públicos para que as pessoas pudessem assistir à sua programação.

Até 1954, a televisão era transmitida em preto e branco, a situação só foi alterada no EUA pela rede NBC, que realizou as primeiras transmissões públicas em cores, um sistema parecido com os antigos aparelhos preto e branco.

Uma das maiores evoluções da época foi o videoteipe, com esse novo equipamento eram possíveis as gravações e os cortes, o que antes era somente ao vivo, a partir desse invento, trouxe novos projetos para a televisão, todo conteúdo era gravado, revisado e editado, seguiam ao vivo apenas telejornalismo, esporte, eventos e programas de auditório com participação do público. Isso também movimentou o mercado: programas de sucesso eram copiados e vendidos para outras emissoras. Para o jornalista Gabriel Priolli, isso era ruim, em

sua crítica à TV no livro “Antenas da Brasilidade”, que aponta que Rio e São Paulo tinham o melhor do talento artístico e técnico, e ficavam de fora as TVs regionais em esse novo mercado.

“Há um declínio da produção regional, uma forte concentração da indústria televisiva no Sudeste e o que se pode considerar uma programação “nacional”, o sentido de possibilitar a todo o país a fruição dos mesmos produtos culturais acaba, portanto, o modelo insular da televisão brasileira”

Um dos engenheiros da empresa RCA (fabricante de equipamentos de rádio) apresentou a proposta à empresa que trabalhava, mas a diretoria optou em não investir no projeto, que mais tarde, foi lançado no mercado pela empresa Ampex no ano de 1956.

Assistir à televisão em preto e branco já era um marco da história, você reunia toda a família para ver mais um capítulo da telenovela e ficava mais informado com o telejornal, mas as emoções das cores na TV ainda faziam falta para os telespectadores. Não é à toa que, na transmissão da Copa Mundial de Futebol no México, em 1970, o narrador esportivo Geraldo José de Almeida costumava enaltecer as cores dos uniformes dos atletas, ressaltava a seleção brasileira “que pena que você no Brasil não possa ver essas cores maravilhosas da nossa seleção”, dado então o primeiro passo para a inserção do televisor a cores.

Após várias análises e tentativas de chegar com o que vemos hoje na telinha, somente em 31 de março de 1972, a TV colorida brasileira teve a sua estreia na transmissão da Festa da Uva de Caxias do Sul.

De um modo geral, em todo o país, esse entusiasmo pela chegada das cores vem acompanhado da mais absoluta falta de informações. Além do preço (...) poucos sabem que durante 1972 as horas coloridas serão escassas e que continuarão escassas por boa parte de 1973 e que só por meados de 1974 haverá condições técnicas de produzir com regularidade programas em cor no Brasil. Mesmo as previsões mais otimistas não correspondem às expectativas do público. (VEJA, 1972. P.44)

As estruturas operacionais eram bem diferentes do que vemos hoje;

Telecine: setor onde eram rodados os filmes de entretenimento, os filmes e os slides publicitários, e as reportagens filmadas externamente com ou sem som;

- Videoteipe: para gravação de programas, edição de comerciais, exibição de programas em fita (novelas, humor, entre outros) edição e exibição de matérias de telejornalismo;

- Áudio: setor onde um operador abria os canais das diversas fontes sonoras, inseria locução, músicas e textos gravados dos comerciais que rodavam em slides;

- Locução: um locutor fazia parte da operação para ler textos comerciais sobre slides, anunciar programação e outros trabalhos.

- Máster: sistema de seleção de imagens que colocava no ar a fonte de vídeo, segundo o roteiro de programação: filme, VT, vivo, entre outros.

- Sistema: central técnica por onde passavam todos os sinais de áudio e vídeo e eram feitos os ajustes de qualidade de todos os sinais: de câmera, VTs, telecine e outros serviços.

As emissoras maiores gravavam nos equipamentos de videoteipe sistema quadruplex porém, no lugar das fitas, eram cartuchos para gravações mais curtas, alguns anos depois, a empresa norte-americana Ampex lançou no mercado o VT ACR-25, parecido com o videoteipe automatizado que comportava até 48 cartuchos para a exibição de comerciais e vinhetas, e toda programação era planejada em um sistema.

As empresas de televisão que não possuíam o sistema automatizado seguiam com outro método, chamado de “faixa de segurança”, os operadores seguiam um roteiro para editar os comerciais e veiculá-los, a área comercial ficava bem infeliz, afinal não poderiam realizar as suas vendas de inserções de última hora para serem veiculadas, porque neste método não era possível realizar a sua programação, pois demandava tempo de organização. A evolução tecnológica veio surgindo e a Rede Globo desenvolveu um sistema chamado DIG 005, que se tratava de um sistema de computador em que era possível programar até cinco VTs U-Matic. Posteriormente, a Sony lançou o sistema BetCard e a Panasonic, um sistema parecido para realizar a mesma função. Esse sistema automatizado foi uma das evoluções da TV, os

comerciais eram convertidos em arquivos, armazenados em discos rígidos de um servidor de softwares e veiculados automaticamente após a sua programação. Nesta evolução o próprio sistema levantava os dados pertinentes necessários.



## Transformação digital

Se falarmos das grandes empresas, é um processo no qual faz uso da tecnologia para melhorar um resultado: a transformação digital é um desafio muito mais de gestão do que apenas marketing e tecnologia, é preciso mudar culturas, o que antes era uma regra para o progresso na era pré-digital não se aplica mais. Para que não seja uma mudança superficial, é preciso ser analisado o processo e só assim aplicar uma estratégia para estruturar e trazer melhores resultados.

A transformação digital exige uma assimilação completa das estratégias digitais pelas estratégias de negócios, de modo a promover ajustes que unifiquem os dois âmbitos – assim, haverá uma transição orgânica das estratégias de negócios já com o mundo digital em vista, propiciando uma evolução natural e atinada às mudanças panorâmicas fomentadas pela transformação digital.

Algumas estratégias de marketing exemplificam essa apropriação dos negócios pela transformação digital. Segundo a empreendedora Marina Proença (2019), em matéria publicada em seu blog no G1, alguns conceitos que possibilitam o desenvolvimento de estratégias de marketing são o Momento do Cliente, que viabiliza a adequação de uma marca ou produtos às necessidades do cliente; o Momento de Busca, que, por meio de sites ou plataformas de vídeo, torna possível haver a disponibilização de informações e anúncios acerca do produto para o cliente, visando facilitar possíveis aquisições; o Momento de Navegação, que permite a evidenciação de ideias e anúncios para os clientes, podendo figurar em redes sociais e sites de conteúdo; e o Momento de Conversação, caracterizado pelos momentos de pré e pós-compra, instante em que o vendedor pode valer-se de aplicativos, SMS e serviços de mensagem em redes sociais.

Segundo a empresa *MJV Technology & Innovation* (p. 03), em seu e-book *Transformação Digital*, é possível notar que algumas das primeiras consequências diretas do desenvolvimento tecnológico são a conveniência e praticidade para os usuários, uma vez que o rápido progresso digital permite interações a todo instante e em qualquer lugar. Em uma rápida análise, é possível dizer que isso exige, em contrapartida, a adaptação das grandes empresas a esse fluxo constante da informação. Ainda de acordo com a *MJV Technology &*

*Innovation* (p. 04), essa adaptação implica uma proximidade maior com o consumidor, viabilizando o recebimento imediato de retornos capazes de informar possibilidades de retificações ou mesmo novos rumos para os negócios. A referida dinâmica possibilitada pelas transformações digitais impacta o mundo dos negócios de tal forma que uma infinidade de aberturas surge para as empresas: a maior proximidade com os clientes tornará possível um detido acompanhamento de seu comportamento, permitindo a coleta de dados favoráveis à elaboração de novas estratégias que proporcionem o aprimoramento dos serviços, bem como o fortalecimento e a potencial fidelização das relações com os clientes.

É possível afirmar que, neste contexto, a transformação digital configura-se, portanto, como a associação direta entre o mundo dos negócios e sua necessidade de adaptação à Era digital, cuja emergência impele alterações estruturais nas relações de manipulação e consumo da tecnologia, influenciando decisivamente no funcionamento da sociedade como um todo, ao atingir desde as esferas econômicas, uma vez que as transformações tecnológicas e, por extensão, digitais, injetam o mundo dos negócios de novas potencialidades mercadológicas, até o comportamento das pessoas, que, diante de novas alternativas digitais, passam a se ajustar aos benefícios por elas trazidos.

A transformação digital se evidencia a partir de uma dinâmica caracterizada pela inovação, fazendo com que as empresas que não se adequem ao fluxo corrente das novas tendências e tecnologias sejam logo varridas pelas empresas competidoras. Segundo a *MJV Technology & Innovation* (p. 07), exemplos disso são a Kodak, empresa de fotografia que sucumbiu ao oferecer resistência às transformações promovidas pelo advento da tecnologia digital, e a *Blockbuster*, famosa cadeia de vídeos-locadora que se extinguiu recentemente ao não aderir às mudanças necessárias para sua sobrevivência em um cenário contemporâneo caracterizado pela vigência dos serviços de *streaming* – a *Netflix* sendo o maior expoente dessa tendência.

A respeito da *Netflix*, a *MJV Technology & Innovation* (p. 08) detalha em seu e-book que a empresa, que trabalhava com um serviço de assinatura de filmes e séries pelo correio, alterou seu modelo de negócios ao observar o comportamento dos consumidores que buscavam filmes e séries no *YouTube*, desenvolvendo, a partir da atenta monitoração das

tendências emergentes, o pioneiro serviço de *streaming* adequado à busca das pessoas por mais opções e por maior comodidade. Não demorou até que a empresa ultrapassasse a mera catalogação de filmes e séries, função por si só já muito conveniente, para produzir conteúdos originais e inéditos, em uma estratégia que projetou a empresa aos espaços antes dominados exclusivamente por grandes produtoras cinematográficas e de séries.

Com esse exemplo, pode-se observar que a transformação digital promove alterações não só nas plataformas, como também na própria produção de conteúdos – as séries, até então distribuídas no modelo tradicional de transmissão, isto é, em episódios individuais exibidos entre um intervalo de tempo regular, passaram a ser disponibilizadas em sua integridade de uma só vez, em temporadas inteiras, criando uma verdadeira cultura de *binge-watching* (Transformação Digital, p. 09). Observa-se que essa cultura terminou por causar mudanças profundas nos próprios modos de produção de conteúdo.

Portanto, é importante priorizar a transformação digital na delimitação de estratégias inovadoras:

A transformação digital deve ser considerada seriamente e imediatamente como pauta nas empresas. Como esse assunto ainda está em crescimento na esfera de gestão de empresas, ainda há certo mistério a respeito de até onde vai o digital e das implicações que isso vai gerando na sociedade. Por outro lado, significa que há grandes oportunidades, pois quem se adaptar primeiro certamente terá uma grande vantagem em relação à competição. (Transformação Digital, P.09)

Segundo o Guia Completo Sobre a Transformação Digital nas Empresas, da Fundação Nacional da Qualidade (2018, p.11), além de ser uma evidente forma de evolução tecnológica, a transformação digital também se afigura como uma mudança cultural para as empresas. Como já exemplificado antes, tal transformação impacta inclusive as rotinas e costumes dos consumidores, que a ela se adequam e, conseqüentemente, avalizam posteriores desenvolvimentos. A continuidade desse processo – a relação entre empresa e consumidor, seguida pela reação do consumidor aos serviços da empresa – é tanto um produto da transformação digital quanto um processo de retroalimentação que culmina em seu próprio

desdobramento, razão por que o cliente é o fator mais determinante do progresso orientado pelo dinamismo da informação. Em outras palavras, de acordo com a Fundação Nacional da Qualidade (2018, p. 11): “A transformação digital é uma mudança cultural apoiada nas ferramentas digitais e voltada para o pensamento *customercentric*”. Assim, torna-se possível concluir que com a redução e, em alguns casos, a anulação de mediações potencialmente retardatárias da eficiência dessa relação, as empresas encontram maior facilidade e agilidade em sua interação com o cliente, ficando, portanto, à mercê apenas de sua própria inclinação para a adaptação à fluidez processual da era digital. Torna-se necessário, afinal, manter uma mentalidade flexível e sempre aberta a metodologias que integrem as inovações constantes das tecnologias digitais.

Em meio a esse contexto de evolução digital tão influente, inclusive na própria cultura do consumidor, muito se especula a respeito do futuro da televisão, que é um dos meios de comunicação mais arraigados nos costumes das pessoas. Como visto anteriormente, o cenário tecnológico atual apresenta uma intensa concorrência pela atenção das pessoas, uma vez que a transformação digital se disseminou de tal forma em meios de comunicação diversos a ponto de então, em decorrência disso, amoldar a relação do público com as novas e numerosas possibilidades de consumo. As telas diminuíram e se multiplicaram, oferecendo, por intermédio da internet, uma variedade cada vez maior de opções de conteúdo que se alastram em redes sociais, canais do *YouTube* e serviços de *streaming* – que, como já visto, substituíram velhos hábitos do aluguel de mídias físicas, resultando na extinção de cadeias de vídeo-locadora até então consagradas como a *Blockbuster*. A tecnologia de *streaming* é definida pela jornalista Mariana Coutinho (2014), do site Techtudo, como “uma forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através de redes”. O segredo está, portanto, na observação das novas tendências e desenvolvimento de estratégias para adaptação, abordagens às quais a televisão deve se atentar para perpetuar seu domínio sobre a atenção do público.

A integração entre televisão e internet vem acontecendo gradualmente, e pode-se observar essa fusão na própria concepção de alguns aparelhos televisivos. De acordo com a jornalista Raquel Freire (2015), do site Techtudo, há alguns aparelhos televisivos que se conectam à internet, as chamadas *Smart TVs*. Assim como *Smartphones* assimilaram funções

antes exclusivas aos computadores, as *Smart TVs* são plataformas que existem em diversos tipos, oferecendo opções diversas e cada vez mais avançadas para o acesso à internet ao unir as funções mais básicas às quais o público já está acostumado às novas experiências promovidas pela onipresença das redes integradas. Aplicativos – exclusivos ou não para os aparelhos – e, em alguns casos, *USB*, suporte para *Wi-Fi*, entre variadas outras funções e acessórios são exemplos de transformações representadas por essa evolução do aparelho televisivo, que carrega em sua própria arquitetura física as vertiginosas alterações perpetradas pela era digital, constituindo, dessa forma, um primeiro passo rumo ao movimento de adaptação necessário para a sobrevivência da mídia, aqui concretizado na própria plataforma.

Por outro lado, essa integração, se não contrabalanceada, pode provocar uma diluição da televisão enquanto mídia primária: o excesso de acessórios e funções secundárias no próprio aparelho televisivo pode soterrar o ato de assistir a um programa televisivo em uma emissora comum, ou mesmo um filme ou série num canal por assinatura, caso esses serviços não adequem sua forma e conteúdo às possibilidades oferecidas pela transformação digital de maneira a promover experiências diferenciadas e particulares da TV enquanto mídia independente. Segundo uma pesquisa do IBGE divulgada em dezembro de 2018 e reproduzida pelo G1, por exemplo, o número de internautas que usam a TV para o consumo de conteúdo na internet aumentou em 57,1% no intervalo de apenas um ano, demonstrando a urgente necessidade de os sistemas de telecomunicação acompanharem a evolução dos aparelhos para não perderem definitivamente sua plataforma de projeção e, principalmente, o espaço entre seu público.

Aliadas aos preços elevados da TV por assinatura, que, segundo o mesmo levantamento do IBGE, constituem uma das razões por que o uso da TV para o consumo de internet vem crescendo, é possível dizer que a multiplicidade de opções e a comodidade viabilizada pela internet são fatores a se considerar quando se fala da sobrevivência da televisão nos anos vindouros. As adaptações estão sendo feitas, embora se observe certa vagarosidade no acompanhamento das emissoras e serviços de TV por assinatura em relação aos recursos já disponíveis nos aparelhos televisivos: o aluguel antecipado de filmes recentemente saídos dos cinemas, por exemplo, é uma reação das TVs por assinatura aos serviços de *streaming*, demonstrando-se vantajosa por caracterizar-se como um serviço

*ondemand* geralmente voltado para a disponibilização de *blockbusters* e filmes com um alcance de público mais amplo. A produção de conteúdo exclusivo, como filmes e séries, também é uma estratégia na qual as TVs por assinatura vêm investindo intensamente, mas que aparentemente, no momento, ainda não são o bastante para manter a estabilidade do seu domínio sobre a atenção do público.

## A TV se reinventando

Em artigo escrito para a Revista da SET, intitulado “*NHK e 8K Super Hi-Vision. O Japão desenhando o futuro*”, o professor Almir Almas (2019) evidencia o progresso da mídia televisiva, mais especificamente por meio de trabalhos desenvolvidos no Japão, traçando sua evolução através dos anos e demonstrando o pioneirismo da empresa NHK, cujos laboratórios de pesquisa foram os grandes responsáveis por alguns dos saltos tecnológicos que vemos ressoar até os dias de hoje, já materializados em recursos disponíveis, e em promessas para o futuro próximo.

Almir detalha que o principal motivador das constantes inovações tecnológicas foi a imersão: propiciar ao espectador uma experiência próxima à do cinema, envolvendo-o com a mídia televisiva, de acordo com o autor, era, já em 1964, quando as pesquisas estavam voltadas para a melhoria da definição da imagem, um dos principais objetivos da empresa. Desde então, as pesquisas possibilitaram a criação de diversos outros componentes direcionados à intensificação da experiência televisiva, como a alta definição, e vêm sendo desenvolvidas num ritmo constante. Para a redação do referido artigo, o autor menciona ter sido recebido pela NHK, em uma primeira visita de pesquisa à empresa, e conversado com o engenheiro Ph.D. Kamoda Hirokazu, do *Science & Technology Research Laboratories* (também conhecido como STRL, o laboratório de pesquisa da supracitada empresa NHK), bem como com o engenheiro (Ph.D.) Takada Masayuki e com o pesquisador engenheiro (Ph.D.) Hisatomi Kensuke, e em uma segunda visita, dessa vez em Las Vegas, no estande da NHK no evento NABShow 2019.

O autor explica que a NHK costuma trabalhar com projeções para o futuro, apresentando um *road-map*, também conhecido como *timeline*, que expõe o caminho a ser percorrido nos anos vindouros, detalhando exemplos progressos, como a presença, em 1995, da projeção da total digitalização da televisão, que previa a evolução do sistema da *Hi-Vision* (TV de alta definição), em uso desde os anos 1980, para esse novo paradigma. O autor então destaca que as primeiras pesquisas de transmissão digital datam de 1982, tendo sido implementadas oficialmente, em *Hi-Vision*, no dia 1 de dezembro de 2000, e que os experimentos e a criação do sistema de alta definição são de 1984 e 1986. Isso demonstra que o planejamento longo, acompanhado por pesquisas constantes, é um processo vital para a

transformação tecnológica das mídias, possibilitando uma renovação constante que objetiva melhorar a experiência dos telespectadores.

Tais projeções representam o senso de progresso da empresa em se tratando de tecnologia, o que é um aspecto positivo, já que introduz novas possibilidades a cada década, ocorrendo em um processo delineado já com o intuito de se materializar anos à frente. Almir (2019, p. 54) ainda explica, por exemplo, que “o ponto de partida das pesquisas sobre a tecnologia de imagem em 8K *Ultra High Definition* (UHDTV) data de 1995”, em mais um dos muitos empreendimentos que surtiram a produção de características televisivas disponíveis nos dias de hoje, demonstrando a preocupação da empresa em inovar e trazer ao mundo um horizonte de novidades enriquecedoras para a experiência desta mídia. Aspectos como mobilidade, múltiplos canais, transmissão de dados e sistema de navegação, segundo o autor, já eram projetados por um programa elaborado pela NHK em 1994, introduzindo o que viria a ser a contemporânea era digital.

Almir explica que a *timeline* apresentada no recente evento da NABShow em 2019 tem, entre seus planos alcançar a experiência holográfica para a televisão, isto é, a televisão tridimensional, “fora da tela”, em torno de 2030, bem como a televisão híbrida, que representa a intersecção entre *broadcasting* e *broadband*, já iniciada no ano de 2013, e a ampla disseminação da transmissão em 8K *Super Hi-vision*, no contexto dos vindouros Jogos Olímpicos de Tóquio de 2020. São projeções que visam alguns passos além do que está disponível atualmente e que, se consumadas, representariam mais um conjunto de transformações significativas para o cenário tecnológico televisivo, exemplificando, como nas ocasiões anteriores, a inabalável busca por novas possibilidades que vem norteando as operações da empresa há vários anos.

Num cenário tecnológico movido a transformações e novidades, as numerosas inovações alcançadas e objetivadas pela NHK, algumas das quais referenciadas acima, são extremamente importantes e viabilizadoras de novos horizontes. Já no tocante às mudanças ocorridas diretamente no cenário tecnológico brasileiro, em reportagem especial para a mesma Revista da SET, o jornalista Fernando Moura (2019, p.50) detalha a busca por adaptação do mercado da TV como abordada na edição mais recente do evento Pay TV



Forum, relatando uma visível reação dos setores da TV paga ao estado das coisas, inclusive citando os executivos da Globosat, que, segundo ele, disseram que “TV é o que o cliente quer”. Fernando Moura (2019, p. 50) ainda destaca a evolução da abordagem televisiva que a Globo vem apresentando nos últimos anos, afirmando que ela é “(...) notória e, nesse caminho, a Globosat avança ainda mais”.

Por meio de todo esse processo de adaptação por parte das empresas, torna-se possível observar que o impacto da era digital vem sendo absorvido na forma de inovações que priorizam a adequação da mídia televisiva às possibilidades oferecidas pelos novos recursos digitais. Os exemplos citados acima demonstram a movimentação das empresas em consonância com essa constante escalação tecnológica, constituindo reações que procuram, afinal, aprimorar a experiência, já arraigada no público, da fruição televisiva.

## Convergência das mídias

Para muitos, a convergência de mídias é transferir, de um meio para o outro, o filme da TV para internet e vice-versa em um outro recorte. Para o autor e pesquisador Henry Jenkins "A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações com outros".

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2010, p. 29).

A onipresença da internet afeta todos os setores da sociedade, inclusive o comportamento das pessoas, que, como já visto anteriormente, passam a se adaptar à constante fluidez da informação e, dessa forma, influenciam na transformação das próprias empresas de tecnologia. Segundo a MJV *Technology & Innovation* (p. 03), em seu e-book *Transformação Digital*: “Graças ao avanço da tecnologia, as experiências no mundo hoje são digitais”. O avanço da internet é, portanto, o principal propulsor da relação retroativa entre o mercado e o consumidor: funcionando tanto como mediadora, quanto como transformadora cultural, a internet é o motor que impele o desenvolvimento das novas formas de manipulação e consumo da informação, promovendo o fenômeno da convergência de mídias.

De acordo com o site Descola (2017), em seu texto “O universo da cibercultura e da convergência de mídias”, a convergência de mídias reconfigura a relação do usuário com a informação, demovendo-o de sua posição antes passiva, de mero receptor de mensagens, para colocá-lo na posição de um agente ativo e capaz de produzir seu próprio conteúdo. Essa transformação de uma relação antes linear em uma relação multidirecional pode ser caracterizada como uma forma de democratização da informação, uma vez que, com a possibilidade de produção e reprodução da informação ao seu alcance, o público adquire um poder sem precedentes de participar mais significativamente das maquinações sociais e culturais ao seu redor.

É possível observar que tal transformação, conseqüentemente, altera também a própria configuração física dos dispositivos eletrônicos, conferindo-lhes uma pluralidade de características que os imbuí de funções diversas e antes reservadas exclusivamente a aparelhos específicos – celulares, televisores, computadores, entre demais dispositivos passam a compartilhar entre si características comuns que giram em torno das possibilidades oferecidas pelo avanço irrefreável da internet, o elemento responsável por operar uma abertura para o cruzamento de experiências midiáticas em plataformas diversas: filmes podem ser vistos tanto em celulares quanto em computadores, músicas podem ser acessadas e ouvidas em televisores etc. A internet desestabiliza a antiga fixidez dos canais de fruição de conteúdo, o que obriga o mercado a se emparelhar à agilidade dos fluxos de informação e se adaptar às mudanças ocorridas por conta da convergência de mídias. No entanto, segundo o professor Francisco Machado Filho (2011), citando Henry Jenkins em seu texto “*Smart TVs ganham força na era da convergência digital*”, publicado na Revista Fórum, o usuário é o centro da convergência midiática.

Nesse sentido, como já explicado no primeiro parágrafo por Henry Jenkins, a convergência das plataformas é uma consequência da mudança na mentalidade do público promovida pela incontida expansão da internet, fazendo com que o fenômeno se origine antes de tudo na própria relação das pessoas com a informação. Essa relação se estende entre o próprio público, que, por meio da supracitada democratização da informação, isto é, da imensa variedade de informação à sua livre disposição, encontra um canal para reforçar laços comunitários, de uma cooperação mútua que se espalha no âmbito virtual e resulta em repercussões que enriquecem e potencializam o desenvolvimento do cenário tecnológico – e, por extensão, cultural –, mas que também representam um desafio cada vez maior para as empresas, uma vez que as fronteiras entre o consumidor e o mercado se tornam mais tênues, como já explicado a respeito da transformação digital.

Segundo o site Digital Land (2017), em seu texto “Você entende o que é convergência midiática?”, o passo que a convergência impõe ao mercado novas ramificações potencialmente lucrativas, com a possibilidade de parcerias entre empresas para o desenvolvimento de mídias diversas que proporcionem experiências específicas em torno de um mesmo tema – adaptações ou complementações de filmes para jogos eletrônicos e vice-

versa, por exemplo –há uma necessidade progressivamente maior de repensar estratégias para conquistar um público que tem diante de si essas diferentes formas de experiências. Tal preocupação se traduz no desenvolvimento de maiores possibilidades de interatividade, materializadas em narrativas transmídia, isto é, narrativas que estendem uma experiência para mídias e narrativas distintas, caracterizando uma expansão que abarca novas linguagens – histórias em quadrinhos que continuam em filmes, filmes que continuam em séries e assim sucessivamente.

Como já explorado no tocante à transformação digital, a televisão, que é um dos meios de comunicação há muito consolidados, encontra-se em meio a este cenário de revolução tecnológica e digital, precisando, desta forma, recorrer a estratégias que permitam sua perduração diante da concorrência cada vez mais inovadora e fragmentada em numerosos dispositivos e experiências. O diálogo com as possibilidades oferecidas pela internet já existe e pode ser constatado: alguns *reality* shows como o Big Brother Brasil e A Fazenda, por exemplo, oferecem sua programação principal nas emissoras da televisão, em um horário estabelecido, assim como os demais programas da grade, mas são estendidos em uma continuação da experiência após o término do programa nos sites das respectivas emissoras e canais pagos. Esse tipo de experiência extra complementa a atração principal, exibida na televisão, buscando instigar o espectador e reforçar a predominância da atração principal, de modo a preservar o interesse pela experiência televisiva. Essas estratégias podem ser observadas nos sites das respectivas emissoras a cada nova temporada dos referidos *reality* shows.

O desenvolvimento da plataforma digital Globoplay também demonstra a inclinação da emissora para aderir às novas tendências – como pode ser visto no site do aplicativo, nele são disponibilizadas séries antigas, algumas das quais com novos formatos, além de transmissões em tempo real e conteúdos exclusivos. Com isso, a emissora se espalha para o território digital e expande o alcance de sua hegemonia televisiva, apresentando um híbrido resultante da gradual adaptação ao cenário digital e caracterizando um exemplo do fenômeno de convergência midiática. Essa tendência também foi assimilada por outras emissoras da televisão aberta, tais como o SBT e a Record, que, nos sites do Google Play e do R7, por exemplo, possuem aplicativos para a visualização de suas programações em tempo real,

oferecendo as possibilidades extras, além de convenientes e características da internet, de interação com as redes sociais – isto é, o compartilhamento de programas no *Facebook*, *Twitter* entre outros, visando aprofundar a experiência para além das salas de estar ao aproximar espectadores simultâneos, embora fisicamente distantes, por meio da internet. Entre outras vantagens oferecidas por esse formato televisivo estão as possibilidades de revisita aos programas já exibidos e armazenados no aplicativo e de agrupar transmissões numa área específica para os favoritos, oferecidas, respectivamente, pelos aplicativos do SBT e da Record.

Os canais por assinatura também estão expandindo suas áreas de atuação para a internet: segundo o jornalista Thiago Barros (2016), do site Techtudo, o Telecine, por exemplo, já possui um aplicativo de *streaming*, o Telecine Play, que disponibiliza todos os filmes presentes em sua programação para serem assistidos em qualquer data e horário, estando acessíveis aos assinantes de um serviço de TV a cabo que inclua a rede de canais no pacote. Em uma linha similar, também segundo o site Techtudo (2011), o Discovery Channel possui o Discovery Channel Brasil para iOS, que oferece conteúdos exclusivos e complementares à programação televisiva, adensando o canal principal com aspectos adjacentes que procuram enriquecer ainda mais a experiência da televisão.

Torna-se possível observar que o desenvolvimento desses aplicativos é um movimento reativo ao estado das coisas, visando colocar a televisão no páreo da disputa pela atenção do consumidor, em um processo que tende a se intensificar nos próximos anos. A televisão só sobreviverá se investir cada vez mais em alternativas para a expansão de suas potencialidades, e estratégias com as aqui exemplificadas parecem movimentos acertados em direção a essa adaptação.

## **PESQUISA DE CAMPO**

O objetivo desta pesquisa é ouvir os profissionais da área: diretores e especialistas em digital, a fim, de fazer uma reflexão sobre o futuro da televisão e a sua mudança tecnológica ao longo do tempo.

Abaixo, as questões que serão levantadas.

Questões direcionadas para os diretores de TV

Ariel Jacobowitz

- 1) Você trabalha na TV há mais de 20 anos. Qual a diferença em produzir programas de TV na era analógica e agora no digital?
- 2) Como você enxerga a transformação digital na TV?
- 3) A convergência das mídias já é uma realidade, o que deve ser levado em consideração na hora de criar novos conteúdos pensando em múltiplos canais (TV, Internet e rádio)?
- 4) Em relação às produções, o que você imagina para o futuro?
- 5) Em sua opinião, a TV vai acabar?

Rogério Cristiano Pereira

- 1) O que é transformação digital?
- 2) Quais os benefícios que a transformação digital traz?
- 3) Como se deu a transformação digital na TV?
- 4) Em sua visão, como será o futuro da televisão?
- 5) Em sua opinião, a TV vai acabar?

Monica Gropelo

- 1) O que é transformação digital?
- 2) Quais benefícios que a transformação digital traz?

- 3) Como se deu a transformação digital na TV TEC e por que vocês decidiram parar de produzir conteúdos novos para TV?
- 4) Hoje, vocês voltaram a produzir conteúdo para TV, que está sendo veiculado no canal 24 da NET. Porque vocês sentiram essa necessidade de voltar com a programação?
- 5) Em sua opinião, a TV vai acabar?

Ana Tonelli

- 1) Como começou a sua paixão pelo rádio?
- 2) Você tem algum rádio antigo que guarda até hoje?
- 3) Em qual parte do dia você escuta?
- 4) Qual é a sua estação favorita?
- 5) Qual era, ou é, o seu programa favorito?
- 6) Hoje, você é radialista. Qual foi o fato mais marcante da sua carreira?
- 7) Como você enxerga o futuro do rádio?
- 8) Sabemos que a televisão nasceu a partir do rádio, e ele permaneceu e permanece até hoje. Em sua opinião, qual será o futuro da TV, ela vai acabar?

Elisa Tambarotti Pinto

- 1) Como começou a sua paixão pela televisão? Você tem algum aparelho antigo, que guarda até hoje?
- 2) Em quais momentos você assiste TV?
- 3) Qual é seu programa favorito?
- 4) O que você não perde por nada na TV?
- 5) Qual programação da TV marcou você?
- 6) A televisão vai acabar?

## Povo Fala

### Internet

- 1) Nas horas vagas, o que você assiste?
- 2) Você vê a sua programação pela TV ou pela Internet?
- 3) Ao invés de acompanhar pela TV, por que você prefere ver pela internet?
- 4) O que a internet contribui para a sua vida num geral?

### Televisão

- 1) Nas horas vagas, o que você assiste?
- 2) Você vê a sua programação pela TV ou pela Internet?
- 3) Ao invés de acompanhar pela internet, por que você prefere ver pela TV?
- 4) O que a TV trouxe e traz de bom para a sua vida?



## Perfil de entrevistados

**Ariel Jacobowitz:** Diretor do programa Eliana no SBT, Bacharel em Comunicação Social em Rádio, TV e Internet na Universidade Metodista de São Paulo (1994 – 1998). Começou a sua carreira como produtor na MTV e passou por outras emissoras como Rede TV, Rede Record e Rede Bandeirantes de Televisão.

**Rogério Cristiano Pereira:** Gerente de tecnologia da informação na empresa Maravilhas do Lar. Consolidou a sua carreira na área de tecnologia, implantando novos caminhos para a melhoria de resultados em empresas.

**Monica Gropello:** Superintendente da TV TEC (Tecnologias Digitais e Produção Audiovisual), Jornalista, formada em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (Puccamp), pós-graduada em Gestão e Gerenciamento de Pessoas pela Fundação Armando Alvares Penteado (Faap) e especialista em Marketing Político (campanhas sociais e marketing de causas sociais) pela Universidade de São Paulo (USP). Foi repórter e editora do Jornal de Jundiaí e na Rádio Difusora, correspondente e editora da Agencia Estado e Jornal O Globo, diretora de comunicação da prefeitura de Jundiaí, assessora de comunicação da empresa DAE S.A., e superintendente da FTV Educativa 2006-2008/2010-2012.

**Ana Tonelli:** Casada, mãe, avó, está na política desde 1983, amante do rádio, radialista há mais de 30 anos, trabalhou durante 24 anos no Sindicato dos Metalúrgicos de Jundiaí.

**Elisa Tambarotti:** Casada, mãe, comerciante e dona de casa. Amante da televisão, não perde um capítulo das telenovelas e dos programas de auditório.

Ouvindo especialistas e profissionais da área

**Segundo Ariel Jacobowitz:** (Qual a diferença em produzir programas de TV na era analógica e agora no digital). A principal que eu vejo em produzir conteúdo para TV na era analógica e na digital é o valor das coisas e a facilidade antes, por exemplo, de editar uma matéria, eu entrava em uma ilha com cinco pessoas, uma no VT, uma pessoa na mesa de corte, um cara no GC e um cara no áudio, tudo para fazer uma reportagem de um, dois, cinco, tanto faz, dez minutos, um programa inteiro editado, e hoje em dia é tudo muito fácil, as câmeras de broadcast, caríssimas, milionárias, uma qualidade que se você botasse qualquer outra câmera no ar, era uma porcaria, o telespectador fugia daquela imagem ruim. Hoje é muito mais fácil produzir, é muito mais fácil andar com uma câmera, estar em lugares que antigamente não era possível, até hoje uma equipe de externa que sai do meu programa ainda é uma equipe grande, mas hoje isso tudo está mudando, eu acho que essa mudança tecnológica digital só veio a contribuir por conta disso, porque a gente pode fazer mais, go-propor exemplo, são equipamentos que nos permitiram criar e fazer cada vez mais a diferença, da edição à captação, da produção à criação.

Ninguém sabe ainda para onde estamos indo, todo mundo está testando um milhão de formatos, como se comunicar com o telespectador, com o espectador na verdade, que está no *Twitter*, *Facebook*, no *Instagram*, comentando o programa, vendo o programa, querendo saber. Como lidar com essa pessoa, como atender e, ao mesmo tempo você tem uma transformação em que essa pessoa interfere mais diretamente no que você está fazendo, interfere no seu programa. Do outro lado nós, produtores de conteúdo para o universo que não é mais a tela da televisão, é tudo um universo on-line, muda tudo, a Globo, por exemplo, ela acaba um capítulo da novela, imediatamente você já consegue ir no Globoplay, ver o capítulo do dia seguinte, quando que você poderia ter acesso ao capítulo do dia seguinte da Globo? Por que eles estão fazendo isso? Estão testando, o cara que está na TV aberta imediatamente vai assinar a Globoplay e vai procurar o nosso conteúdo por lá também? Se o SBT vai oferecer uma plataforma de conteúdo digital, mais conteúdo, que conteúdo é esse, bastidores? Conteúdo inédito? Conteúdo extra? Essas respostas todas a gente não tem, todo mundo está testando, estamos justamente vivendo uma transição “mundo vuca”, ninguém sabe, basta um aplicativo amanhã e muda tudo, estamos caminhando para um lado e de repente muda tudo, o

*Instagram*, que é um aplicativo de fotos, absorveu vídeos e criou uma ferramenta chamada *Stories*, onde você posta e aquele vídeo dura vinte quatro horas e você pode fazer várias coisas, mudou tudo, em questão de três anos mudou tudo, as pessoas estão consumindo vídeo e gera renda, tem publicidade por lá, conteúdo, celebridades nascendo do *Storie*, mudou tudo. Qualquer um que ditar uma regra nesse momento está errado e eu acho isso maravilhoso, a mudança que o mercado melhorou, tem mais lugar para gente trabalhar, tem mais gente famosa surgindo, mais talento aparecendo, maneiras diferentes de construir, criar, pensar conteúdo, não é para televisão mais, é para qualquer lugar. Para onde a gente vai, eu não sei; mas que está legal, está.

Conteúdo de qualidade. Quando eu falo de qualidade, não é a melhor câmera ou a melhor edição, é conteúdo bem feito, conteúdo novo, conteúdo diferente, através de um bom roteiro, captação, talvez a pessoa que está na sua frente, você pode falar de jornalismo com um humorista, a gente não tinha isso antes, hoje está cheio de humorista focado em política, é um jeito novo de fazer jornalismo, CQC foi um programa diferente, não era brasileiro, nasceu na Argentina, mas era diferente, um programa de humor voltado ao factual, eu acho que as pessoas vão buscar conteúdo bem feito. Eu sou um velejador, independente da minha carreira na televisão, eu velejo, os meus principais canais no *YouTube*, onde eu vou assistir e sou assinante, seguidor, são os canais de vela, só que eu assisto aquele que é mais bem feito, interessante, me traz informações relevantes, me entretém, me emociona. Conteúdo daqui para frente vai ter de “balde”, qualquer um com celular na mão se torna produtor de conteúdo, mas poucos vão sobreviver, porque a oferta vai ser gigante, então vão sobreviver os bons: diferentes, criativos, não necessariamente os mais ricos, os que possuem mais equipamentos.

A próxima grande revolução, que vai mudar tudo, da maneira como estamos fazendo hoje, é a realidade virtual, é a próxima grande revolução humana, porque você não vai mais na sua academia, você vai praticar ginástica em casa com óculos de realidade virtual, onde você vai saltar de paraquedas, você vai subir montanhas, vai pular de nuvem em nuvem com asas, e aquilo é um esporte. Realidade virtual vai chegar na televisão, na produção de conteúdo, eu já fiz algumas brincadeiras com isso no programa, e ela vai mudar radicalmente uma série de coisas, você vai ser capaz de viajar, sentir, passear, por exemplo, dentro de um cenário de novela, e lidar com atores à sua frente falando com você, como que vai ser feito

isso, eu não sei, mas a realidade virtual é isso, você coloca os óculos e pode estar dentro de uma novela, daquele filme, não é um 3D em que você está sentado em uma cadeira vivendo e a cadeira treme, é dentro mesmo, eu já usei essa experiência, já brinquei com realidade virtual e é uma loucura, você enganar o seu cérebro, desliga totalmente do que está a sua volta, você está inserido naquele contexto, o seu cérebro te traz o medo, a felicidade; se esta ventando, você escuta, você participa daquilo. Em termos de conteúdo, esse será o grande passo. Agora como vai acontecer só o tempo vai dizer.

A televisão não vai acabar, ela vai se transformar, é que a gente pensa na televisão aquele móvel na sala, não é mais um móvel na sala, o celular em sua mão é uma TV, o iPad na mão do seu filho é uma TV, a realidade virtual, em que você vai vestir um óculos e sentar na cadeira da sua cozinha e entrar na novela é a TV, não vai acabar, a TV une as pessoas. A máxima televisão é um hábito, ainda reina, as pessoas vão continuar querendo assistir à final da Copa do Mundo pela televisão, e não importa se é pelo celular, alguém vai transmitir aquilo, então você vai ver, só que pode ser em um bar, como sempre foi, só que as pessoas vão assistir de outras formas, de outras maneiras, conteúdos novos, diferentes, produzidos de formas diferentes, mas acabar jamais. *Netflix* não existia, hoje todo mundo vê, *YouTube* é televisão, um aparelho que você pega na sua mão e assiste, é televisão, só que é via internet, é outra tecnologia, um infinito número de canais, de possibilidades, do anônimo ao mais famoso. Só muda, o conteúdo é o rei, não vai acabar jamais.

**Segundo Monica Gropelo:** Transformação digital é uma transformação do pensamento, da cultura das pessoas, pensar diferente. Ela traz o imediatismo, a facilidade de você ter um alcance, de você se aproximar das pessoas de maneira informal, otimiza gastos, tempo e você consegue um alcance globalizado, democratiza os conteúdos que produz. O mundo digital traz muitos benefícios, mas o primeiro deles é você conseguir se aproximar das pessoas por meio dos instrumentos, dos recursos que o mundo, que o ambiente digital te oferece. Então, você descobre esse mundo digital, se apaixona por ele, e eu acredito que ele traz uma aproximação com as pessoas, é a aproximação que você tem com o ambiente, lugares o conhecimento do mundo todo, com a digitalização, ou mundo digital, você pode ganhar o mundo dentro da sua própria casa.

A transformação da TV TEC foi um estudo há algum tempo atrás, oito anos desse pensamento, a necessidade da TVE (fundação da televisão educativa) se transformar, já existia essa necessidade muito antes, porque os veículos de comunicação, de uma forma geral, eles tiveram que se reinventar, e com a TV pública, no caso a TVE, não foi diferente. As TVs hoje, TV Brasil, TV Cultura, TVs públicas de uma forma geral, vivem uma crise e um desafio de como se manterem vivas e produtivas, porque fazer televisão não é barato, e fazer uma ótima televisão, uma boa televisão, uma boa programação é mais difícil ainda, requer mais investimento. Tivemos uma conversa, estudos, junto com o prefeito de Jundiaí, o então deputado Luiz Fernando Machado em 2015, começou a discutir um possível plano de governo em que ele se lançaria nas eleições em 2016. A TVE comunicação da prefeitura da administração como um todo, começamos a discutir, na pauta TV Educativa, onde eu já havia sido duas vezes superintendente e tinha um certo conhecimento, então ele me chamou, conversamos, e a primeira opção, como a de todos os outros candidatos em 2016, era realmente encerrar um ciclo da TV, com aquele formato que tinha. São 22 anos completados em 2016, 20 anos de fundação e ela precisava passar por mudanças para receber a inovação que estava chegando de forma avassaladora. Com o advento da tecnologia, a TVE precisava se reinventar também, nós, então o prefeito optou por uma segunda alternativa, não o fechamento, mas sim a transformação da TV educativa em TV TEC. Estudamos, planejamos, fizemos uma visita ao centro Paula Souza em 2016, levamos a proposta ao centro Paula Souza, que desenvolveu um convênio exclusivo com Jundiaí para cursos rápidos na área de mídias, o eixo de mídias digitais e produção audiovisual, ganhamos as eleições com esse projeto sendo registrado em cartório eleitoral, na justiça eleitoral, nós entramos e implantamos a TV TEC em Agosto de 2017, começamos com quatro cursos. Mudamos primeiro o pensamento, a cultura, a forma de produzir TV com a linguagem das redes sociais e das tecnologias digitais, vamos dizer assim, então, nós tivemos primeiro que mudar o pensamento, a forma de fazer TV, a forma de fazer conteúdo, a linguagem inovadora e entender que nós precisávamos ocupar um espaço que era da TVE, mas de uma forma diferente, então fizemos um reposicionamento da TVE por meio da TV TEC.

E em dois anos de TV TEC, saímos de quatro cursos para quarenta e um workshops e cerca de quatro mil alunos qualificados, formados pelos nossos cursos rápidos, produzimos

conteúdos nesses dois últimos anos (2017-2018) e, agora, entendemos que temos uma grade que conversa com as redes sociais, uma grade que tem um formato, uma plataforma multimídia, multiplataforma que a gente produz um conteúdo e distribui por vários canais: *YouTube*, redes sociais, o 24 da NET, e no nosso aplicativo, e todas as mídias que a gente consegue alcançar, inclusive a rádio TEC, inclusive podcast. Então, nós precisávamos de dois anos de conteúdo produzido com esse formato para poder colocar isso em uma grade, e a nossa grade voltou, se ressignificou para uma vocação educativa, porque a TVE nasceu como um canal educativo, então nós ressignificamos para os elementos da inovação, trouxemos a TVE para o mundo da inovação por meio desses elementos, dessa linguagem inovadora, das redes, das mídias digitais, dos processos digitais, o que a gente entende hoje, que a cidade conhece a TV TEC, que só foi possível ser construída, ser instalada, porque nós tivemos uma TVE e todo legado que a TVE nos deixou, são 22 anos de um acervo de imagens da cidade, mas a TVE precisava ser reinventada, ser ressignificada para ser mantida, então a gente conseguiu, reduzimos equipes, que foi uma necessidade que o prefeito colocou logo no início de 2017, reduzimos a equipe, reduzimos os recursos financeiros, os orçamentos foram reduzidos, mas nós conseguimos, nesses dois anos e três meses praticamente, a dar um alcance, a tornar a TV TEC conhecida na cidade toda, por meio dos nossos multiplicadores que são os nossos alunos, os primeiros beneficiados com a TV.

O futuro da televisão num geral, será um grande smartfone, um aparelho de televisão grande, eu acredito que cada vez mais estamos consumindo o conteúdo da forma que a gente quer, na hora que a gente quer, do jeito que a gente quer, e escolhendo o que a gente quer assistir, então, e imagino que o futuro é agora, nós precisamos fazer essa migração, eu acho que hoje, a gente escolhe o que quer assistir.

Nós escolhemos para a TV TEC uma mídia do bem, uma mídia positiva, enquanto a maioria partiu de televisores, uma disputa para ver quem é que faz mais sensacionalismo, ou essa mídia agressiva, essa mídia, veja, que está se acostumando com uma violência, parece que a violência faz parte da vida do ser humano, e como disse uma monja budista outro dia em um encontro “nós não temos que se acostumar, violência não faz parte da nossa vida, a agressividade, nós temos que nos acostumar com o bem, com a positividade, com o bem querer, com todo o conteúdo que nos traz uma reflexão para a vida, para melhorar a nossa

vida”. Então, a gente adotou aqui realmente conteúdos produzidos para contar histórias e exemplos, referências que nos inspirem no dia a dia, então inspirem, nos deem criatividade, nos mostre caminhos que a gente possa ter mais esperanças no próprio ser humano, então eu acredito que a televisão ela vai precisar, televisão nós estamos falando de empresas privadas, elas ainda estão buscando o conteúdo, os seus conteúdos e seus formatos, como ter audiência, e nós aqui como TV pública, nós encontramos uma vocação, sendo aqui a primeira escola pública municipal de mídias digitais do Brasil, onde nós temos uma produção de conteúdo totalmente voltada para o bem, para prestação de serviços, para utilidade pública, uma linguagem pública inovadora, temos a formação e qualificação das pessoas.

Então, eu acredito que nós conseguimos juntar aqui a qualificação com a produção de conteúdo nas redes sociais, nas mídias digitais, vamos dizer assim, então acredito que a gente conseguiu ressignificar, reposicionar e ocupar um espaço público que estava aberto, a gente encontrou, ocupou, e com certeza nós estamos fazendo a diferença na vida de muitas pessoas, porque tudo aqui é de graça.

A TV não, ela vai mudar a forma como produz, e como ela entrega, eu acho que é essa história, a Globo está procurando isso, o SBT está procurando isso, a Record está procurando isso, a Bandeirantes, as grandes estão procurando isso, e se o 5G realmente chegar como promete, eu acredito que então isso vai obrigar uma mudança ainda maior, então eu acredito que a TV não vai acabar, mas nós estamos falando de uma TV que precisa mudar, se transformar, as pessoas que trabalham nos bastidores produzindo TV, precisam mudar primeiro.

**Segundo Rogério Cristiano Pereira:** Antes de a gente conversar, dizer exatamente o que é a transformação digital, é interessante a gente trazer alguns dados, vamos pensar que na propagação, na verdade, no acesso das pessoas às tecnologias disponíveis do mercado. Então, anteriormente o que a gente tinha? A gente tinha grandes computadores, somente grandes empresas tinham acesso, então isso foi se popularizando, a tecnologia da informação começou se popularizar, e as pessoas começaram a ter acesso a isso. Crescesse a internet, crescesse toda a parte de acesso e infra estruturar para que isso fosse possível e, aí sim, na verdade, começou essa transformação. Então, o meio que a gente fazia anteriormente, seja ele,

as coisas, seja ela a maneira de a gente conduzir um carro, ou conduzir qualquer tipo de coisa, era feito muito analógico, então, passou a ter uma tecnologia que foi disponibilizada e começou a se transformar, uma evolução na verdade, a transformação digital é uma evolução de tudo que a gente vinha fazendo no nosso cotidiano, isso é transformação digital.

Do ponto de vista de evolução, houve uma proximidade de alguns meios, então aquilo que, antigamente, você tinha que escrever uma carta esperar um "tempão" para que as coisas comessem a acontecer, houve os e-mails, a troca de e-mails, a pessoa que estava nos Estados Unidos conseguia falar com o pessoal do Brasil. Então, essa conectividade das pessoas, eu acho que foi um grande ganho e com a transformação digital, então através de um celular, de um smartphone, hoje você consegue fazer várias coisas, você consegue trabalhar com ele, você consegue ter acesso a conteúdo, você compra, você consegue trabalhar, fazer cursos com ele, você consegue estudar, você consegue fazer muitas coisas. Uma evolução foi justamente isso, trocar o unidirecional, que antigamente nós tínhamos vários fatores, eles eram muitos não eram interligados, a transformação transformou isso em canais onidirecionais, o que são os canais onidirecionais? Eu posso ter vários canais, não um canal único de comunicação, mas sim vários canais, através de uma infraestrutura de comunicação, através do 3G, 4G hoje a gente fala em 5G. Então, a popularização também da internet, banda larga para as pessoas, isso trouxe e foi um dos grandes benefícios; a interligação dos meios, esse acesso às pessoas, a gente está mais próximo uns dos outros, esse foi um grande ganho, aonde você pode chegar por meio da tecnologia, o canal que você pode alcançar, a globalização do tipo de canal que você pode alcançar, então hoje a abrangência é muito grande. Um dos benefícios que trouxe é isso, uma abrangência maior a um custo bem menor, porque você pode usar a infraestrutura que você tem na sua casa, a infraestrutura que você tem na sua empresa, a um custo menor, você consegue chegar a lugares maiores. Ficou bem mais fácil essa interligação, você não precisa mais esperar, o tempo da informação é muito rápido, a troca da informação, hoje para se tomar uma decisão é muito fácil, você entra na internet, muitas vezes ali em um vídeo, derre pente em um streaming, seja qual for o assunto você consegue acessar e ter uma visão bastante interessante de tudo aquilo, quer dizer, isso trouxe um benefício muito grande, até o tempo que você investia antes, você tinha que ler um livro, você tinha derre pente ir na biblioteca, o custo disso era muito caro, por que muitas



vezes a pessoa não tinha o dinheiro para um ônibus, para um trem, para um metrô, algumas coisas desse tipo, hoje não, quer dizer, na internet que você tem na sua casa, a banda larga que você usa, você pode acessar todos esses meios, facilitou muito essa ideia, a interação das pessoas com as coisas. Então, um dos maiores benefícios foi justamente essa aproximação, por meio da tecnologia, em encurtar o tamanho da distância, do que você quer atingir através da tecnologia.

O fator tempo é algo bastante motivador, para que as pessoas acessem mais, comprem pela internet, pelo smartphone ou pelo computador, seja qual for o meio de consumir algo, então você imagina o seguinte, no nosso cotidiano de correria, no meu caso, pai de família, com filhos, esposa, então o trabalho também, a gente trabalha bastante, sai tarde do trabalho, então você imagina, vou chegar em casa, tomei um banho, pego meu smartphone e compro algo, e esse algo chega na minha casa em um ou dois dias, então eu acho que a comodidade, a facilidade, o pensamento de quem desenvolveu toda essa interação com o usuário, a interação do software, está muito fácil hoje, você clica, em dois, três "cliks" você faz uma compra, e esse produto, essa confiança, na verdade do teste, foi feito um teste, todo mundo que compra fala "deixa eu ver se esse site é um site confiável ou não", então eu testei, chegou em casa, a minha experiência foi boa, e eu começo a consumir, então eu acho que a questão é de otimizar tempo, então ao invés de eu ir até a loja física, derre pente, pela internet eu vou lá compro um produto, o produto chega em casa, acho que essa comodidade, então eu estou ganhando um tempo que eu disponibilizaria para ir em uma loja, coisas do tipo, e por falta de tempo, ou se você quiser empregar o tempo derre pente em alguma outra coisa, ao invés de você comprar um produto na loja que você já conhece o produto, já sabe qual produto quer, você usa o *software*, usa o que você tem de tecnologia, compra o produto chega, na sua casa e você utiliza o tempo para uma outra coisa, com a família, seja qual for, cada um tem o investimento de tempo a que se dedica. Eu acredito que o tempo, a facilidade, a questão é a facilidade, então está na palma da sua mão, em três "cliks", dois, três "cliks", você faz a sua compra, a compra chega na sua casa, é muito tranquilo. São vários meios hoje para você escolher, existe na verdade uma dedicação de cada perfil de pessoa, de usuário, para o meio que quer escolher, algumas pessoas tem o *Instagram*, outros o *Facebook*, outros gostam chegar em casa, ligar, apertar o canal de TV, você conseguir assistir a um conteúdo por lá, eu

acho que o canal vai muito da pessoa, mas essa facilidade, que todos os meios, que a tecnologia pode dar ao usuário, eu acho que essa foi a grande sacada da transformação digital, essa globalização, e você trazer vários canais para que a pessoa conseguisse acessar, então a facilidade e o ganho de tempo, ainda são fatores acredito que predominam. A TV mudou bastante, a TV hoje teve uma grande evolução, na questão da interatividade com o usuário, hoje eu posso fazer, assistir algo via streaming, eu posso fazer um acesso, via site eu posso fazer isso, e o site oferece várias coisas que estão lá, existe muito a questão de pesquisa que é um dado bastante curioso, que as pessoas ligam nas novelas, às vezes, tem as novelas da TV, as pessoas ligam e pensam "olha que brinco que a pessoa usou, qual foi a roupa que ela usou" então essa interatividade, existe um canal exclusivo dentro da TV, coisa que não tinha lá trás, por meio da tecnologia que você pode mandar via *WhatsApp*, você pode mandar via e-mail ou seja qual for o canal de comunicação que é usado, via chat que é um dos canais muito usado nessa questão de tecnologia, então você pode obter lá informações "qual foi a marca da roupa, onde você compra", o merchandising, foi feita toda uma infraestrutura, foi mexido bastante nessa questão, justamente porque houve uma transformação, houve uma propagação da tecnologia, acessibilidade, que é o grande fator para que as pessoas comecem a usar, e o custo disso, porque caiu bastante a questão do custo, hoje com um smartphone mais barato, você consegue fazer, seja qual for o smartphone que você tenha, um acesso à internet, tem as prestadoras de serviço, serviço de internet, serviço de e-mail, de *WhatsApp*, então oferece bastante facilidade a um custo que você pode pagar, então hoje a gente está mais empoderado, a gente consegue pagar por um serviço e você consegue ter internet onde você quiser, então o lugar que seja, a cobertura é muito abrangente, eles estão investindo bastante nessa questão, eu acho que isso facilita bastante a interação, seja via TV, seja isso via smartphone, seja qual for o canal, eu acho que isso facilita e traz para nós um benefício, é legal você poder comprar, é legal você estar onde você estiver com mobilidade, você poder comprar, você ter essa interação e chega na sua casa, é bastante interessante isso.

Uma das palavras que mais se usa hoje, que está bastante avançada, é a inteligência artificial, anteriormente o que a gente tinha? A gente tinha um mercado bastante fechado referente a isso, porque as empresas ainda precisavam fazer um investimento muito grande em algoritmos, uma série de coisas para você conseguir ter essa tecnologia embutida, hoje já é

realidade, seja a nível Brasil, nível mundo, a inteligência artificial. Onde podemos ver isso? Dentro de operadoras de telemarketing, teleoperadores, você liga lá e não tem uma pessoa, tem uma inteligência artificial que foi treinada para isso, e que te atende e que derre pente te traz algumas soluções básicas, então a inteligência artificial já não é uma questão de estar ou de não estar, é quanto tempo vai demorar para que todos os meios a utilizem, isso dentro de empresas para tomadas simples de decisões ou para tomada de decisões um pouco mais complexas, em questão de análises, em questão até dentro mesmo da tecnologia de streaming, o comportamento das pessoas, quanto tempo a pessoa fica ali, existe toda uma inteligência artificial atrás disso, que computa tudo isso, que agrega valor aos tomadores de decisão, quanto tempo a pessoa está conectada, quanto tempo ela assiste, o que ela assiste, a inteligência artificial é justamente essa ajuda, ela está muito presente na nossa vida, já não é mais algo que "pode ser que englobe as tecnologias", não, ela já faz parte da nossa tecnologia, agora é saber em quanto tempo isso vai estar como base de todas as tecnologias.

Eu não acredito que a TV vá acabar, eu acredito no seguinte, como a gente está falando sobre transformações, o ser humano, as pessoas, a sociedade em geral, ela evolui constantemente, então, todos os dias nós estamos evoluindo, existe os aspectos bons, os aspectos ruins também de tudo isso, mas que leva a você transformar algo, tornar aquilo que hoje as pessoas já não se interessam mais, como uma troca de celular, então o celular derre pente não te atende porque você precisa de mais espaço dentro do celular, você guarda foto, você guarda *WhatsApp*, você tem uma série de coisas que você guarda ali, e que você derre pente, você deixa aquela tecnologia de lado, mas você vai continuar usando o celular, então eu acho que a TV não acaba, mas a maneira de se fazer. Hoje, tem o contato muito forte das pessoas, hoje, na verdade, a pessoa sabe a informação, a informação ela tem, e a TV, como ela vê a TV, ela vê para saber se aquela informação que a TV está prestando se faz sentido ou não naquilo que ela já recebeu, então existe um grupo de *WhatsApp*, um grupo dentro de redes sociais, que já prestam a informação, isso em tempo real. Eu acho que a TV muda no seguinte sentido, na maneira de se fazer TV, então a TV evoluiu muito, antes era preto e branco, depois passou para cores, daqui a pouco houve o tipo de câmeras a serem empregadas, as pessoas tinham que fazer gravação na rua, volta, e edita e tudo isso, e a informação ia somente à noite, ou a tarde, você recebia sempre uma informação desatualizada, mas, hoje, com a tecnologia,

com toda essa transformação digital, a informação é real, com o celular hoje eu consigo fazer uma transmissão ao vivo, existe todo um campo de streaming para um tamanho reduzido, com banda larga reduzida, até com celular 3G eu consigo fazer uma transmissão. Então, eu acho que ela não acaba, eu acho que ela vai continuar se transformando como vem fazendo a esses longos anos, eu acho que ela não acaba, na minha opinião, a TV não acaba, mas o modo de se fazer, como todas as outras coisas, isso sim tem uma tendência a mudar, talvez aquilo que era feito há vinte, trinta anos atrás, a gente nem vai lembrar que era feito dessa forma e a gente se lembre com ar de saudosismo da coisa, dizer "olha que bacana que nós estamos hoje", eu alcançava três milhões de pessoas, hoje eu alcanço o mundo inteiro, como eu quantifico isso, como que eu agrego valor a isso, então um streaming, quando eu faço um vídeo coloco na internet, quantas pessoas estão vendo isso e quantos países eu posso alcançar com esse tipo de informação. Então, eu acho que ela não acaba, ela continua essa evolução, essa grande transformação digital.

## Ouvindo amantes do rádio e televisão

**Segundo Ana Toneli:** Eu sempre gostei de rádio, aquela coisa, que eu acho que na época, nós tínhamos, não tinha televisão ainda, então era o rádio que inteirava, ouvia muita música, aquela coisa toda, mas o que aconteceu, eu trabalhava no sindicato dos metalúrgicos, eu trabalhei lá durante 24 anos, e eu fazia as homologações, então quando os funcionários das empresas metalúrgicas eram demitidos, passavam pelo sindicato e era eu quem fazia a homologação, e numa ocasião, então eu lia, eu estava tão acostumada, era tão prática na coisa, há tantos anos, eu virava o termo de homologação para a pessoa que estava recebendo, e eu ia lendo, aviso prévio, décimo terceiro, férias, aquela coisa toda, em um dia chegou lá um senhor com o garoto dele, um menino, ele era menor, então o pai teve que acompanhá-lo para fazer a rescisão do contrato, então eu comecei, aviso prévio, décimo terceiro, falando os valores, tudo, quando eu terminei, eu olhei para ele e perguntei:

- Está correto?

A resposta dele:

- Você já pensou em ser radialista?

Eu falei:

- Meu Deus, o que tem haver uma coisa com a outra? Eu estou passando as informações, as verbas que o menino tem que receber, e você me faz essa pergunta? Não, jamais! Eu sou secretaria aqui há tantos anos.

Aí ele me disse:

- Não, porque você tem um timbre de voz que seria ótimo para o rádio.

Está bom, passou, como tanta coisa, tanto comentário, aí eu fui para casa, almocei, e eu fazia *yazigi* na época, eu cursava inglês no *yazigi*.

Então eu comentei com meu pai, falei:

- Papai aconteceu isso, assim, assim, hoje.

Ele falou:

- Olha, não sei a coincidência (a gente já assinava o jornal da época, o JJ que era da Difusora, e ainda hoje do mesmo grupo).

Aí, ele me disse:

- Por sinal, eu vi no jornal hoje que a Difusora está precisando de locutores, olha que interessante.

Passei a mão no meu material, fui trabalhar, porque eu ia direto, eu saía às seis horas do sindicato e ia direto para o *yazigi*. Então, eu falei, quer saber de uma coisa, sabe aquela coisa quando te desperta, então eu te digo, nada é por acaso, eu acho que tem a mão divina em tudo aquilo que a gente faz.

Eu liguei para a Difusora, o saudoso Hélio Luiz me atendeu, e eu comentei com ele, ele me disse:

- É para você?

Eu falei:

- É!

Ele respondeu:

- Estou gostando do seu timbre de voz, eu estou precisando de um locutor, suba aqui às seis horas que vamos fazer um teste.

Eu sai do sindicato, ao invés de ir para aula, eu acabei faltando à aula aquele dia, fui para a Difusora, e eles me deram um cartão, o Hélio me recebeu, e me deu um cartão das Casas Pernambucanas, para eu ler o comercial, me fechou no estúdio, com o cartão, eu fiz.

Ele disse:

- Você pode começar amanhã o treinamento?

Eu falei:

- Como assim treinamento?

Ele disse:

- Foi ótimo, gostei muito!

Acho que oito ou dez tinham feito o teste, mulher nenhuma, aí, nós começamos o treinamento, já com esse programa que eu apresento até hoje, O Jornal Hora H da Notícia, o nome do noticiário, e era um rapaz que trabalhava lá e eu conversei com ele, nós apresentávamos em dupla, fazíamos um ping-pong, nas notícias, e comecei nessa brincadeira fiquei lá vinte e cinco anos na rádio Difusora. E tive nesse meio tempo, lá na rádio Difusora, um programa aos sábados à tarde, sábado especial, era musica variada, eu apresentava sozinha o programa, era das quatro às seis, tinha uma audiência muito grande, os taxistas, todo pessoal que trabalhava a tarde aos sábados, então foi uma audiência muito boa, não durou muito tempo, ficou no ar só três anos, aí eles terminaram com o programa, botaram uma outra coisa no horário, e eu continuei com o jornal, e fiquei lá durante vinte e cinco anos. Depois de lá eu fui com esse companheiro meu para uma rádio que eles acabaram vendendo para a igreja Universal, venderam, arrendaram, não chegaram a vender, aí conclusão, eles mudaram toda a programação, e eles nos demitiram, os donos da rádio Difusora, aí, nós fomos para uma rádio comunitária, ficamos acho que uns dois anos por aí, nós fomos para a Dumont FM, onde ficamos por onze anos apresentando esse programa, o dono faleceu, infelizmente, o filho simplesmente acabou com o jornalismo, que era o carro chefe da emissora, que é até hoje, que haja vista que tem uma cláusula de lei que as emissoras são obrigadas a ter determinada quantidade de horário com o jornal, e, aí, nós saímos de lá, eu e esse rapaz, nós apresentávamos juntos, tínhamos um comentarista político, que era o saudoso Professor Nassib Cury, foi meu diretor do Instituto de Educação, e quem diria que depois de tantos anos a gente fosse se encontrar e trabalhar juntos, na mesma emissora, no mesmo programa, então aí eles nos mandaram embora, e nós assumimos com a cara e a coragem que começamos do zero a audiência, que não tinha ninguém nesse horário, eles implantaram nesse horário para nos atender, então, até hoje, é das cinco a seis da madrugada que eu apresento esse programa ele já está no ar há quarenta e três anos, em fevereiro faz quarenta e quatro, aí, depois ele morava em Itatiba, esse rapaz, eu acho que também cansou, aquela coisa da estrada todo dia, e hoje faz quatro, ou cinco anos, que eu apresento sozinha o programa. Eu diria que, para ficar no ar tanto tempo, um programa com o mesmo tipo, eu abro com as manchetes das principais notícias, depois eu apresento a previsão do tempo, eu dou o rodízio de veículos da capital, as

datas de pagamento da previdência social para os aposentados e pensionistas final de benefício, o número e a data que é para receber, notícias de falecimento, porque Jundiá ainda é uma cidade de quase quinhentos mil habitantes, mas ainda ela tem aquela coisa de interior, então tem uma audiência tremenda nesse horário de notícia de falecimento e notícia na polícia é o que há, estoura a audiência e, aí, eu dou as notícias, resultados de loteria federal, a megasena, notícia local, nacional e internacional, mescla esporte, resultado de futebol, corrida, enfim, todo esporte que nós somos campeões, os meninos do vôlei, do basquete, tudo isso a gente divulga.

Com o surgimento da TV, não teve uma queda na audiência, para você ter noção, agora tem essa mescla de rádio e internet (podcast), nós temos isso também, você pode ver e ouvir a rádio cidade pela internet, pelo celular e *WhatsApp*, então eles me mandam, eu fico com a tela do computador na minha frente e a gente vai recebendo: “Bom dia Ana, bom dia, ouvintes, um abraço para você, a todo pessoal aí da rádio”. Ontem (16/10/2019), eu me emocionei, um rapaz de Londres estava ouvindo a Hora H da Notícia, a gente se emociona até agora, ele disse: - Olha eu morei um tempo em Jundiá e conheço você, eu já tinha ouvido esse programa, mas agora eu acostumei todos os dias eu ligo o meu computador e ouço a Hora H da Notícia, aqui de Londres, - Puxa! Isso é muito legal, eu disse, é muito gratificante (a internet contribuiu) contribuiu bastante, sem dúvida.

(O futuro do rádio). Não acaba nunca, na minha opinião, não é paixão desenfreada, não é isso, eu acho que não acaba nunca, justamente por isso que disse para você, é o tipo da coisa que é imediatista e você não precisa parar para você ouvir, qualquer lugar, nós estamos aqui nesse quintal e, derre pente, você liga um radinho, você está trabalhando fazendo alguma coisa e você está ouvindo, difícil você colar aqui uma televisão, colocar uma internet, colocar um computador. O rádio está aí, está bom, tem o celular, e você ouve a rádio pelo celular, não precisa nem do aparelho de rádio mais.

(A televisão veio do rádio). Sim, o formato do rádio começou por aí, haja vista que até hoje que nós temos muitos jornais, você vê aí, Globo News, Record News, é o dia inteirinho de jornalismo, então, se não fosse tão importante, se não tivesse audiência, eles não



fariam um negócio desse, colocaria música, programa de auditório, de qualquer outro gênero, mas não assim.

(Como vai ser o futuro da televisão). Não acaba, porque você, veja bem, nós estamos partindo para um país de velhos, hoje em dia, um casal tem no máximo dois filhos, eu acho até, para que tanta creche para criançada, hoje nós precisaríamos de creche para idoso, onde o filho vai trabalhar tranquilo, ele tem um local para deixar mãe e pai, o dia todinho, e ele vai buscar no final do dia para dormir em casa, para passar, para jantar com eles. Nós vamos ser um país de velhos mesmo, hoje a terceira idade, salvo o melhor juízo, tem cursos, estão indo para informática, estão aprendendo uma série de coisas, mas vai ser mais difícil, eu acho que a televisão e o rádio, para essa faixa etária, não vai acabar nunca, e mesmo para os jovens, ela não acaba, ela vai se transformando, vai se adequando, já ouve essa adequação rádio e internet, rádio e *WhatsApp*, as pessoas ligam para a rádio no *WhatsApp* e eu estou vendo na tela do computador, não vejo a pessoa, vejo a informação, melhorou muito. "Ana, estou aqui te ouvindo, sou do Jd. Esplanada, na Vila Rami, da Agapema, sou de Louveira, sou de Itupeva, temos muita audiência em Itupeva, o prefeito Marcão Marque, fica feliz da vida, que manda para mim os releases e eu divulgo, todos os dias, aquilo que acontece lá.

(A transformação digital contribuiu para os veículos de comunicação). Sem dúvida, eu acho que contribui, sim, contribuiu muito, ela não vai anular, ajudou, ajudou muito, a tecnologia veio, avançou, melhorou a rádio, mas não vai acabar.

A gente cresceu ouvindo o repórter ESSO, não posso deixar de dizer para você, que faleceu o Zé Bettio que a mamãe ouvia muito, essas lembranças da música, do repórter, às vezes, eu perguntava alguma coisa, conversando, e ela dizia: "espera um pouquinho, deixa eu ouvir que isso aqui é interessante".

**Segundo Elisa Tambarotti:** (como começou a sua paixão por televisão). Começou há muitos anos atrás, vendo novelas, eu lembro de o "Rei do Gado", gostava muito do "Antônio Fagundes". Ela (mãe) não foi muito de assistir, quando eu era criança, não era muito de assistir, só depois que eu fiquei adulta, antes eu não ligava muito, só depois de adulta.

A Copa do Mundo de 70, que o muito legal, eu não esqueço, porque eu vibrei muito, eu era jovem, fui assistir no Rio de Janeiro, fui na casa de uns amigos, uma família que

morava perto da casa da minha mãe, que foi para o Rio de Janeiro, aí, eu assisti na casa deles, nossa foi uma festa muito grande.

Eu assisto novelas, Faustão, Eliana, domingo é dia de televisão, a gente não sai muito e fica assistindo. Eu estou na cozinha e corro para cá, é novela mesmo, novela das nove "A Dona do Pedaço", assisto, eu gosto bastante por causa das personagens, "O Bom Sucesso" eu gosto da história, e todas as personagens eu gosto também.

(Sobre a lembrança da copa de 70). Foi legal, foi muito bom, porque ganhamos a Copa do Mundo de 70. Eu morava no Espírito Santo, eu estava na casa do meu irmão no Rio, aí, fui para a casa dessa família, que a gente assistiu a Copa do Mundo, a final da Copa do Mundo. Eles moravam lá no Espírito Santo, eu conhecia eles lá, aí, eles mudaram para o Rio, depois, eu estava na casa do meu irmão, aí, eu fui na casa deles, eu ia sempre passear na casa deles, e esse dia da Copa do Mundo, da final da copa de 70, da Copa do Mundo, eu estava lá na casa deles, torcendo e ganhou, não é.

(Rotina do domingo). A rotina é: a gente faz almoço, almoça, antes a gente abria a mercearia até aos domingos e, agora, a gente não abre mais, a gente descansa o dia todo, e depois vem assistir televisão. A gente não sai, é difícil sair, e esses tempos eu não estava muito boa, então não estava saindo, e a minha diversão era televisão, é ainda.

(No programa Eliana). Eu gosto mais das transformações "Beleza Renovada" eu gosto mais de assistir nela.

(No programa Faustão). Tem a Dança dos Famosos, mas o Faustão eu assisto mais quando tem a Dança dos Famosos.

A grande paixão é novela, todas, essas mais cedo até das 9, das 6, 7 e 9. Eu sou tão apaixonada por televisão que eu assisto desde o "Vale Pena Ver de Novo" até a novela das 9.

Não, não vai acabar de jeito nenhum, a televisão não vai acabar, não pode acabar.

## **DIFICULDADE ENCONTRADAS**

As dificuldades são universais, dentro de qualquer produção em grande reportagem. O que enfrentei em "A Era da Transformação Digital: Será o Fim da TV" foi encontrar um grande acervo literário, justamente por se tratar de um tema atual, que está em constante transformação. Além do conteúdo encontrado, me respaldei das falas dos profissionais da área e especialistas em processos digitais aqui entrevistados. Teve também o fator tempo, horas dedicadas ao processo de pesquisa, criação e execução do projeto, tendo em vista que este é um projeto individual, ao qual eu dei início no mês de Maio de 2019, sem deixar de mencionar aqui que foi uma transição de saída de um tema em um grande grupo para a realização independente, e precisei trabalhar com o planejamento anual, para que tudo fosse executado dentro do prazo e com excelência.

Sobre o tema, é notório que, assim como a parte literária e a fala de grandes profissionais, que a televisão não terá a sua extinção, mas sim a sua transformação constante, e que a internet só contribui para que o espectador tenha outras experiências em conteúdo. Por fim, é uma satisfação pessoal, pois trata-se de um amor incondicional pela televisão, da qual jamais gostaria de ver a sua extinção.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

É uma grande realização pessoal falar de televisão e poder transformar a minha defesa, de que a televisão jamais acabará, em argumentação respaldada de grandes profissionais da área, é gratificante. A mídia que reuniu e reuni, famílias, através dos seus telejornais informa, entretém a tantos anos, é até cruel dizer que esse grande veículo será extinto.

O que vemos hoje e o que as pesquisas aqui constatadas nos mostram, é que a TV está em uma constante transformação e que ela não deixará de existir; o que muda é a maneira de produzir conteúdo para atingir diferentes públicos. Pensar em diferentes formatos para diferentes plataformas, não só mais o "Aparelho de TV".

## **PRODUTORA**

Logo



## Empresa

Razão Social: Mayara Julia Ramos

Nome fantasia: Video Technology

## Nossa história

Com seu surgimento no ano de 2019, a produtora “Video Technology” foi idealizada e criada a partir de um projeto experimental de conclusão de curso. O seu nome tem como característica principal a tecnologia, ou seja, levar o melhor da era digital para seus clientes. Produzimos projetos institucionais, conteúdos para internet e curtas metragens, sendo eles documentários ou filmes. No objetivo de se tornar referência no mercado audiovisual, a produtora se destaca em suas produções 2D e 3D, tudo isso para que o público tenha a melhor experiência visual.

## Missão

Oferecer o melhor do audiovisual para seus clientes promovendo o seu sucesso no mercado.

## Visão

Tornar-se referência pela ética profissional, competência técnica e criatividade.

## Valores

- **Excelência:** na atuação profissional e no relacionamento com colaboradores, clientes e fornecedores;
- **Humanismo:** valorizar ao máximo as relações humanas;
- **Criatividade:** ousar, inovar e buscar soluções com determinação e paixão;
- **Transparência:** forma aberta e clara de agir e se comunicar, mesmo frente a problemas de difícil solução;
- **Sinergia:** somar os talentos e as habilidades individuais para potencializar os resultados alcançados pela nossa equipe;
- **Autenticidade:** ser autênticos e valorizar as singularidades;
- **Respeito mútuo:** base para um relacionamento duradouro;

- **Rentabilidade:** sem ela, a empresa não se perpetua.



## Colaboradores

Estudante Universitária

Mayara Julia Ramos



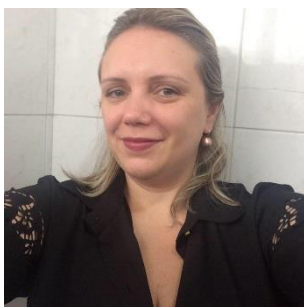
Estudante do curso de graduação na universidade UNIFACCAMP, Comunicação Social RTVi.

Atualmente, atua no mercado de trabalho na área de marketing, publicidade e propaganda – produções audiovisuais, atualização das redes sociais, diálogo e relacionamento com a população conectada às redes, monitoramento do comportamento do público nas redes sociais, interação nos canais das páginas da empresa, auxílio a outros trabalhos correlatos à assessoria de comunicação.

Orientadora

Professora Especialista

Fabiana Vicente de Carvalho



Especialista em tecnologias na Aprendizagem pelo SENAC de São Paulo, é graduada em Comunicação Social (habilitação Rádio e TV) e atuou por mais de 15 anos na produção de programas para televisão e na coordenação de projetos educacionais multiplataformas (audiovisual, internet, app e cursos EAD), membro da Associação Brasileira de Educação a Distância. Atualmente, além de docente no curso de Rádio, TV e Internet na UNIFACCAMP, é Analista de Soluções Educacionais Tecnológicas no SEBRAE SP e da Escola Superior de Empreendedorismo - ESE.

**PASTA DE PRODUÇÃO: GRANDE REPORTAGEM**

## **CATEGORIA**

Informação

## **GÊNERO**

Entrevista

## **FORMATO**

Grande Reportagem

## CONCEITO GRANDE REPORTAGEM

Para introduzir o que é uma grande reportagem, faremos uma breve introdução de telejornal. De acordo com Arlindo Machado, “um mesmo telejornal pode ser "lido" diferentemente por diversas comunidades de telespectadores, em função de seus valores, ideologias e estratégias perceptivas ou cognitivas”.

“Por mais fechado que seja um telejornal, há sempre ambigüidade suficiente em sua forma significante, a ponto de interditar qualquer "leitura" simples e unívoca, e há também autonomia suficiente, por parte do telespectador, de modo a permitir que ele faça uma triagem do que lhe é despejado no fluxo televisual.”Arlindo Machado, A televisão levada a sério, 2000, p. 100

Reportagem é a cobertura, apuração de dados, seleção de dados baseada no testemunho direto, todavia, há uma grande reportagem, um conteúdo aprofundado, um grande aprofundamento do tema e inúmeras abordagens de entrevistas para reportar um melhor contexto dos fatos.

“Se a notícia é o relato de um fato de interesse jornalístico, a reportagem é a narrativa que aborda as origens, implicações e desdobramentos do fato, bem como apresenta os personagens envolvidos nele, humanizados”. SODRÉ, 1986, p.11

Considerando as duas definições levantadas acima, é possível perceber um adensamento ainda maior da complexidade da reportagem quando articulada em um contexto imagético. Segundo os jornalistas Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2013, p. 101):

A reportagem tem algumas técnicas gerais que se aplicam a todas as plataformas por onde o jornalismo se propaga. No entanto, há uma maior complexidade quando há o uso da imagem para a construção de uma história, seja ela divulgada em uma mídia social, seja na TV convencional.

O maior aprofundamento provido pela Grande Reportagem permite uma imersão proporcionalmente mais intensa, bem como viabiliza uma compreensão mais ampla por parte do público, já que apresenta aspectos múltiplos e mais detalhados de uma história e, desta forma, investe na capacidade dos telespectadores de se deixarem envolver por um conteúdo mais longo e pormenorizado, atento às matizes de um fato examinado. De acordo com o site Observatório da Imprensa (2004), em seu texto chamado A diferença que a reportagem faz: “Muitos fatos escondem uma complexa história, estrutura de interesses econômicos e políticos, que precisam ser detalhados com mais tempo para que os desdobramentos atuais possam ser compreendidos de forma mais completa”. Portanto, é o papel da Grande Reportagem evidenciar tais histórias, possibilitando ao público o acesso a narrativas potencialmente interessantes e enriquecedoras.

Sendo a abordagem mais aprofundada a principal característica da Grande Reportagem, é importante apurar os fatos com atenção redobrada, visando retratá-los sem imprecisões. O formato mais expansivo exige cuidado no tratamento das informações, de modo a apresentar ao público uma delineação idônea, que objetive a transmissão do conteúdo sem distorções ou ruídos. Segundo Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2013, p. 101-102):

A reportagem é a principal fonte de matérias exclusivas do telejornalismo, e a busca constante de isenção jornalística é a melhor forma de passar as informações para que o telespectador possa tirar suas próprias conclusões sobre o fato retratado. Sendo assim, o repórter deve cultivar suas fontes de informação e acompanhar os assuntos pelos diversos meios de comunicação – como jornais, sites, revistas, emissoras de rádio e TV – pois as pesquisas ajudam no aprofundamento da reportagem.

A necessidade de uma multiplicidade de fontes de pesquisa investe a Grande Reportagem de um potencial maior e repleto de nuances que, ao passo que possibilita uma articulação mais densa e, portanto, possivelmente mais interessante das informações, também

se afigura mais próxima do assunto retratado, justamente porque admite uma variedade mais ampla de aspectos narrativos.

Nesse sentido, dentro do contexto televisivo, o repórter deve se atentar intensamente ao tratamento das imagens, uma vez que, de acordo com Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2013, p. 105): “Ele não deve esquecer que a notícia está contida tanto no seu testemunho dos fatos, nas sonoras, como nas imagens gravadas. Em suma, imagem também passa informação”. Assim, torna-se possível interpretar a imagem como um elemento a mais na construção do discurso jornalístico, o que a elege a um patamar de extrema importância na estruturação da reportagem, já que, sendo um bloco fundamental do audiovisual, tal elemento carrega em si um vasto potencial de transmissão de informações.

No tocante à articulação geral da reportagem – e, portanto, também na Grande Reportagem, que aprofunda as dimensões da reportagem comum –, há aspectos de abordagem que são imperativos para que o repórter possa materializá-la a contento. De acordo com Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2013, p. 105):

O repórter precisa ter o máximo de informação sobre o assunto que cobriu, lembrando que o rigor na apuração dos fatos é determinante para a qualidade da reportagem, que deve responder a todas as perguntas comuns que o telespectador poderia fazer. Na apuração, o que deve predominar é exatidão dos fatos, a qualificação e a idoneidade das fontes, e os fatos devem ser relacionados de forma mais objetiva possível, ainda que a subjetividade acompanhe o trabalho.

De modo que a reportagem possua uma visão macrocós mica da situação abordada, apresentando a conjuntura de maquinações que levaram à sua existência, a união entre quantidade de informações e rigor na apuração dos fatos, como explicitado acima, deve possibilitar a criação da reportagem, que, em seu nível ainda mais longo e aprofundado – a Grande Reportagem –, pretende evidenciar o recorte escolhido em sua forma mais fiel e completa da realidade abordada. Ainda nas palavras de Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2013, p. 105):

A reportagem deve ser completa em si mesma, com começo, meio e fim. Portanto, nunca imagine que o público já conhece os antecedentes do fato mesmo que venha sendo noticiado com insistência. Ela é, por dever e método, a soma das diferentes versões de um mesmo acontecimento.



## REFERÊNCIAS DE PROGRAMAS

### Globo Repórter

O programa apresenta reportagens especiais sobre atualidades, saúde, ciência, natureza e aventura, com destinos exóticos do Brasil e do mundo.

O Globo Repórter surgiu como um programa que apresentava, semanalmente, documentários televisivos. Hoje, o programa se configura como uma série de grandes reportagens, com características notavelmente telejornalísticas, desde a estrutura, o cenário, a apresentação às reportagens apresentadas e, portanto, a presença do repórter relatando os acontecimentos.

**Primeiro episódio:** 3 de abril de 1973

**Tema musical:** Instrumental de "Freedom off Expression", J.B. Pickers

**Emissora original:** Rede Globo

**Criador:** José Bonifácio de Oliveira Sobrinho

**Gênero:** Jornalismo

**Apresentado por:** Glória Maria, Sandra Annenberg



## Fantástico

Fantástico (originalmente Fantástico: O Show da Vida) é um programa de televisão brasileiro apresentado aos domingos pela Rede Globo. Com estreia em 5 de agosto de 1973, foi criado por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, com a participação de Armando Nogueira, Borjalo, Augusto Cesar Vanucci, Manoel Carlos, Ronaldo Boscoli e João Lored, num formato de revista eletrônica. A música de abertura é de autoria de Guto Graça Mello com letra de Boni.

**Primeiro episódio:** 5 de Agosto de 1973

**Tema musical:** "Fantástico" Guto Graça Mello

**Emissora original:** Rede Globo

**Criador:** José Bonifácio de Oliveira Sobrinho

**Gênero:** Jornalismo, revista de notícias, documentário e entrevistas

**Apresentado por:** Tadeu Schmidt e Poliana Abritta



## LAUDA TÉCNICA

CENA	TEMPO	VÍDEO	ÁUDIO
01	00:00/00:05	Vinheta	-
02	00:05:01/02:14:21	História da evolução do rádio até o surgimento da TV. Um vídeo clipe com trechos das personalidades marcantes da televisão e do rádio	Carlota Pereira... Vamos sorrir e cantar.
02	02:15:04/02:35:09	Passagem: Plano médio, gravação na Av. Paulista/SP.	Você já deve ter... Irá acabar mesmo.
03	02:35:09/03:19:00	Entrevista: Plano americano, gravação no jardim externo da residência.	Eu sempre gostei de rádio... Ouvia muito.
04	03:19:00/03:37:12	Entrevista: Plano sequência/Plano médio, gravação interna na sala de estar.	Dona Elisa... Não pode acabar.
05	03:37:13/03:49:12	Passagem: Plano aberto/Plano detalhe. Gravações externas de pessoas, televisores, celulares e cenas dos trechos das entrevistas.	Há quem prefira... Diferentes públicos.
06	03:49:13/03:54:15	Entrevista: Primeiro plano, gravação interna em sala.	Então a internet... Muito mais rápidas.
07	03:54:16/03:59:20	Entrevista: Primeiro plano, gravação interna em sala.	Eu acho que a internet... A hora que você quer.
08	03:59:21/04:05:11	Entrevista: Plano médio, gravação interna em sala.	A propagação... no mercado.
09	00:04:05:12/04:10:28	Entrevista: Primeiro plano, gravação interna em sala.	Antigamente... Imediatamente respondida.
10	04:10:29/ 04:24:09	Entrevista: Primeiro plano, gravação interna em sala.	A gente... Ao mundo.
11	04:24:10/04:35:25	Entrevista: Plano médio, gravação interna em sala.	Então eu posso... fala em 5G.
12	04:35:27/04:43:16	Entrevista: primeiro plano, gravação interna em sala.	Diariamente... Acessibilidade.
13	04:43:17/04:52:06	Entrevista: Primeiro plano, gravação interna em sala.	Catálogo... Que eu quiser.
14	00:04:52:07/04:56:23	Entrevista: Primeiro plano, gravação interna em sala.	Contribuiu... Entretenimento.
15	04:56:24/05:07:05	Entrevista: Plano médio, gravação interna em sala.	Essa facilidade... Transformação digital.

16	05:07:06/06:02:08	Entrevista: Plano médio, gravação interna em sala.	Monica Gropelo é superintendente... Dos processos digitais.
17	06:02:09/07:56:06	Entrevista: Plano americano, gravação em estúdio.	Ariel Jacobowitz, diretor... Cenário de uma novela.
18	00:07:56/07:08:02:26	Entrevista: Primeiro plano, gravação interna em sala.	Eu gosto... Apresentado as notícias.
19	00:08:02/27/08:09:11	Entrevista: Primeiro plano, gravação interna em sala.	Eu gosto... Acontecendo no mundo.
20	08:09:12/08:14:29	Entrevista: Primeiro plano, gravação interna em sala.	E tive... Grandes momentos.
21	08:14:30/08:18:19	Entrevista: Primeiro plano, gravação interna em sala.	A gente... Novidades que está.
22	08:18:20/08:35:01	Passagem: Plano médio, gravação na Av. Paulista/SP.	A televisão... Deixará de existir.
23	08:35:02/08:42:16	Entrevista: Plano médio, gravação interna em sala.	Então eu acho... Transformação digital.
24	08:42:17/08:56:06	Entrevista: Plano médio, gravação interna em sala.	A TV não vai... Precisam mudar primeiro.
25	00:08:56/07/09:23:10	Entrevista: Plano americano, gravação em estúdio.	Não, não vai acabar... A TV uni as pessoas.
26	09:23:11/09:27:20	Créditos	-
27	09:27:21/09:32:22	Vinheta	-

## ATAS DE REUNIÃO

08/04/2019

Reunião para apresentar a mudança de grupo para um projeto individual. Foram apresentados os motivos que me levaram à a essa decisão e também à defesa do tema escolhido.

A orientadora metodológica, Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, esteve de acordo e permitiu a mudança. A Prf<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho foi a escolhida como orientadora específica, pela sua carreira em televisão e processos de tecnologia, pois se trata de um tema no qual são abordadas as mudanças tecnológicas na televisão.

10/04/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, foram passadas orientações do plano de pesquisa, além, é claro, da apresentação formal de defesa do tema escolhido.

Houve uma alteração no regulamento quanto ao processo para criação do projeto. Levando em conta que somos alunos de Rádio, TV e Internet, foi acordado, junto à supervisão, que seria aceita para validação uma pesquisa escrita de defesa de tema e apresentação de uma grande reportagem, um projeto audiovisual com duração de até 12 minutos.

11/07/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, foi discutido como seria feita a produção dessa grande reportagem e também traçar possíveis entrevistados.

15/04/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, houve a apresentação das primeiras partes de pesquisa. Ela corrigiu e continuou a traçar caminhos.

17/04/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, foi apresentado outra parte da pesquisa e também feita apresentação prévia do PowerPoint para a pré banca que será realizada dia 03/06/2019.

18/04/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, apresentei um primeiro modelo de reportagem. Seria ainda apresentada uma grande reportagem, com falas de profissionais da área e especialista em tecnologia, a defesa do tema, além, é claro, de ouvir os consumidores. Tudo isso alinhado de uma grande família de faixas etárias diferentes.

22/04/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, foi apresentada mais uma parte da pesquisa para ser orientada.

24/04/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, houve a devolutiva da correção de pesquisa para orientação de novos caminhos.

25/04/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, conversamos sobre diferentes estilos de reportagens que poderia seguir.

29/04/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, tive a orientação da pesquisa quanto à metodologia.

01/05/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, traçamos juntas a parte da pesquisa da produção, intitulada como Grande Reportagem.

02/05/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, foram cogitados nomes de entrevistados para a produção.

06/05/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, foi apresentada a parte da pesquisa Grande Reportagem, para correção e rumos.

08/05/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, houve devolutiva da parte de pesquisa grande reportagem.

09/05/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, apresentei a parte escrita até aquele momento e ela traçou rumos.

13/05/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, apresentei a parte escrita até aquele momento e ela traçou rumos.

29/05/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, foi entregue a pasta de produção.

03/06/2019

Com a presença das orientadoras, Prof<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho e Prof<sup>o</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, tivemos a apresentação e defesa de tema na pré-banca.

06/08/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, foi dado início ao 2º semestre de 2019, em que foi falado sobre as evoluções do TCC durante as férias de julho.

07/08/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, foi dado início ao 2º semestre de 2019, em que foi falado sobre as evoluções do TCC durante as férias de Julho.

13/08/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, foi falado sobre o regulamento.

14/08/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, foi falado sobre o desenvolvimento do logo da produtora e o contato com os possíveis entrevistados.

20/08/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, foi esclarecido alguns itens referentes ao regulamento.

21/08/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, foi passado o cronograma de agendamento dos entrevistados.

27/08/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, conversamos sobre o trabalho no geral e dúvidas quanto ao regulamento.



28/08/2019

Em reunião on-line com a Prof<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, conversamos sobre as etapas de produção.

03/09/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, expliquei sobre a montagem do programa Grande Reportagem.

04/09/2019

Em reunião on-line com a Prof<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, foi feita a orientação quanto à pauta das perguntas.

10/09/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, foi entregue toda a pesquisa finalizada para correção.

17/09/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, foi feita a devolutiva de pesquisa e orientação de outros caminhos.

22/09/2019

Em reunião on-line com a Prof<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, conversamos sobre as etapas de produção.

25/09/2019

Em reunião presencial com a Prof<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, conversamos sobre as etapas de produção.

02/10/2019

Em reunião on-line com a Prof<sup>a</sup> Esp. Fabiana Vicente de Carvalho, foi realizada a orientação quanto à montagem do programa Grande Reportagem.

08/10/2019

Em reunião presencial com a Prf<sup>a</sup> Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, discutimos sobre o andamento da produção do programa Grande Reportagem.

16/10/2019

Entrega de pasta de produção e ensaio de apresentação banca de TCC.





22/11/2019





Devolução pasta de produção.




## PLANO DE TRABALHO

Cronograma detalhado

	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	
Janeiro			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
Fevereiro						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28			
Março						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Abril																																				
Maio																																				
Junho																																				
Julho																																				
Agosto																																				
Setembro																																				
Outubro																																				
Novembro																																				
Dezembro																																				

 orientação metodológica  
 orientação específica  
 pesquisa científica  
 Pré-banca

 elaboração de logo e vinheta  
 gravação de entrevistas  
 gravação de passagem  
 devolutiva pasta

 gravação de off  
 decupagem  
 edição

 finalização  
 banca

### Cronograma geral

<b>Janeiro</b>	Escolha de tema.
<b>Fevereiro</b>	Orientação do tema escolhido.
<b>Março</b>	Pesquisa de tema.
<b>Abril</b>	Mudança de grupo para um projeto individual.
<b>Maiο</b>	Pesquisa de tema, elaboração de pasta de produção e preparação de defesa para a pré-banca.
<b>Junho</b>	Pré-banca.
<b>Julho</b>	Pesquisa de tema e elaboração de pasta de produção.
<b>Agosto</b>	Pesquisa de tema/elaboração de pasta de produção/ elaboração logo e vinheta/gravações de entrevistas.
<b>Setembro</b>	Pesquisa de tema/elaboração de pasta de produção/ elaboração logo e vinheta/gravações de entrevistas.
<b>Outubro</b>	Elaboração logo e vinheta/ gravações de entrevistas/ elaboração de pasta de produção.
<b>Novembro</b>	Gravação de passagens/ gravação de off/ decupagem/ edição/ finalização.
<b>Dezembro</b>	Banca de TCC.

Observações: Durante o mês de abril, foi decidido e permitido, a mudança para um trabalho independente, onde seria realizado a pasta de produção (pesquisa, defesa e documentos anexados para uma grande reportagem) e produção audiovisual (relatos pessoais e falas de grandes profissionais).

## ORÇAMENTO IDEAL

Orçamento ideal					
Profissionais					
item	descrição	qnt.	und.	valor unitário	valor total
1	Diretor geral	1	1	R\$ 2.165,83	R\$ 2.165,83
1.2	Diretor de externa	1	1	R\$ 2.165,83	R\$ 2.165,83
1.3	Roteirista	1	1	R\$ 2.119,00	R\$ 2.119,00
1.4	Produtor	1	1	R\$ 2.786,00	R\$ 2.786,00
1.5	Repórter	1	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
1.6	Cinegrafista	1	1	R\$ 2.072,00	R\$ 2.072,00
1.7	Operador de áudio	1	1	R\$ 1.914,00	R\$ 1.914,00
1.8	Iluminador	1	1	R\$ 3.509,00	R\$ 3.509,00
1.9	Editor	1	1	R\$ 3.910,00	R\$ 3.910,00
1.10	Motion design/finalizador	1	1	R\$ 3.773,00	R\$ 3.773,00
subtotal					R\$ 27.414,66

Orçamento ideal					
Equipamentos					
item	descrição	qnt.	valor diária	dias	valor total
1	Câmera T5i	1	6	R\$ 114,00	R\$ 684,00
1.2	Câmera Sony nxcam	1	1	R\$ 245,00	R\$ 245,00
1.3	Lente 15-55 mm	1	6	R\$ 60,55	R\$ 363,30
1.4	Tripé	1	6	R\$ 141,68	R\$ 850,08
1.5	Cartão de memória	1	6	R\$ 53,82	R\$ 322,92
1.6	Lapela sem fio	1	1	R\$ 180,57	R\$ 180,57
1.7	Lapela de celular	1	6	R\$ 20,00	R\$ 120,00
1.8	Gravador	1	6	R\$ 180,57	R\$ 1.083,42
subtotal					R\$ 3.849,29

Orçamento ideal					
Despesas					
item	descrição	qnt.	dias	valor unitário	valor total
1	Transporte (Uber)	2	6	R\$ 20,00	R\$ 240,00
1.2	Transporte (ônibus)	2	6	R\$ 4,80	R\$ 57,60
1.3	Transporte (trem)	2	6	R\$ 4,30	R\$ 51,60
1.4	Alimentação	1	6	R\$ 20,00	R\$ 120,00
1.5	Impressão correção	1	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
1.6	Impressão capa dura	3	1	R\$ 150,00	R\$ 450,00
1,7	Cartucho	2	1	R\$ 30,00	R\$ 60,00
				subtotal	R\$ 1.039,20
<b>TOTAL</b>					<b>R\$ 32.303,15</b>

## ORÇAMENTO REAL

Orçamento real					
Despesas					
item	descrição	qnt.	dias	valor unitário	valor total
1	Transporte (Uber)	2	6	R\$ 20,00	R\$ 240,00
1.2	Transporte (ônibus)	2	6	R\$ 4,80	R\$ 57,60
1.3	Transporte (trem)	2	6	R\$ 4,30	R\$ 51,60
1.4	Alimentação	1	6	R\$ 20,00	R\$ 120,00
1.5	Impressão correção	1	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
1.6	Impressão capa dura	3	1	R\$ 150,00	R\$ 450,00
1,7	Cartucho	2	1	R\$ 30,00	R\$ 60,00
subtotal					R\$ 1.039,20

Orçamento real					
Equipamentos					
item	descrição	qnt.	dias	valor unitário	valor total
1	Câmera T5i	1	6	R\$ 114,00	R\$ 684,00
1.2	Câmera Sony nxcam	1	1	R\$ 245,00	R\$ 245,00
1.3	Lente 15-55 mm	1	6	R\$ 60,55	R\$ 363,30
1.4	Tripé	1	6	R\$ 141,68	R\$ 850,08
1.5	Cartão de memória	1	6	R\$ 53,82	R\$ 322,92
1.6	Lapela sem fio	1	1	R\$ 180,57	R\$ 180,57
1.7	Lapela de celular	1	6	R\$ 20,00	R\$ 120,00
1.8	Gravador	1	6	R\$ 180,57	R\$ 1.083,42
subtotal					R\$ 0,00

Observações: Nada foi gasto, os equipamentos são próprios e outros emprestados do estúdio da UNIFACCAMP.



Orçamento real					
Profissionais					
item	descrição	qnt.	dias	valor unitário	valor total
1	Diretor geral	1	1	R\$ 2.165,83	R\$ 2.165,83
1.2	Diretor de externa	1	1	R\$ 2.165,83	R\$ 2.165,83
1.3	Roteirista	1	1	R\$ 2.119,00	R\$ 2.119,00
1.4	Produtor	1	1	R\$ 2.786,00	R\$ 2.786,00
1.5	Repórter	1	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
1.6	Cinegrafista	1	1	R\$ 2.072,00	R\$ 2.072,00
1.7	Operador de áudio	1	1	R\$ 1.914,00	R\$ 1.914,00
1.8	Iluminador	1	1	R\$ 3.509,00	R\$ 3.509,00
1.9	Editor	1	1	R\$ 3.910,00	R\$ 3.910,00
1.10	Motion design/finalizador	1	1	R\$ 3.773,00	R\$ 3.773,00
				subtotal	R\$ 0,00

Observações: Nada foi gasto, todas as funções foram realizadas por mim, esporadicamente, tive ajuda nas gravações externas de um ou mais integrantes.

TOTAL

R\$ 1.039,20

## ORDEM DO DIA

<b>entrevista diretor de TV - SBT</b>			<b>23/09/2019</b>
<b>A Era da Transformação Digital: Será o Fim da TV</b>			
<b>Mayara Ramos</b>			
<b>nascer do sol: 5:23</b>			<b>previsão do tempo: 17°/13°</b>
<b>por do sol: 18:19</b>			
<b>produtora: Video Technologi</b>			<b>telefones importantes:</b>
<b>base da produção: 11 4809-2104</b>			Falar com Rafael Matoso
<b>local: UNIFACCAMP</b>			
<b>horário de início: 19:00</b>			
<b>horário de termino: 22:30</b>			
<b>equipe</b>	<b>função</b>	<b>equipamento</b>	<b>entrevistado</b>
Mayara Ramos	Repórter	Câmera Sony	Ariel Jacobowitz
		Lapela sem fio	
Gustavo Pardim	Câmera/áudio		
<b>observações:</b>			

entrevista Rogério Cristiano Pereira			14/11/2019
<b>A Era da Transformação Digital: Será o Fim da TV</b>			
<b>Mayara Ramos</b>			
nascido do sol: 5:11			previsão do tempo: 29°/18°
por do sol: 18:36			
produtora: Video Technologi			telefones importantes:
base da produção: 11 4809-2104			11 97338-7257 (Rogério)
local: Distrito industrial Jundiaí			
horário de início: 18:00			
horário de término: 19:00			
<b>equipe</b>	<b>função</b>	<b>equipamento</b>	<b>entrevistado</b>
Mayara Ramos	Repórter	Câmera Canon t5i	Rogério Cristiano
		Lapela de celular	
Mayara Ramos	Câmera/áudio	Aparelho de celular	
<b>observações:</b>			

entrevista diretora de TV- TVTEC			17/10/2019
<b>A Era da Transformação Digital: Será o Fim da TV</b>			
<b>Mayara Ramos</b>			
nascido do sol: 5:23			previsão do tempo: 30°/19°
por do sol: 18:19			
produtora: Video Technologi			telefones importantes:
base da produção: 11 4809-2104			11 9 6863-3602 (Samuel -Secretário)
local: TV TEC – centro Jundiaí			
horário de início: 17:00			
horário de término: 18:00			
<b>equipe</b>	<b>função</b>	<b>equipamento</b>	<b>entrevistado</b>
Mayara Ramos	Repórter	Câmera Canon t5i	Monica Gropelo
		Lapela de celular	
Mayara Ramos	Câmera/áudio	Aparelho de celular	
<b>observações:</b>			

<b>entrevista amante de rádio</b>			<b>17/10/2019</b>
<b>A Era da Transformação Digital: Será o Fim da TV</b>			
<b>Mayara Ramos</b>			
<b>nascer do sol: 5:23</b>			<b>previsão do tempo: 30°/19°</b>
<b>por do sol: 18:19</b>			
<b>produtora: Video Technologi</b>			<b>telefones importantes:</b>
<b>base da produção: 11 4809-2104</b>			11 9 9625-0304 (Ana Tonelli)
<b>local: Rua Senador Fonseca, 929, Centro</b>			
<b>horário de início: 15:00</b>			
<b>horário de termino: 16:00</b>			
<b>equipe</b>	<b>função</b>	<b>equipamento</b>	<b>entrevistado</b>
Mayara Ramos	Repórter	Câmera Canon t5i	Ana Tonelli
		Lapela de celular	
Mayara Ramos	Câmera/áudio	Aparelho de celular	
<b>observações:</b>			

entrevista amante de TV			24/10/2019
<b>A Era da Transformação Digital: Será o Fim da TV</b>			
<b>Mayara Ramos</b>			
nascido do sol: 5:23			previsão do tempo: 28°/17°
por do sol: 18:19			
produtora: Video Technologi			telefones importantes:
base da produção: 11 4809-2104			11 9 9788-2656 (Eliane - Filha)
local: Rua José Schioser 127, Vila ana			
horário de início: 18:30			
horário de término: 19:00			
<b>equipe</b>	<b>função</b>	<b>equipamento</b>	<b>entrevistado</b>
Mayara Ramos	Repórter	Câmera Canon t5i	Elisa Tambarotti
		Lapela de celular	
Mayara Ramos	Câmera/áudio	Aparelho de celular	
<b>observações:</b>			

gravação de passagem			09/11/2019
<b>A Era da Transformação Digital: Será o Fim da TV</b>			
<b>Mayara Ramos</b>			
nascido do sol: 5:23			previsão do tempo: 28°/17°
por do sol: 18:19			
produtora: Video Technologi			telefones importantes:
base da produção: 11 4809-2104			
local: Av. Paulista			
horário de início: 15:00			
horário de término: 18:00			
<b>equipe</b>	<b>função</b>	<b>equipamento</b>	<b>entrevistado</b>
Mayara Ramos	Repórter	Câmera Canon t5i	
Ricardo Brambila	Câmera	Lapela de celular	
Vinicius Bueno	Produção de externa	Aparelho de celular	
<b>observações:</b>			

gravação povo fala			21/11/2019
<b>A Era da Transformação Digital: Será o Fim da TV</b>			
<b>Mayara Ramos</b>			
nascido do sol: 06:11			previsão do tempo: 28°/18°
por do sol: 18:34			
produtora: Video Technologi			telefones importantes:
base da produção: 11 4809-2104			
local: Vila São José Campo Limpo Pta			11 96827-7966
horário de início: 10:00			11 94119-1729
horário de término: 11:00			11 97574-7678
<b>equipe</b>	<b>função</b>	<b>equipamento</b>	<b>entrevistado</b>
Mayara Ramos	Repórter	Câmera Canon t5i	Guilherme Arruda
		Lapela de celular	Carolina Fernandes
Mayara Ramos	Câmera/áudio	Aparelho de celular	Mayara Lemes
<b>observações:</b>			



gravação povo fala			22/11/2019
<b>A Era da Transformação Digital: Será o Fim da TV</b>			
<b>Mayara Ramos</b>			
nascido do sol: 06:11			previsão do tempo: 28°/18°
por do sol: 18:34			
produtora: Video Technologi			telefones importantes:
base da produção: 11 4809-2104			
local: Jd. Cruz Alta – Várzea Paulista			11 97369-9212
horário de início: 19:00			11 96383-5149
horário de término: 22:00			
<b>equipe</b>	<b>função</b>	<b>equipamento</b>	<b>entrevistado</b>
Mayara Ramos	Repórter	Câmera Canon t5i	Ricardo Brambilla
		Lapela de celular	Vinicius Bueno
Mayara Ramos	Câmera/áudio	Aparelho de celular	
<b>observações:</b>			

# TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, e para todos os fins em direito admitidos, autorizo expressamente utilização da minha imagem e voz, em caráter definitivo e gratuito, constante em fotos e filmagens decorrentes da minha participação no projeto de TCC com o tema, A Era da Transformação digital: Será o fim da TV, da aluna Mayara Julia Ramos RG 47.421.269.5 devidamente matriculada na Universidade Unifaccamp no bacharelado em Rádio, TV e Internet.

As imagens e a voz poderão ser exibidas: nos relatórios parcial e final do referido projeto, na apresentação áudio-visual do mesmo, em publicações e divulgações acadêmicas, em festivais e premiações nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet, fazendo-se constar os devidos créditos.

Fica autorizado a executar a edição e montagem das fotos e filmagens, conduzindo as reproduções que entender necessárias, bem como a produzir os respectivos materiais de comunicação, respeitando sempre os fins aqui estipulados.

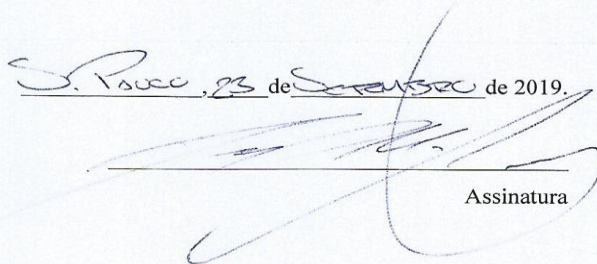
Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha imagem e voz ou qualquer outro.

Nome:

ARIEL JACOBOWITZ

RG.: 25077939-0

Telefone: 113057-3528

S. Paulo, 23 de Setembro de 2019.  
  
Assinatura

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

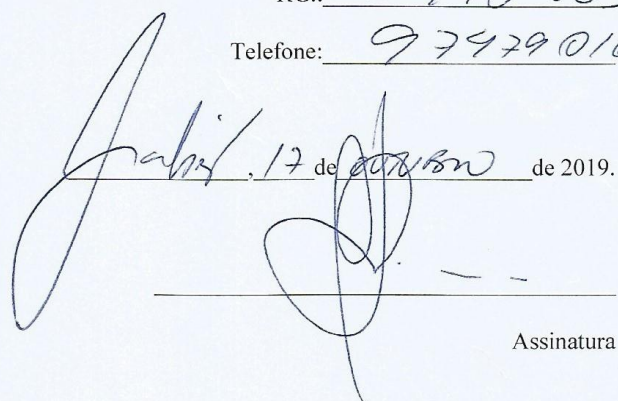
Neste ato, e para todos os fins em direito admitidos, autorizo expressamente utilização da minha imagem e voz, em caráter definitivo e gratuito, constante em fotos e filmagens decorrentes da minha participação no projeto de TCC com o tema, A Era da Transformação digital: Será o fim da TV, da aluna Mayara Julia Ramos RG 47.421.269.5 devidamente matriculada na Universidade Unifaccamp no bacharelado em Rádio, TV e Internet.

As imagens e a voz poderão ser exibidas: nos relatórios parcial e final do referido projeto, na apresentação áudio-visual do mesmo, em publicações e divulgações acadêmicas, em festivais e premiações nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet, fazendo-se constar os devidos créditos.

Fica autorizado a executar a edição e montagem das fotos e filmagens, conduzindo as reproduções que entender necessárias, bem como a produzir os respectivos materiais de comunicação, respeitando sempre os fins aqui estipulados.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha imagem e voz ou qualquer outro.

Nome: Monica Inoprebe  
RG.: 11.970.563  
Telefone: 974790104

Julia, 17 de dezembro de 2019.  
  
Assinatura



## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, e para todos os fins em direito admitidos, autorizo expressamente utilização da minha imagem e voz, em caráter definitivo e gratuito, constante em fotos e filmagens decorrentes da minha participação no projeto de TCC com o tema, A Era da Transformação digital: Será o fim da TV, da aluna Mayara Julia Ramos RG 47.421.269.5 devidamente matriculada na Universidade Unifaccamp no bacharelado em Rádio, TV e Internet.

As imagens e a voz poderão ser exibidas: nos relatórios parcial e final do referido projeto, na apresentação áudio-visual do mesmo, em publicações e divulgações acadêmicas, em festivais e premiações nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet, fazendo-se constar os devidos créditos.

Fica autorizado a executar a edição e montagem das fotos e filmagens, conduzindo as reproduções que entender necessárias, bem como a produzir os respectivos materiais de comunicação, respeitando sempre os fins aqui estipulados.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha imagem e voz ou qualquer outro.

Nome: Elisa Tambarotti Pinto

RG.: 20 791194-0

Telefone: 45 866190

Januari, 21 de Outubro de 2019.

Elisa

Assinatura

## **TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ**

Neste ato, e para todos os fins em direito admitidos, autorizo expressamente utilização da minha imagem e voz, em caráter definitivo e gratuito, constante em fotos e filmagens decorrentes da minha participação no projeto de TCC com o tema, A Era da Transformação digital: Será o fim da TV, da aluna Mayara Julia Ramos RG 47.421.269.5 devidamente matriculada na Universidade Unifaccamp no bacharelado em Rádio, TV e Internet.

As imagens e a voz poderão ser exibidas: nos relatórios parcial e final do referido projeto, na apresentação áudio-visual do mesmo, em publicações e divulgações acadêmicas, em festivais e premiações nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet, fazendo-se constar os devidos créditos.

Fica autorizado a executar a edição e montagem das fotos e filmagens, conduzindo as reproduções que entender necessárias, bem como a produzir os respectivos materiais de comunicação, respeitando sempre os fins aqui estipulados.

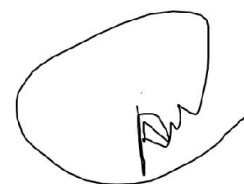
Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha imagem e voz ou qualquer outro.

Rogério Cristiano Pereira

RG.: 28.470.816-1

Telefone:11 97338-7257

Jundiai, 26 de Novembro de 2019.



Assinatura

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, e para todos os fins em direito admitidos, autorizo expressamente utilização da minha imagem e voz, em caráter definitivo e gratuito, constante em fotos e filmagens decorrentes da minha participação no projeto de TCC com o tema, A Era da Transformação digital: Será o fim da TV, da aluna Mayara Julia Ramos RG 47.421.269.5 devidamente matriculada na Universidade Unifaccamp no bacharelado em Rádio, TV e Internet.

As imagens e a voz poderão ser exibidas: nos relatórios parcial e final do referido projeto, na apresentação áudio-visual do mesmo, em publicações e divulgações acadêmicas, em festivais e premiações nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet, fazendo-se constar os devidos créditos.

Fica autorizado a executar a edição e montagem das fotos e filmagens, conduzindo as reproduções que entender necessárias, bem como a produzir os respectivos materiais de comunicação, respeitando sempre os fins aqui estipulados.

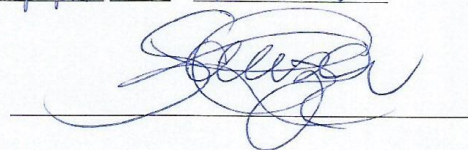
Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha imagem e voz ou qualquer outro.

Nome: Guilherme Lucas Arruda de Souza

RG.: 56.454.878-9

Telefone: (11) 9 6827-7966

Campolimpeta, 23 de Novembro de 2019.



Assinatura

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, e para todos os fins em direito admitidos, autorizo expressamente utilização da minha imagem e voz, em caráter definitivo e gratuito, constante em fotos e filmagens decorrentes da minha participação no projeto de TCC com o tema, A Era da Transformação digital: Será o fim da TV, da aluna Mayara Julia Ramos RG 47.421.269.5 devidamente matriculada na Universidade Unifaccamp no bacharelado em Rádio, TV e Internet.

As imagens e a voz poderão ser exibidas: nos relatórios parcial e final do referido projeto, na apresentação áudio-visual do mesmo, em publicações e divulgações acadêmicas, em festivais e premiações nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet, fazendo-se constar os devidos créditos.

Fica autorizado a executar a edição e montagem das fotos e filmagens, conduzindo as reproduções que entender necessárias, bem como a produzir os respectivos materiais de comunicação, respeitando sempre os fins aqui estipulados.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha imagem e voz ou qualquer outro.

Nome: Mayara Cristina Lemes

RG.: 43.115.180-6

Telefone: (11) 97574-7678

Campo Limpo/PA 23 de novembro de 2019.

Mayara Cristina Lemes

Assinatura



## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, e para todos os fins em direito admitidos, autorizo expressamente utilização da minha imagem e voz, em caráter definitivo e gratuito, constante em fotos e filmagens decorrentes da minha participação no projeto de TCC com o tema, A Era da Transformação digital: Será o fim da TV, da aluna Mayara Julia Ramos RG 47.421.269.5 devidamente matriculada na Universidade Unifaccamp no bacharelado em Rádio, TV e Internet.

As imagens e a voz poderão ser exibidas: nos relatórios parcial e final do referido projeto, na apresentação áudio-visual do mesmo, em publicações e divulgações acadêmicas, em festivais e premiações nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet, fazendo-se constar os devidos créditos.

Fica autorizado a executar a edição e montagem das fotos e filmagens, conduzindo as reproduções que entender necessárias, bem como a produzir os respectivos materiais de comunicação, respeitando sempre os fins aqui estipulados.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha imagem e voz ou qualquer outro.

Nome: Uinicus Oliveira de Souza Bruno

RG.: 53.964.919-3

Telefone: (11) 96383-5149

Jundiaí, 26 de Novembro de 2019.



Assinatura

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, e para todos os fins em direito admitidos, autorizo expressamente utilização da minha imagem e voz, em caráter definitivo e gratuito, constante em fotos e filmagens decorrentes da minha participação no projeto de TCC com o tema, A Era da Transformação digital: Será o fim da TV, da aluna Mayara Julia Ramos RG 47.421.269.5 devidamente matriculada na Universidade Unifaccamp no bacharelado em Rádio, TV e Internet.

As imagens e a voz poderão ser exibidas: nos relatórios parcial e final do referido projeto, na apresentação áudio-visual do mesmo, em publicações e divulgações acadêmicas, em festivais e premiações nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet, fazendo-se constar os devidos créditos.

Fica autorizado a executar a edição e montagem das fotos e filmagens, conduzindo as reproduções que entender necessárias, bem como a produzir os respectivos materiais de comunicação, respeitando sempre os fins aqui estipulados.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha imagem e voz ou qualquer outro.

Nome: Ricardo T. B. DOS SANTOS

RG.: 48 135 421 -9

Telefone: (11) 4588-6054

Junta, 26 de NOVEMBRO de 2019.

  
Assinatura

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, e para todos os fins em direito admitidos, autorizo expressamente utilização da minha imagem e voz, em caráter definitivo e gratuito, constante em fotos e filmagens decorrentes da minha participação no projeto de TCC com o tema, A Era da Transformação digital: Será o fim da TV, da aluna Mayara Julia Ramos RG 47.421.269.5 devidamente matriculada na Universidade Unifaccamp no bacharelado em Rádio, TV e Internet.

As imagens e a voz poderão ser exibidas: nos relatórios parcial e final do referido projeto, na apresentação áudio-visual do mesmo, em publicações e divulgações acadêmicas, em festivais e premiações nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet, fazendo-se constar os devidos créditos.

Fica autorizado a executar a edição e montagem das fotos e filmagens, conduzindo as reproduções que entender necessárias, bem como a produzir os respectivos materiais de comunicação, respeitando sempre os fins aqui estipulados.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha imagem e voz ou qualquer outro.

Nome: Carolina Larissa dos Santos Fernandes

RG.: 55833380-2

Telefone: (11) 94329-5729

Campiduro Pr. 23 de novembro de 2019.

Carolina Larissa

Assinatura

## Referências bibliográficas

### Livros

Cannito, N. A Televisão na Era Digital: Interatividade, Convergência e Novos Modelos de Negócio: 2. ed. São Paulo: Summus, 2010

Barbeiro, H. Lima, P. R. Manual de Jornalismo para rádio, TV e novas mídias: Ltc Soc Aplic Humanas D, 2012

Hamburger, E. et al. A TV aos 50: Criticando a Televisão Brasileira no seu Cinquente: 1. ed. São Paulo Fundação Perseu Abramo, 2000

Machado, A. A Televisão Levada a Sério: 5. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2000

BRASIL. Transformação digital. MJV. Consulta 29 de maio 2019. Disponível em <[file:///D:/backup%20pen%20drive/tcc/e-book Transformacao Digital final.pdf](file:///D:/backup%20pen%20drive/tcc/e-book_Transformacao_Digital_final.pdf) >

BRASIL. Guia completo sobre a transformação digital nas empresas. Consulta 29 de maio 2019. Disponível em <[file:///D:/backup%20pen%20drive/tcc/1539606126guia\\_completo\\_sobre\\_a\\_transformacao\\_digital\\_nas\\_empresas.pdf](file:///D:/backup%20pen%20drive/tcc/1539606126guia_completo_sobre_a_transformacao_digital_nas_empresas.pdf) >

### Artigos de Revistas

Jorge Luiz Garcia Van Dal. Convergência de Mídias. 9º Interprogramas de Mestrado Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 1-13, Universidade Metodista de São Paulo, Abril 2014

Willians Cerozzi Balan. Um Breve Olhar Pela Evolução da TV no Brasil. Revista Produção Profissional, São Paulo 124, part 1 do início da cor, Páginas 1-23, Editora Bolina, Abril 2012

Eduardo Rangel Brandão. Rotinas de uso de computadores, smartphones e/ou tablets para acessar formatos de conteúdos relacionados à TV sob o ponto de vista do design centrado no usuário. Convergência das mídias e a importância da internet neste processo. Rio de Janeiro 2015, Páginas 43-67, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Março 2015

## Sites

Magnus. Tiago. Planejando sua Transformação Digital em 2019. 2019. Disponível em: <[https://transformacaodigital.com/planejando-sua-transformacao-digital-em-2019/?utm\\_campaign=td\\_web\\_conference\\_-\\_registro\\_-\\_agradecimento&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://transformacaodigital.com/planejando-sua-transformacao-digital-em-2019/?utm_campaign=td_web_conference_-_registro_-_agradecimento&utm_medium=email&utm_source=RD+Station)>. acesso em 16 Abril 2019

Descola. O universo da cibercultura e da convergência de mídias. 2017 - <<https://descola.org/drops/cibercultura-e-convergencia-de-midias/>>. acesso 04 Agosto 2019

Digital land. Você entende o que é convergência midiática?. 2017 <<https://digitalland.com.br/blog/voce-entende-o-que-e-convergencia-midiatica>>. acesso 09 Agosto 2019

## Aplicativo

SBT

<[https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.sbt.app&hl=pt\\_BR](https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.sbt.app&hl=pt_BR)> acesso em 09 de Agosto 2019

Aplicativo da Record <<http://www.r7.com/movel/aplicativos/record-tv>> acesso em 09 de Agosto 2019

Sobre o Telecine Play <<https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/telecine-play.html>> acesso em 09 de Agosto 2019

G1. “Uso de TVs para acesso à internet aumenta em 57,1% em um ano, diz IBGE” <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2018/12/20/uso-de-tvs-para-acesso-a-internet-aumenta-em-571-em-um-ano-diz-ibge.ghtml>> acesso em 9 de Agosto 2019

Observatório da Imprensa. “A diferença que a reportagem faz” <<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/a-diferenca-que-a-reportagem-faz/>> acesso em 10 de Agosto 2019

## Techtudo.

## Definição

de

## Streaming

<<https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html>> acesso em 15 de Agosto 2019

G1. Momento do Cliente: o 1ª passo para criar estratégias de Marketing Digital e conquistar consumidores digitais: <<https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/blog/marina-proenca/post/2019/05/13/momento-do-cliente-o-1o-passo-para-criar-estrategias-de-marketing-digital-e-conquistar-consumidores-pela-internet.ghtml>> acesso em 20 de Agosto de 2019

Techtudo. “Como funciona uma Smart TV? Saiba como escolher o melhor modelo para você”: <<https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2015/04/como-funciona-uma-smart-tv-saiba-como-escolher-o-melhor-modelo-para-voce.html>> acesso em 25 de Agosto de 2019

Forun. Smart TVs ganham força na era da convergência digital: <<https://revistaforum.com.br/blogs/convergenciamidiatica/smart-tvs-ganham-forca-na-era-da-convergencia-digital/>> acesso em 30 de Agosto 2019

Techtudo. Sobre o Discovery Channel Brasil: < <https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/discovery-channel-brasil.html>> acesso em 01 de Maio 2019

Globoplay: < <https://globoplay.globo.com/> > acesso em 02 de Maio 2019