Universidade de Ribeirão Preto
Jornalismo

Marcelo Rodrigues de Carvalho

Relatório - Migração e hibridização entre TV e a Internet

Ribeirão Preto - SP
2021

Marcelo Rodrigues de Carvalho

Relatório - Migração e hibridização entre TV e a Internet

Relatório do produto entregue para obtenção de parte da nota da Disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I do curso de Jornalismo, 8ª etapa.

Orientador: Prof. Doutor João Flávio de Almeida.

Ribeirão Preto - SP
2021

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO 4
1 OBJETIVO 7
1.1 JUSTIFICATIVA 7
1.2 PÚBLICO-ALVO 8
1.3 ENTREVISTADOS 8
1.4 DETALHAMENTO TÉCNICO 9
1.5 SINOPSE 10
1.6 ROTEIROS 10
1.7 CRONOGRAMA 18
2 RELATO DE PRODUÇÃO 19
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS 21
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 22
APÊNDICES 23

APRESENTAÇÃO

Atualmente estão surgindo, de forma crescente, programas televisivos cujo modo despretensioso, estilo cômico e linguagem informal, se assemelham muito ao formato que surgiu e se encontra em grande quantidade nos vídeos do YouTube.

Alguns casos que seguem essa tendência por exemplo são o Programa da Maisa, no Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), o programa Zero1 e o reality “Big Brother Brasil”, ambos apresentados pelo Tiago Leifert na Rede Globo.

O Programa da Maisa por sua vez, contém um cenário extremamente colorido e animado, no qual a apresentadora aborda assuntos variados sobre entretenimento, cultura pop, famosos e realiza desafios e jogos com os convidados. Durante a transmissão ela lê e comenta *tweets* (comentários do Twitter), bem como mostra, de tempos em tempos, alguns vídeos dos seus *“stories”* no Instagram, que costumam ser de humor ou apenas para contextualizar melhor o assunto que está sendo abordado.

O programa Zero1 é destinado ao público *“nerd”* que consome conteúdo do mundo dos jogos, filmes, campeonatos de *eSport*, cultura pop e *geek*. O cenário também possui bastante cor e informação por conta dos diversos banners, pôsteres e, principalmente, *action figures* (figura de ação) que compõem a parede de fundo e a mesa do apresentador. Durante a transmissão, Tiago Leifert aparece jogando vários *games* diferentes, ou seja, realizando um *gameplay*, que novamente é um conteúdo vindo do YouTube, onde o público acompanha o jogo do *youtuber.*

Ambos os produtos televisivos, mesmo sendo de nichos e assuntos diferentes, apresentam um modo de fazer, estética, dinâmica, ritmo e linguagem muito característica do que é feito e consumido em grande quantidade no YouTube, porém dessa vez, na televisão

Já o reality *Big Brother Brasil*, desde sua edição do ano de 2020, começou a adotar a estratégia de convidar personalidades da internet, *“digital influencers”*, famosos, artistas e celebridades para agregarem o elenco do programa junto aos outros participantes, até então, anônimos (ESTRELANDO, 2020).

Tal atitude já demonstra uma clara estratégia da televisão para se adaptar à nova realidade que está sendo transformada pela internet. Considerando que, com

cada vez menos pessoas assistindo a televisão e consumindo de forma crescente e desenfreada o conteúdo online, o fato de levar pessoas famosas e influentes da internet para a televisão, consequentemente irá atrair e direcionar o público da internet de volta para a TV.

> Antes as pessoas se reuniam na sala para assistirem televisão, e ficavam comentando sobre os programas. Hoje, com a TV na web, as pessoas assistem sozinhas, mas estão trocando informações, opiniões sobre determinados programas, através de fóruns de discussão. No início, a televisão tinha um sentido coletivo, entretanto, com a interatividade, ela não perdeu, apenas modificou-se um pouco (SANTOS, 2007, p. 28).

Além dessas mudanças internas na TV, também houve uma grande mudança no modo como o público consome os conteúdos, não só no Brasil, mas no mundo todo. E por isso, diversas emissoras também aderiram à nova tendência: plataformas de *streaming*, surgindo assim um novo modo de consumir conteúdo televisivo, através da internet (TECHTUDO, 2013).

> Com a entrada do vídeo, blogueiros começaram a atuar como mediadores e “críticos”, indicando seus vídeos preferidos para seu próprio público. E estrategicamente o YouTube permite ainda que o usuário-blogueiro, de seu blog pessoal, utilize da ferramenta do YouTube para postar ali seu vídeo. Dessa forma o site se tornou o espaço por excelência onde se encontram vídeos sobre qualquer assunto. Dando ao usuário a possibilidade de assistir a vídeos pelo celular, o YouTube efetiva o princípio número um da convergência: “qualquer coisa, a qualquer hora e em qualquer lugar (CANNITO, 2009, p. 84).

Ao analisar e investigar essas alterações e adaptações entre as mídias, é possível pensar que, aparentemente, a televisão única e exclusivamente está tendo que se adaptar para concorrer com a mídia contemporânea, porém existe também um contraponto: a TV veio antes da Internet. Portanto os criadores de conteúdo digitais se basearam no modo de produzir, gravar, falar e editar das emissoras televisivas.

> Esses sites se posicionam no mercado ao garantir ao usuário a qualidade do conteúdo que exibem, em comparação com a “baixa qualidade” do conteúdo oferecido pelos amadores. Seu conceito remete às estratégias de um canal de televisão tradicional, que se preocupa em garantir que todo programa a ser exibido tenha um mesmo “padrão de qualidade”. Dessa forma, esses canais (ou sites de vídeo) buscam fidelizar certo tipo de espectador. Outro diferencial desses sites em relação ao YouTube é o fato de exibir seus conteúdos em fluxo, assemelhando-se mais à televisão tradicional (CANNITO, 2009, p. 85).

Outro aspecto que também assemelha muito o YouTube à televisão é o fato de que, atualmente, a plataforma define e sugere ao usuário alguns canais e vídeos, a pessoa escolhe um e a partir disso os conteúdos sugeridos e relacionados com aquele assunto começam a rolar em fluxo contínuo, um vídeo após o outro, até que o usuário decida interromper o fluxo para desligar ou “trocar de canal”.

Desse modo o site oferece uma experiência passiva do espectador televisivo que escolhe apenas o canal e assiste ao fluxo por ele determinado, mesmo que muitos possam achar que o usuário quer ser sempre ativo, essa recuperação da relativa passividade do espectador televisivo é um fator que, mesmo inconscientemente, agrada os usuários e facilita a visualização de conteúdo, sendo um dos motivos do sucesso da plataforma. (CANNITO, Newton Guimarães).

Portanto é possível perceber que existe uma grande migração e hibridização, ou troca de influências entre a televisão e a internet. De acordo com o Infopédia-Dicionários Porto Editora, hibridização vem do conceito de ‘hibridez’ que é: “A combinação de formas e das respetivas práticas, em que algumas práticas são substituíveis por outras. Na linguagem, é tida como a capacidade de uma palavra poder conter conceitos e significados mistos”.

Já a palavra ‘migração’ por sua vez, de acordo com o site Significados, é caracterizada como: “Deslocamento de indivíduos dentro de um espaço geográfico, de forma temporária ou permanente. Esses fluxos migratórios podem ser desencadeados por vários motivos: econômicos, culturais, religiosos, políticos e naturais (secas, terremotos, enchentes etc.)”. Nesse caso, seria um deslocamento de usuários entre uma plataforma e outra.

Para aprofundar e compreender melhor sobre essa migração e hibridização entre as mídias, foi criado um canal no Youtube chamado “Desvendando TV e Internet” contendo 5 vídeos, sendo um primeiro vídeo curto de contextualização e apresentação dos objetivos do canal ao público, e os outros 4 são de conteúdo e entrevistas, tendo no mínimo 20 minutos de vídeo no total e entre 10 a 15 minutos cada um.

O cenário utilizado pelo apresentador foi um fundo limpo e simples, sem detalhes ou enfeites, com o objetivo de não tirar a atenção do público sobre as informações transmitidas no conteúdo das entrevistas.

1. OBJETIVOS

OBJETIVO PRIMÁRIO:

Estudar e compreender, por intermédio de entrevistas realizadas com os profissionais da área da comunicação no canal do YouTube e das referências bibliográficas sobre o assunto, a hibridização entre as duas plataformas, TV e Internet, quanto a sua estética, formatos e influências. Analisar quais são as estratégias utilizadas pelas empresas para adaptarem-se às novas mídias, como as plataformas de streaming por exemplo.

OBJETIVOS SECUNDÁRIOS:

1: Entender se essa mudança em que as duas estão passando é um bom futuro para a mídia brasileira ou não, e se essa conexão entre elas serve para complementar uma à outra ou para competir cada vez mais pela atenção e utilização do grande público. Como muitos pensam que já acontece. “A falta de restrições de capacidade nos serviços de TV online também levou a novos padrões de entrega e consumo que podem ter um impacto na narração de histórias” (JOHNSON, 2019, p. 86).

2: Verificar como as empresas televisivas estão se adaptando e mudando o conteúdo, para se aproximar cada vez mais da internet e atrair seu público. Como os programas já citados como exemplo.

3: Investigar a história da TV e Internet para compreender como esses formatos crescem e se transformam, para então entender como eles são influenciados entre si (SANTOS, 2007).

1.1 JUSTIFICATIVA

Os dias atuais são compostos de diversas transições, principalmente midiáticas, em grande escala, que acontecem de forma crescente e em um ritmo desenfreado. O que faz com que os grandes conglomerados televisivos se encontrem na obrigação de realizar mudanças radicais para se adaptar e sobreviver nesta nova era da internet, pois os modelos antigos de negócio e transmissão, estão apresentando cada vez menos resultados e lucros.

Portanto, a proposta do canal “Desvendando TV e Internet” foi utilizar uma das plataformas envolvidas nesta mudança no cenário midiático, pois o YouTube vem bombando cada vez mais há anos e disputando a atenção do público com a TV, para compreender por dentro a migração e hibridização de ambos os gêneros

midiáticos, quanto às suas estéticas, formatos, propostas e consumo. Considerando ser um fenômeno digital completamente atual e que envolve a vida de todos, seja no ambiente profissional ou pessoal, mas que diz respeito ao modo como as plataformas são utilizadas e consumidas.

Além disso, também é um ótimo método de compartilhar e divergir os conhecimentos adquiridos com pessoas interessadas no assunto e, de certa forma, agregar na área da comunicação.

1.2 PÚBLICO-ALVO

Estudiosos e profissionais da comunicação. Homens e mulheres dentre 20 e 35 anos que façam parte do público que consome, utiliza e, portanto, entende ambas as plataformas. Estando também interessados em entender a fundo como e porque as mudanças na televisão e na internet, estão ocorrendo da forma atual.

1.3 ENTREVISTADOS

-Lucieli Dornelles, 36 anos, jornalista, editora de texto e apresentadora do Jornal da EPTV/Filial da Rede Globo SP.

-William Lopes, 53 anos, ex-repórter da TV Bandeirantes/Bandsports (20 anos na empresa), atualmente narrador da TV NSports (streaming) na DAZN, narrador no site Gol de Placa, repórter na Conmebol TV e comentarista na Rede Vida.

-Eduardo Soares, ex professor de telejornalismo na Unaerp, coordenador da pós-graduação em Marketing digital e Mídias digitais no Senac Ribeirão Preto, presidente da APP Ribeirão e colunista na CBN e Mundo Zumm;

-Fabiano Pereira, 39 anos, jornalista na TV USP de Piracicaba, docente da Faculdade da Unimep na área de mídias sociais, mídias digitais e produção para RTVC e presidente da ABTU Associação Brasileira de Televisão Universitária.

1.4 DETALHAMENTO TÉCNICO

O canal no Youtube tem uma capa no site da plataforma de 2560px por

1440px nas cores do canal (preto, azul, branco e verde), contendo a frase “Venha desvendar as mídias modernas”, além de símbolos como linhas conectadas a círculos que remetem à informática e ao interior da placa mãe de um computador.

O produto midiático também possui uma imagem de perfil de 800 x 800 pixels, contendo o logotipo do canal, sendo uma televisão com um símbolo de *wi-fi* dentro dela.

O conteúdo do canal se dá por meio de 5 vídeos, sendo o primeiro apenas uma curta introdução e contextualização do canal e seus objetivos para o público compreender melhor, já os outros 4 vídeos são as entrevistas realizadas com os profissionais da comunicação, tendo no mínimo 20 minutos de vídeo no total.

As entrevistas foram realizadas e gravadas através da plataforma de videochamada Zoom, utilizando como câmera o iPhone 11.

Os vídeos foram editados através do programa *Cap Cut*, assim como as “*thumbnails*” (miniatura da imagem do vídeo no Youtube), evidenciando sempre uma foto do entrevistado que participou daquele respectivo vídeo e seu nome nas cores do canal, no caso usando as cores azul e contorno preto.

Não foi necessário adicionar imagens ilustrativas nos vídeos durante a edição, considerando que tudo o que foi conversado e exemplificado nas entrevistas não necessitava de alguma ilustração para melhor compreensão e era possível ter total entendimento do assunto sem ilustrações. Portanto os vídeos se mantiveram conforme o planejado desde o início, sendo entrevistas corridas, sem muitas intervenções ou edições.

Na dinâmica das entrevistas, por mais que foram explorados e aproveitados diferentes contextos, algumas perguntas foram propositalmente repetidas, portanto feitas para todos os entrevistados, justamente com a finalidade de obter respostas diferentes e individuais de cada entrevistado para uma mesma questão, de acordo com a opinião e vivência profissional de cada um.

Músicas instrumentais, sem direitos autorais e disponibilizadas na biblioteca de áudio do próprio YouTube, foram colocadas na edição em baixo volume, para servir como uma trilha sonora de fundo da entrevista.

O cenário é um fundo marrom limpo e simples, sem detalhes ou enfeites, para não distrair o público e tirar a atenção do conteúdo e das informações que estão sendo passadas.

1.5 SINOPSE FINAL

O canal “Desvendando TV e Internet” é um produto midiático criado para o Trabalho de Conclusão de Curso de jornalismo na UNAERP (Universidade de Ribeirão Preto), com o objetivo de divergir e compartilhar conhecimento sobre as mudanças que ocorrem na televisão e na internet atualmente, através de entrevistas realizadas com profissionais do ramo da televisão e da comunicação.

1.6 ROTEIROS FINAIS

Vídeo introdutório do canal

Áudio	Trilha Sonora: Anno Domini Beats | Tropic-Biblioteca de áudio do YouTube https://www.youtube.com/watch?v=rIOX4jGO-g4
Vídeo	Olá! Eu sou o Marcelo Carvalho e seja bem vinda, bem vindo ou bem vinde ao “Desvendando TV e Internet”, esse canal no YouTube que criei como sendo meu Trabalho de Conclusão do curso de jornalismo na UNAERP (Universidade de Ribeirão Preto). O meu intuito aqui é entender melhor como funciona a migração entre a televisão e internet atualmente e como ela atinge nossa vida seja de forma profissional ou pessoal, porque em maior ou menor quantidade essas mídias influenciam diretamente a vida de todo mundo. Então nos próximos vídeos estarei entrevistando alguns profissionais da comunicação, do jornalismo e, especificamente, do telejornalismo para entender melhor a partir da opinião deles como é no presente, como é a experiência profissional deles e como será no futuro. Eu também te encorajo a agregar esse debate falando sua opinião e seu comentário compartilhando sua reflexão com a gente na aba de comentários dos próximos vídeos. Vamos lá? Obrigado e até mais!

ENTREVISTA 1 - Lucieli Dornelles

Áudio	Trilha Sonora: Friendly Dance-Nico Staf-Biblioteca de áudio do YouTube https://www.youtube.com/watch?v=IqHMCYD5i2w
Vídeo	-Início da chamada no Zoom -Conversa com o entrevistado -Começo da gravação Olá a todos! Eu sou o Marcelo Carvalho e esse é o “Desvendando TV e Internet”, canal onde eu converso com profissionais da comunicação sobre a migração e hibridização entre a TV e a Internet, e como suas mudanças e as tendências influenciam na nossa vida, no jornalismo e na forma de nos comunicarmos atualmente. E hoje estou aqui com essa profissional que não tem como você pensar em telejornalismo sem pensar nela, que é Jornalista, editora de texto e apresentadora do Jornal da EPTV/Filial da Rede Globo SP. **PERGUNTAS:** Eu vou começar nossa conversa contextualizando uma pesquisa feita pela comunicadora Maíra Garcia Santos, na qual ela aponta que antes as pessoas se reuniam na sala para assistirem televisão, e comentavam sobre os programas. > Hoje, com a TV na web, as pessoas assistem sozinhas, mas estão trocando informações, opiniões sobre determinados programas, através de fóruns e das redes sociais. No início, a televisão tinha um sentido coletivo, entretanto, com a interatividade, ela modificou-se. (SANTOS, 2007, p. 28). -Baseado nisso, você acha que a rapidez e instantaneidade no

	acesso à informação que a internet possibilita, a torne em um tipo de competidora da televisão, que possui um ritmo diferente no consumo de conteúdo? Ou acha que elas podem complementar uma à outra? -Há quanto tempo você trabalha na EPTV? -Daquela época até atualmente, conforme a sofisticação da internet e da TV, vocês perceberam alguma mudança na forma como o público consume o programa, se passou a ser mais pela televisão ou pela internet por exemplo? -Como a EPTV, que é um programa televisivo vem se adaptando à essa era tecnológica? Quais meios e estratégias vocês usam para se aproximar mais do público da internet e atraí-los para consumir as notícias e o programa também na TV e não apenas na internet? -Você acha que a televisão acaba tendo que se adaptar muito à nova realidade que a internet traz, ou também acha que a internet possui muitas influências da TV? Você considera isso um fator positivo ou negativo para o futuro? -Você acha que eventualmente a internet possa realmente substituir a TV? -Quanto mais um usuário pesquisa sobre determinado assunto, entretenimento por exemplo, mais os algoritmos da internet sugerem esses tipos de conteúdo e de notícias, podendo facilmente evitar outros tipos de assuntos e editoriais, criando uma espécie de bolha social. Muitos portais personalizam a página de entrada do site de acordo com as preferências do usuário, porém ao assistir um jornal completo na televisão, o público consome notícias de várias editorias diferentes. Você considera que essa personalização de notícias na web pode deixar os usuários mais ignorantes, se comparados aos

	que se informam através da televisão? Você considera que a internet agregou o jornalismo, principalmente o telejornalismo? E assim terminamos a entrevista de hoje. Muito obrigado Lucieli por ter participado e muito obrigado a você que assistiu até aqui. Se gostou aproveita pra curtir o vídeo e se inscrever pra não perder as próximas entrevistas. Até mais, tchau tchau!

ENTREVISTA 2 - Fabiano Pereira

Áudio	Trilha Sonora: Just Dance-Patrick Patrikios-Biblioteca de áudio do YouTube https://www.youtube.com/watch?v=w9RdrA3t95o
Vídeo	-Início da chamada no Zoom -Conversa com o entrevistado -Começo da gravação Olá a todos! Eu sou o Marcelo Carvalho e esse é o “Desvendando TV e Internet”, canal onde eu converso com profissionais da comunicação sobre a migração e hibridização entre a TV e a Internet, e como suas mudanças e as tendências influenciam na nossa vida, no jornalismo e na forma de nos comunicarmos atualmente. E hoje estou aqui com ele, que é: Jornalista e produtor na TV USP de Piracicaba, foi docente e coordenador de programas de pós-graduação em comunicação e mídias digitais da Unimep e Centro Universitário Senac SP. Atualmente é presidente da ABTU - Associação Brasileira de Televisão Universitária.

	PERGUNTAS: -O que o senhor acha que mudou a forma de trabalhar do jornalista atualmente? O que mudou? De forma geral e especificamente no seu trabalho. -Como os lugares em que o senhor trabalha vem se adaptando à essa era tecnológica, para se aproximar mais do público da internet e atraí-los para consumir notícias também na TV e não apenas na internet? -Você considera que a televisão acaba tendo que se adaptar muito à nova realidade que a internet traz, ou também acha que a internet possui muitas influências da TV? -Considera isso um fator positivo ou negativo para o futuro? -Você vê a internet mais como uma complementação ou competição da TV? E assim terminamos a entrevista de hoje. Muito obrigado por ter participado e muito obrigado a você que assistiu até aqui. Se gostou aproveita pra curtir o vídeo e se inscrever pra não perder as próximas entrevistas. Até mais, tchau tchau!

ENTREVISTA 3 – Eduardo Soares

Áudio	Trilha Sonora: Beyond-Patrick Patrikios-Biblioteca de áudio do YouTube https://www.youtube.com/watch?v=uQUCXPZebos

Vídeo	-Início da chamada no Zoom -Conversa com o entrevistado -Começo da gravação -Contextualização do tema e apresentação do convidado Olá a todos! Eu sou o Marcelo Carvalho e esse é o “Desvendando TV e Internet”, canal onde eu converso com profissionais da comunicação sobre a migração e hibridização entre a TV e a Internet, e como suas mudanças e as tendências influenciam na nossa vida, no jornalismo e na forma de nos comunicarmos atualmente. E hoje estou aqui, com ele que é: Ex professor de telejornalismo na Unaerp, coordenador da pós-graduação em Marketing digital e Mídias digitais no Senac Ribeirão Preto, presidente da APP Ribeirão e colunista na CBN e Mundo Zumm. **PERGUNTAS:** -O senhor acredita que a instantaneidade no acesso à informação que a internet possibilita, a torne em uma competidora da televisão, que possui um ritmo diferente no consumo de conteúdo? Ou acha que elas podem complementar uma à outra? -Mesmo que a internet seja mais rápida para entregar uma notícia, existe o algoritmo, que personaliza o conteúdo que cada pessoa irá ver. Você acha que isso pode se tornar um sério problema, deixando os usuários mais ignorantes, se comparados aos que se informam através da televisão, que não necessariamente possui essa personalização para cada pessoa? -Conforme a evolução da tecnologia ao longo do tempo, muitas empresas televisivas tiveram que adotar novas estratégias para se adaptar à nova realidade que a internet traz. O senhor acha que a televisão ainda tem que sempre se inovar para correr atrás da

	internet ou também acha que a internet possui muitas influências e aprendizados da TV? -Isso seria um fator positivo ou negativo para o futuro? -Você acha que eventualmente a internet possa realmente substituir a TV? -Atualmente a cada dia surge uma nova rede social ou plataforma online, e o senhor explicou em reportagem para o R7 que as gerações mais novas, como a geração Z por exemplo, estão saindo das redes sociais e evitando-as por diversos motivos, como exposição, a noção dos malefícios à saúde mental e do algoritmo existente nas redes. O senhor acha que uma possível tendência no futuro seja esse crescimento desenfreado de criação de novas redes sociais diminuir e utilizarmos cada vez menos plataformas, obtendo informações e conteúdos por canais mais específicos e selecionados? -O senhor considera que a internet agregou o jornalismo, principalmente o telejornalismo? E assim terminamos a entrevista de hoje. Muito obrigado Eduardo por ter participado e muito obrigado a você que assistiu até aqui. Se gostou aproveita pra curtir o vídeo e se inscrever pra não perder as próximas entrevistas. Até mais, tchau tchau!

ENTREVISTA 4 – William Lopes

Áudio	Trilha Sonora: Just Dance-Patrick Patrikios-Biblioteca de áudio do YouTube https://www.youtube.com/watch?v=w9RdrA3t95o

Vídeo	-Início da chamada no Zoom -Conversa com o entrevistado -Começo da gravação Olá a todos! Eu sou o Marcelo Carvalho e esse é o “Desvendando TV e Internet”, canal onde eu converso com profissionais da comunicação sobre a migração e hibridização entre a TV e a Internet, e como suas mudanças e as tendências influenciam na nossa vida, no jornalismo e na forma de nos comunicarmos atualmente. E hoje estou aqui com ele, que é: Ex-repórter da TV Bandeirantes/Bandsports (20 anos na empresa), atualmente narrador da TV NSports (streaming) na DAZN, narrador no site Gol de Placa, repórter na Conmebol TV e comentarista na Rede Vida. **PERGUNTAS:** -Atualmente o público pesquisa e consome notícias sobre esporte mais na internet ou na televisão? Ou ambos? -Como a internet impacta no seu trabalho? O que mudou com a migração pra TV? -Quais estratégias que as empresas de televisão que o senhor trabalha e/ou trabalhou utilizaram para se adaptar à essa era tecnológica, para se aproximar e chamar mais a atenção do público da internet? -Por que o senhor acha que os streamings estão fazendo tanto sucesso atualmente? -O senhor acredita que atualmente todas as emissoras televisivas deveriam necessariamente migrar para o streaming para fazer mais sucesso e atrair mais público?

	-O senhor acha que a televisão acaba tendo que se adaptar muito à nova realidade que a internet traz, ou também acha que a internet possui muitas influências da TV? -O senhor considera que a internet agregou o telejornalismo? -Isso seria um fator positivo ou negativo para o futuro? -Você vê a internet mais como uma complementação ou competição da TV? (Como se complementam? Acha que realmente já funciona muito ou é algo ainda crescente?) E assim terminamos a entrevista de hoje. Muito obrigado William por ter participado e muito obrigado a você que assistiu até aqui. Se gostou aproveita pra curtir o vídeo e se inscrever pra não perder as próximas entrevistas. Até mais, tchau tchau!

1.7 CRONOGRAMA

FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO
Mudança de monografia para produto midiático	Pesquisa de referências bibliográficas e vídeos para o embasamento do produto	Pesquisa de conteúdo e embasamento para as entrevistas	Primeiro contato com os entrevistados, convidá-los para o projeto	Pesquisa de conteúdo e embasamento para as entrevistas Elaboração das perguntas e roteiros para as entrevistas Agendamento das	Elaboração das perguntas e roteiros para as entrevistas Agendamento das entrevistas Realizaç

				entrevistas	ão de algumas entrevistas
AGOSTO	**SETEMBRO**	**OUTUBRO**	**NOVEMBRO**	**DEZEMBRO**	
Realização das entrevistas Edição dos vídeos	Realização das entrevistas Edição dos vídeos	Edição dos vídeos Criação do canal no YouTube, com capa e foto de perfil	Relatórios Apresentação Conic	Defesa	

2 RELATO DE PRODUÇÃO

O fato de a produção desse projeto midiático ter ocorrido durante a pandemia, certamente fez com que cada etapa do processo fosse realizada de forma totalmente diferente do que seria em tempos menos atípicos.

Como no caso do canal no YouTube “Desvendando Tv e Internet” o conteúdo principal dependia totalmente das entrevistas realizadas com os jornalistas, todas tiveram que ser realizadas e gravadas através de videochamadas pelo Zoom, algo que de início causou certo receio em relação a problemas e dificuldades com a adaptação do uso da plataforma e condições técnicas, como por exemplo um bom equipamento para gravação, captação de som, iluminação e a edição desse material.

Porém, no final das contas o fato de tudo ser realizado de forma remota permitiu que eu pudesse entrevistar profissionais a quilômetros de distância em outras cidades, que compartilhando suas opiniões e experiências profissionais, puderam agregar e contribuir com meu TCC sem saírem de casa.

A pesquisa bibliográfica da obra “Tv Online” de Catherine Johnson, foi essencial para entender melhor sobre as diferentes formas que o público consome e interage com cada mídia, além disso, foi apenas a partir das reflexões que Catherine faz em seu livro que foi possível criar os roteiros das entrevistas com os profissionais da comunicação com mais base e fundamento, se tornando uma parte fundamental para o processo.

Já nas entrevistas, o primeiro entrevistado, Eduardo Soares, trouxe para o debate uma visão geral como produtor de conteúdo online, que utiliza diretamente as plataformas da internet para produzir e compartilhar conteúdo, fazendo também uma análise das gerações mais velhas até as mais novas que já nasceram utilizando todas as novas plataformas e redes sociais que existem atualmente, observando como cada geração utiliza e reage de formas diferentes às redes sociais.

O Fabiano Pereira colaborou com o “Desvendando Tv e Internet” trazendo uma reflexão sobre as diferenças do consumo, e, portanto, do poder de influência e atenção do público, da internet e da televisão nos diferentes lugares do Brasil, ressaltando que em lugares mais remotos, distantes das capitais e com difícil acesso à internet de qualidade, a tv ainda é muito mais acessada pela população do que a internet, portanto obtém muito mais capacidade de influenciar e informar o público.

Já a Lucieli Dornelles contribuiu com o canal trazendo sua visão a partir da vivência diária como apresentadora de telejornalismo, revelando uma opinião muito otimista em relação a possibilidade de adaptação dos profissionais diante das constantes e rápidas mudanças do mercado jornalístico.

O último entrevistado, William Lopes, agregou na conversa do canal com sua experiência em jornalismo esportivo, explicando melhor sobre as grandes diferenças de gastos econômicos que existem entre realizar uma transmissão de jogo na televisão aberta e fazer essa mesma transmissão através do streaming, por exemplo. Apesar disso, ainda relatou que acredita que a tradicional Tv aberta sempre poderá contar com um público fiel, mesmo que pequeno.

Praticamente todos os convidados foram muito disponíveis e abertos para a colaboração do projeto e agendamento das entrevistas, que foram gravadas contando com meu equipamento próprio para gravação (meu celular, um tripé, *ringlight* e *notebook*). A única parte mais demorada no contato com os entrevistados foi garantir que todos assinassem e enviassem o termo de autorização de imagem.

Todas as entrevistas discorreram de forma bem tranquila e fluida, no início havia o nervosismo de como seria a postura do convidado em relação às perguntas, mas conforme as entrevistas corriam, os convidados se mostravam muito interessados em conversar sobre o assunto além de serem muito abertos e disponíveis para contribuir com os novos profissionais que estão chegando no ramo.

Os exercícios que realizamos ao longo das aulas de telejornalismo com certeza contribuíram no momento das gravações, me trazendo maior conhecimento

em como realização a gravação, além de mais experiência e confiança na hora de gravar.

Já as aulas de *webdesign* por exemplo, me trouxeram melhor noção e conhecimento para a criação da logo do “Desvendando Tv e Internet”, além da capa do Youtube e imagem de perfil.

Em relação a edição do material, as aulas de telejornalismo também puderam agregar muito, pois nelas conhecemos aplicativos de edição de imagens e vídeos de forma mobile, como *Inshot* e *Capcut*, sendo o *Capcut* o programa que mais agregou e ajudou nas edições desse projeto midiático.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise realizada na indústria do jornalismo atualmente, levando em consideração a opinião pessoal tirada a partir da experiência profissional de cada um dos entrevistados, é possível perceber que, por mais que alguns ainda tentem negar, o poder da televisão vem se diminuindo diariamente em relação ao poder da internet, que cresce exponencialmente.

Essa mudança se mostra evidente devido aos níveis cada vez menores de audiência na TV aberta e as frequentes saídas de funcionários importantes que exigiam grandes salários das emissoras televisivas, em comparação ao crescimento desenfreado de usuários nas plataformas de streaming, na internet, e o aumento do consumo de notícias através dos portais online.

O objetivo de criar um canal no Youtube para não apenas conversar e refletir sobre este assunto, mas também fomentar, iniciar e compartilhar esse debate com mais pessoas, se demostrou efetivo e um sucesso, considerando que até o mês de dezembro de 2021 o canal “Desvendando Tv e Internet” conta com os seguintes resultados: 104 inscritos, tempo de exibição de 11,2 horas, 641 impressões, 172 curtidas e 424 visualizações no total. Dados que tendem a aumentar conforme o canal também for sendo utilizado como fonte e ponto de partida para outros trabalhos, pesquisas e reflexões, pois ele permanecerá online.

Ainda não é possível definir com total certeza como será no futuro a situação após a total migração e hibridização das mídias, porém esse é um cenário extremamente importante para todos os indivíduos, pois a disponibilidade de

informações ilimitadas e de acesso instantâneo por todos, torna os profissionais da comunicação cada vez mais necessários e especializados para garantir veracidade e qualidade nessa gama de conteúdo presente nas mídias que, tanto profissionalmente quanto pessoalmente, influenciam na vida de todos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CANNITO, Newton Guimarães. A TV 1.5-a televisão na era digital. 2009. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-21102010-103237/en.php - Acesso em 04/12/2020.

COUTINHO, Mariana. Saiba mais sobre streaming, a tecnologia que se popularizou na web 2.0. TECHTUDO, 2013. Disponível em: www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html - Acesso em 10/04/2021

FAMOSOS e anônimos vão ganhar o mesmo cachê para participar do Big Brother Brasil 21. Estrelando, 2020. Disponível em: www.estrelando.com.br/nota/2020/11/21/famosos-e-anonimos-vao-ganhar-o-mesmo-cache-para-participar-do-big-brother-brasil-21-afirma-colunista-253049/foto-1 -Acesso em 10/04/2021

JOHNSON, Catherine. Online TV. Routledge, 2019. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=hziDDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=online+tv+johnson&ots=4j6O7GeEGn&sig=zR_kRpIQsPhEXU8htyS5ZLNfIWc#v=onepage&q=online%20tv%20johnson&f=false - Acesso em 04/12/2020.

PORTO Editora – hibridez na Infopédia [em linha]. Porto: Porto Editora. [consult. 2021-06-13 06:31:09]. Disponível em https://www.infopedia.pt/$hibridez Acesso em 13/06/2021.

SANTOS, Maira Garcia. A migração das mídias tradicionais para a internet. 2007. Centro Universitário de Brasília. Disponível em: https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/123456789/1884 - Acesso em 04/12/2020.

SIGNIFICADOS. Significado de Migração. 2019. Disponível em: https://www.significados.com.br/migracao/ Acesso em: 13/06/2021.

APÊNDICES:

Decupagens:

– Entrevista Eduardo Soares:

M: Olá a todos! Eu sou o Marcelo Carvalho e esse é o “Desvendando TV e Internet”, canal onde eu converso com profissionais da comunicação sobre a migração e hibridização entre a TV e a Internet, e como suas mudanças e as tendências influenciam na nossa vida, no jornalismo e na forma de nos comunicarmos atualmente.

E hoje estou aqui com ele, que é: Ex professor de telejornalismo na Unaerp, coordenador da pós-graduação em Marketing digital e Mídias digitais no Senac Ribeirão Preto, presidente da APP Ribeirão e colunista na CBN e Mundo Zumm.

Eduardo Soares, seja bem-vindo!

E: Obrigado Marcelo pelo convite para a gente bater esse papo, prazer a gente conversar sobre algo que tá aí no dia a dia né, que é exatamente esse mundo digital invadindo nosso dia a dia.

M: Exatamente, e assim a internet torna tudo muito rápido. O senhor acredita que a instantaneidade no acesso à informação que a internet possibilita, a torne em uma competidora da televisão, que possui um ritmo diferente no consumo de conteúdo? Ou acha que elas podem complementar uma à outra?

E: Então Marcelo, a tv sempre foi linear né, então quando eu quero assistir algo eu preciso me programar naquele horário, naquela data, naquele momento para estar assistindo aquele tipo de conteúdo. O máximo que eu consigo fazer escolha no momento de assistir à televisão convencional é através do controle remoto né, que de certa forma deu esse tipo de poder aos telespectadores, dizendo “Você pode escolher aí primariamente 5 canais”, lá na década de 60.

Depois chegaram os recursos da Tv aberta que ampliaram ainda mais possibilidade de canais né, mas ainda assim era apenas um modelo né que é o linear, ou eu assisto naquele momento que tá passando as sextas-feiras às 9 horas da noite ou

eu não assisto mais. Já o digital traz uma outra possibilidade de TV que é o streaming, que a gente chamava de tv on demand né que a comunicação por demanda. Então eu posso assistir este determinado conteúdo neste momento, eu quero maratonar uma série, eu quero assistir todos os capítulos da novela neste fim de semana, eu quero pegar o jornais da semana os telejornais e quero assistir só os trechos que me interessa desses jornais, neste momento então o digital ele vem dar uma autonomia maior a esse conteúdo que já é gerado por algum estúdio de conteúdo “content studio”, mas que vão gerar um conteúdo onde por demanda você entra e faz seu caminho do conhecimento, gerando autonomia maior para o usuário.

A tv e a internet, desde que ela surgiu lá nos anos 2000, gerou-se essa concorrência, pois existem formas da gente comungar aí dessas mídias de uma forma hein imaginava né, você pega por exemplo o cinema quando ele nasce né e todo mundo falou que o cinema legal bacana e vem a televisão e fala que o cinema vai acabar mas não acaba mas sim aprende-se como usar o conteúdo do cinema dentro da televisão e agora entendi como usar o contato do cinema dentro da internet e assim o rádio o rádio por exemplo que ganha muito para internet porque ele ganhou um princípio que ele havia interatividade né com os ouvintes, que eu ligava lá no programa de rádio falava ao vivo por telefone, ele ganhou outros meios de interação né, como a transmissão através das redes sociais, o rádio no carro para quem tá dirigindo e fazendo várias coisas tempo e etc. Então você ganha muito com a internet assim como a TV também ganhou muito com a internet né, haja a vista a gente vê esse movimento não só antigamente a internet indo para televisão de alguma maneira, muito minimamente, e a televisão tentando caminhar para internet e hoje a gente vê muito mais o quanto que a TV está invadindo mais a internet com seus produtos e o quanto a internet está invadindo a televisão convencional com os seus produtos com os seus conteúdos. Então existe um processo que eu faloque é o ganha-ganha, então se eu souber utilizar o poder da internet a favor da televisão e saber usar o poder da televisão a favor da internet, a gente vai ter esse processo de de comunicação multiplataforma, ou 360 como a gente ama bastante também, de uma forma muito poderosa né enquanto meio de comunicação, onde a gente a gente coloca na mão do usuário esse poder de decisão. Na hora que eu quero assistir inédito naquele horário uma programação da televisão, eu sei onde eu vou assistir, pois quero assistir primeiro que todo mundo

né, olha sem querer ter o meu momento para assistir eu vou assistir isso na internet né se eu tenho algo na internet que é tão grandioso e merece ir para televisão aberta para alcançar um maior número de pessoas possíveis ao mesmo tempo, que bom que a TV por abrir esse espaço para que esse conteúdo da internet vá para televisão e participe de discussões. Então com certeza não é uma conversão mais, mas sim uma comunhão de mídias que se a gente souber usar o poder de cada uma a gente vai ter o maior poder nas mãos, com bastante conteúdo.

M: Eu ia te perguntar sobre isso também, a gente vê uma mídia tendo que se adaptar a outra. Você acha que está mais em comunhão mesmo?

E: É que é o que deveria ser. Quando você olha por exemplo grandes canais de televisão né tanto a cabo quanto TV aberta né, caminhando de uma forma muito forte direcionado para internet e criando seus próprios canais de streaming em união com outros canais de streaming existentes, vamos dar nome aos bois aí né você vai assinar uma globoplay ela deu um jeito de canalizar o Disney Plus junto de um combo para você assinar, então eu pego uma das maiores emissoras de TV tradicionais que existem no Brasil que está entendendo que o consumidor quer consumi-la na internet e não só no canal de televisão tradicional e uno isso com um canal que agora que é que tem um poder gigantesco, quando eu junto esses dois exatamente o que existe é um interesse maior em unir plataformas. Então deixa de ser uma concorrência e passa a ser exatamente uma união de forças, quando um canal de televisão grande leva um grande influenciador do meio digital para ser protagonista no horário nobre na televisão, é porque a audiência da internet se mistura com a audiência da televisão.

M: Exatamente, vira algo coletivo você poder interagir comentando com as pessoas né.

E: Sim, essa questão de poder comentar com alguém faz todo o diferencial, antigamente éramos consumidores passivos né, as pessoas não tinham vozes e a internet veio trazer essa voz, assim vemos o quanto os realities cresceram também unindo a participação da internet na televisão. Então essa roda precisa girar e o segredo é exatamente unir esses mundos.

M: Mesmo que a internet seja mais rápida para entregar uma notícia, existe o algoritmo, que personaliza o conteúdo que cada pessoa irá ver. Você acha que isso pode se tornar um sério problema, deixando os usuários mais ignorantes, se comparados aos que se informam através da televisão, que não necessariamente possui essa personalização para cada pessoa?

E: Quando falamos em algoritmo parece que ele é um vilão, mas na situação que a gente chega hoje quem alimenta esse algoritmo é a gente mesmo, nós mostramos que gostamos só de uma coisa. Se eu estou na Netflix e assisto só filmes de zumbis ela vai entender que gosto só desse tipo de filme, o mesmo vai acontecer com as notícias, se eu só ler um tipo de conteúdo o algoritmo vai me entregar só isso, então vai acontecer o caso de eu ficar na superficialidade e nessa bolha que foi feita do meu comportamento.

Então é preciso tomar muito cuidado ao culpar a internet pela ignorância pois ela é o mesmo lugar que nos deu voz. A gente tem que pesar isso, pois a educação é o caminho pra isso, então a gente tem que ensinar as pessoas a usarem melhor as redes sociais para serem protagonistas e poderem criar seu próprio caminho de conteúdo e entenderem melhor as informações.

M: Então pra você a internet agregou bastante o jornalismo?

E: Esse que tem opinião sim e que valorizou esse tipo de profissional que consegue apurar a informação e falar com as pessoas. Pois a apuração, a verdade e a opinião criaram um poder muito maior e que será cobrado cada vez mais dos jornalistas, mas ainda é um processo, é preciso que todos compreendam isso.

M: Atualmente a cada dia surge uma nova rede social ou plataforma online, e o senhor explicou em reportagem para o R7 que as gerações mais novas, como a geração Z por exemplo, estão saindo das redes sociais e evitando-as por diversos motivos, como exposição, a noção dos malefícios à saúde mental e do algoritmo existente nas redes. O senhor acha que uma possível tendência no futuro seja esse crescimento desenfreado de criação de novas redes sociais diminuir e utilizarmos cada vez menos plataformas, obtendo informações e conteúdos por canais mais específicos e selecionados?

E: A gente vai ter cada vez mais informação e conteúdo produzido, essa geração que vai emergindo tem essa turma mais nova que critica a geração mais antiga pelo uso do digital e a gente já começa a vir essa mudança no panorama digital pois já foge das redes sociais pois não quer aparecer e não quer vigilância pela rede social, e a gente ainda acha legal aparecer, talvez não vai ser assim mais pra frente, a cada ano evoluímos e retrocedemos um pouco, mas precisamos tomar cuidado e não deixar as coisas evoluírem pro mal nem só pro bem e cada vez mais será necessário o nosso posicionamento diante desse emaranhado de informações.

M: E assim terminamos a entrevista de hoje. Muito obrigado Eduardo por ter participado e muito obrigado a você que assistiu até aqui. Se gostou aproveita pra curtir o vídeo e se inscrever pra não perder as próximas entrevistas.

Até mais, tchau tchau!

– Entrevista Fabiano Pereira:

M: Olá a todos! Eu sou o Marcelo Carvalho e esse é o “Desvendando TV e Internet”, canal onde eu converso com profissionais da comunicação sobre a migração e hibridização entre a TV e a Internet, e como suas mudanças e as tendências influenciam na nossa vida, no jornalismo e na forma de nos comunicarmos atualmente.

E hoje estou aqui com ele, que é: Jornalista e produtor na TV USP de Piracicaba, foi docente e coordenador de programas de pós-graduação em comunicação e mídias digitais da Unimep e Centro Universitário Senac SP. Atualmente é presidente da ABTU - Associação Brasileira de Televisão Universitária.

Seja bem-vindo Fabiano Pereira!

F: Marcelo eu que agradeço o convite, obrigado por poder participar e trocar um pouco de ideia e falar das experiências que a gente tem vivenciado no setor.

M: Eu queria começar nossa conversa perguntando o que o senhor acha que mudou a forma de trabalhar do jornalista atualmente? O que mudou? De forma geral e especificamente no seu trabalho.

F: Legal, acho que é uma ótima pergunta pra começarmos, na verdade pra quem pegou as diversas fases da evolução da atividade do jornalista, como no meu caso, a maior ruptura que percebemos da necessidade nesse novo tempo foi o jornalista abarcar habilidades que até então eram de outros profissionais que trabalhavam com a gente. O jornalista se preocupava em preparar pauta e agendamento de fontes, mas não se preocupava em questão de tratamento de imagem, edição e etc. E isso mudou drasticamente na realidade, em que o profissional jornalista acaba fazendo um monte de coisas, sendo captação de som, imagem, edição e etc., é uma nova forma de trabalhar que exige bastante adaptação e boa vontade dentro da nova realidade do exercício da profissão.

M: Como os lugares em que o senhor trabalha vem se adaptando à essa era tecnológica, para se aproximar mais do público da internet e atraí-los para consumir notícias também na TV e não apenas na internet?

F: Muito legal também, inicialmente quando se começou a vislumbrar a exploração da internet como uma nova plataforma de notícias, o pessoal da área de tv batia muito na tecla do uso das plataformas digitais que já sinalizavam uma expansão grande, falava-se muito de segunda tela, sendo o smartphone, tentava-se acrescentar algum tipo de interação com o usuário/espectador. O que vimos na última década foi uma grande inversão, em que o que achamos que seria a segunda tela acabou se tornando a primeira e a televisão que dominava viu crescer de forma estrondosa a segunda opção se tornar a primeira opção em algumas regiões do país, em algumas mais do que em outras.

E isso faz toda a diferença no trabalho do jornalista, pois hoje o que vai pro jornal já é de amplo conhecimento do público porque chegou primeiro às vezes nem por canais oficiais de notícias, mas através de grupos de *WhatsApp* por exemplo. Então isso obrigou uma reformulação da postura do telejornalista, trazendo muito mais a questão do aprofundamento e opinião da notícia do que informar primeiro, justamente pra não perder a relevância.

M: Como se daria essa migração?

F: É importante comentarmos que essa adaptação não é uma exclusividade da tv, a gente vê isso inclusive em rádios e jornal impresso, em via de regra o que antes eram veículos isolados acabaram quase que unanimemente se tornando agências de notícias, com outras fontes de informação que pela própria natureza já nasceram como plataforma de notícia multiplataforma, porque se permanecesse no modelo antigo, a relevância teria se perdido de uma forma muito mais rápida e agressiva.

É importante também lembrar que nossa realidade no Sudeste é uma, nem todo o Brasil tem facilidade de acesso ao conteúdo digital como nós temos, então por conta disso a televisão continua sendo muito relevante porque ainda é o veículo com maior abrangência nesse país com dimensões continentais, mas é claro que a medida que a rede vai se aumentando a tv vai precisando se reinventar em todo o País para continuar justificando sua existência.

M: Realmente o nosso acesso à internet aqui é muito diferente do resto do País. E como você vê que será essa situação no futuro?

F: Eu acredito numa complementação para o futuro, porque a internet depende de vários fatores, ninguém recebe internet de graça, mas a tv a pessoa com uma antena consegue receber o sinal da tv aberta. A grande vantagem da TV brasileira ainda é o fato de ser uma mídia acessível em condições econômicas, tendo o mínimo acesso a uma antena e a televisão ela tem acesso à informação, mas essa complementação vai se intensificar cada vez mais. Eu acredito nessa complementaridade que vai gerando adaptações de lado a lado.

M: O senhor acha que existem aspectos da internet que ela aprendeu com a televisão e o rádio, não sendo apenas uma via de mão única, mas sim dupla?

F: Com certeza, tanto é que a linguagem audiovisual presente hoje no YouTube é predominantemente uma linguagem audiovisual incorporada a partir da televisão, cinema e rádio. Por exemplo, percebe-se que boa parte da linguagem dos podcasts que fazem tanto sucesso hoje em dia, reproduzem o que é feito no rádio, claro que com suas diferenças, mas se reproduz a linguagem do rádio.

O pessoal tenta inventar, mas via de regra a linguagem está presente e mesmo de forma inconsciente, acaba imitando e reproduzindo aquela mesma linguagem.

M: Exatamente, o pessoal tenta inventar e fazer coisas novas, mas não tem como fugir, a base, enquadramento, forma de roteiro, veio da televisão, não surgiram do nada na internet. Então é interessante ver como uma plataforma influencia a outra, tanto as mídias tradicionais quanto as mídias modernas. Eu queria entender melhor agora e como será no futuro e pra mim ouvir profissionais como você é o caminho certo. Acho que estamos indo no caminho certo, vamos ver.

F: Eu também acredito nisso!

M: E assim terminamos a entrevista de hoje. Muito obrigado por ter participado e muito obrigado a você que assistiu até aqui. Se gostou aproveita pra curtir o vídeo e se inscrever pra não perder as próximas entrevistas.

Até mais, tchau tchau!

F: Tchau, um abraço.

– Entrevista Lucieli Dornelles:

M: Olá a todos! Eu sou o Marcelo Carvalho e esse é o “Desvendando TV e Internet”, canal onde eu converso com profissionais da comunicação sobre a migração e hibridização entre a TV e a Internet, e como suas mudanças e as tendências influenciam na nossa vida, no jornalismo e na forma de nos comunicarmos atualmente.

E hoje estou aqui com essa profissional que não tem como você pensar em telejornalismo sem pensar nela, que é Jornalista, editora de texto e apresentadora do Jornal da EPTV/Filial da Rede Globo SP, Lucieli Dornelles, seja muito bem-vinda!

L: Obrigada Marcelo é um prazer enorme estar aqui com você e ainda mais pra falar sobre esse tema que me fascina tanto, como passei aí por vários momentos do telejornalismo que vem mudando cada vez mais rápido, mas com certeza deixa o jornalismo mais dinâmico e mais interessante.

M: Eu vou começar nossa conversa contextualizando uma pesquisa feita pela comunicadora Maíra Garcia Santos, na qual ela aponta que antes as pessoas se reuniam na sala para assistirem televisão, e comentavam sobre os programas.

Hoje, com a TV na web, as pessoas assistem sozinhas, mas estão trocando informações, opiniões sobre determinados programas, através de fóruns e das redes sociais. No início, a televisão tinha um sentido coletivo, entretanto, com a interatividade, ela modificou-se. (SANTOS, 2007, p. 28).

Baseado nisso, você acha que a rapidez e instantaneidade no acesso à informação que a internet possibilita, a torne em um tipo de competidora da televisão, que possui um ritmo diferente no consumo de conteúdo? Ou acha que elas podem complementar uma à outra?

L: Eu acho que o final dessa história, se vai ser competidora ou aliada, vai depender de como a gente vai enxergar essa mudança e o que a gente tem feito a partir disso. Antigamente assistir Jornal Nacional era um evento, as pessoas chegavam mais cedo em casa pra sentar na frente da televisão e ver o que tinha acontecido naquele dia, hoje a gente percebe uma queda na audiência desse jornalismo em rede, justamente porque na palma da sua mão você tem a notícia o dia inteiro desde a hora em que você acorda. Então é um desafio pro telejornalismo trazer o que ele pode trazer e oferecer a mais para as pessoas que já sabem o que aconteceu naquele dia ainda tenha vontade de assistir o jornalismo em rede, e isso depende de bons personagens, de um foco diferente e de alguma coisa que a superficialidade da internet trouxe porque a gente sabe que ao mesmo tempo em que entendemos o que tá acontecendo no mundo, temos ideias rasas sobre tudo, porque poucas são as pessoas que clima numa matéria muitas vezes se contentam com post no Instagram com título e foto e não se aprofundam.

A gente percebe por exemplo que muitas vezes que o Fantástico traz uma abordagem diferente do que a gente já ouviu falar a semana inteira né. Então não entendo como uma competidora, pode ser, mas acho que a gente tem muito o que fazer pra se aliar a isso. Pois se de um lado o jornalismo em rede tá perdendo a audiência, o nosso jornalismo regional está aumentando a audiência, porque a gente

trouxe a internet pra dentro dele, então veja como a gente pode usar a internet como uma grande aliada.

A internet ajuda a ter mais participação e mais interatividade. Então a tv ainda atua com uma credibilidade que a internet muitas vezes não traz né.

M: Então foi essa a estratégia que vocês usaram, criar quadros na tv que precisam da internet para acontecerem. Vocês sentiram uma grande diferença no crescimento do público?

L: Exatamente, sim, temos um dado muito recente de audiência inclusive num comparativo desse ano com 2020 e 20219. E o jornal do meio dia foi o que mais cresceu, isso é uma tendência no brasil em relação a jornal regional, as pessoas querem mais esse tipo de conteúdo e se verem na televisão, pois assim elas se sentem criadoras de conteúdo e de fato são, desde o jornalismo comunitário até coisas mais simples como receitas por exemplo, passando por denúncias também, são coisas que fizeram grande diferença. É como se o público da tv fosse pra internet e o da internet fosse pra tv, justamente por conta das nossas redes sociais.

É muito diferente fazer jornalismo assim, mas é tão gratificante, eu me sinto tão feliz em dar pra população ainda mais voz, embora eu ainda esteja ali representando os milhões de moradores que nos assistem, mas é muito diferente saber que eles têm voz ativa.

M: Exatamente, acho que uma das grandes vantagens da internet é dar essa voz ao povo que antes só assistia a televisão e era um consumo meio passivo. E eu também queria saber sua opinião, quanto mais um usuário pesquisa sobre determinado assunto, entretenimento por exemplo, mais os algoritmos da internet sugerem esses tipos de conteúdo e de notícias, podendo facilmente evitar outros tipos de assuntos e editoriais, criando uma espécie de bolha social. Muitos portais personalizam a página de entrada do site de acordo com as preferências do usuário, porém ao assistir um jornal completo na televisão, o público consome notícias de várias editorias diferentes. Você considera que essa personalização de notícias na web pode deixar os usuários mais ignorantes, se comparados aos que se informam através da televisão?

L: Olha, mas eu não duvido que em breve vai ser assim na tv também, você percebe que está mudando muito? Qual vai ser em breve o formato do jornalismo daqui a 5 anos? Ou menos porque muda muito rápido. Então lógico que hoje em dia você liga a tv e pra chegar no fim você tem que assistir o jornal inteiro, mas você já sabe que depois você pode entrar no globoplay pra ver também, certo, então será que no futuro o jornalismo também não vai ser algo tipo canal de streaming, em que as coisas podem ser pausadas, nem tudo está ao vivo e você pode assistir em outro horário? Eu acho que aqui no Brasil está se encaminhando pra isso, mas ao mesmo tempo eu não vejo perigo, você pode até pensar que sou muito otimista e sou mesmo.

Eu não acho que o jornalismo vai acabar, esse que a gente conhece sim, pois ele acaba e se recicla o tempo todo, pois temos que nadar junto da maré e não ir contra ela. Mas entendo o que você quis dizer em relação a internet, acho muito rico assistir a um jornal em que o cardápio é tão variado e que de repente você vai se interessa por uma notícia que não era o seu foco. E isso talvez não aconteça na internet por causa dos algoritmos, como você estava falando.

É muito bom saber que a pessoa ligou a tv pra ver de repente sobre o frio, mas aí na hora do cardápio na nossa jornada a pessoa já ficou sabendo de uma tentativa de assalto em Ribeirão por exemplo, isso é muito diferente e talvez não aconteça quando o algoritmo te leva só para o que você gosta.

Mas eu não sei, talvez no futuro também seja assim pela nossa instantaneidade, pela rapidez do mundo a gente não tem muito tempo a perder, essa geração de agora é uma geração com menos paciência, então talvez seja assim na televisão também. Seja como for eu acho que vai dar tudo certo, a gente vai ter sempre o nosso papel, independentemente do caos informacional que existe nas redes sociais, sempre o papel do jornalista vai ser trazer algo que as pessoas que compartilham adoidados não vão fazer, que é se debruçar sobre aquela notícia e ouvir todos os lados, isso é o que o jornalista vai fazer.

M: Realmente você tem uma opinião muito otimista, muitos profissionais comentam ser ou uma coisa ou outra.

L: Não, pra mim, vão se fundir!

M: Então pra você a internet agrega, principalmente o telejornalismo né.

L: Sim! Lógico, é tudo muito simultâneo, mas ao mesmo tempo é um pouco raso às vezes. Mas eu acho que nosso papel como jornalistas é sempre ir atrás do conteúdo com consistência, sempre ter essa base de o que estou falando e pra quem estou falando.

Eu enxergo que nossa profissão tem espaço não só na televisão, mas também no rádio por exemplo, então eu realmente tenho uma visão boa, mas não utópica, acho que tudo que é possível já está se mostrando. Como as coisas mudam de forma muito rápido, é difícil eu tentar prever algo. Mas acho que seja o que for, a gente pode tentar usar ao nosso favor sim, em favor da nossa profissão.

Eu quero ter sempre essa visão, não quero ser aquele tipo de pessoa que fica “Ah porque no meu tempo, antigamente…”, teve muita coisa boa no passado? Teve! Sou muito grata por isso? Sim! Mas eu também fico muito feliz sem perceber que ao mesmo tempo eu to conseguindo mudar junto, então mudar a linguagem, que a linguagem do jornalismo de hoje já é diferente do jornalismo raiz, e eu acho que também ajuda a trazer o povo mais novo, que talvez não fosse ter paciência para ver um jornalismo robotizado como era antes aquela coisa que emposta a voz, e falava palavras difíceis, não podia rir, não podia brincar, não podia usar colorido né as mulheres cabelo curtinho, aquele padrão do jornalismo muito formal mesmo né.

Então hoje a gente conversa, a gente tem uma naturalidade que tem tudo a ver com esse mundo de internet também e por isso eu falei das redes sociais, porque nas redes sociais a pessoa também tem uma possibilidade de conhecer quem nós somos e a gente não tem mais aquela mágica da televisão, não, hoje todo pode ver bastidores, mostra o ponto eletrônico, mostra o teleprompter, as pessoas gostam também e é algo que antes era muito velado.

Então eu mesma faço muita questão de alimentar minhas redes sociais com conteúdo, bastidores e de forma geral com informações que possam agregar.

Então eu acho muitas vezes a pessoa até me encontra na internet acontece o contrário e às vezes a pessoa vai me procurar na televisão que não é da região e me fala “Só fui ver você aqui do Nordeste, do sul de minas” eu falo gente legal né

que a pessoa que pegou até a figura pública por meio da minha pessoa física e não jurídica.

M: Realmente, tem um alcance muito maior, você usa pra agregar uma à outra, em vez de ficar se segurando a uma ou outra como acontece com o pessoal da televisão principalmente mais tradicional.

L: Isso, é exatamente. Claro que assim a gente tem um manual da EPTV, que é o manual da rede Globo das redes sociais. E fora saber as regras, existe um bom senso também, tem muitas coisas que eu sei que não cabe porque o público não vai saber separar que eu sou a jornalista que está ali todos os dias passando a notícia e tal, então tem um discernimento claro, mas mais do que tudo tem uma vontade de me aproximar das pessoas. É por isso que eu faço tanta questão de ser acessível, eu quero que a pessoa me veja na rua e venha sim falar comigo, não é por acaso que tenho essa profissão e se eu tenho eu vou tentar agregar de todas as formas, e aí eu vou tentar usar todos os meios que eu tiver pra isso.

M: E assim terminamos a entrevista de hoje. Muito obrigado Lucieli por ter participado e muito obrigado a você que assistiu até aqui. Se gostou aproveita pra curtir o vídeo e se inscrever pra não perder as próximas entrevistas.

Até mais, tchau tchau!

L: Ah que legal, foi uma delícia! De nada.

– Entrevista William Lopes:

M: Olá a todos! Eu sou o Marcelo Carvalho e esse é o “Desvendando TV e Internet”, canal onde eu converso com profissionais da comunicação sobre a migração e hibridização entre a TV e a Internet, e como suas mudanças e as tendências influenciam na nossa vida, no jornalismo e na forma de nos comunicarmos atualmente.

E hoje estou aqui com ele, que é: Ex-repórter da TV Bandeirantes/Bandsports (20 anos na empresa), atualmente narrador da TV NSports (streaming) na DAZN,

narrador no site Gol de Placa, repórter na Conmebol TV e comentarista na Rede Vida. Seja muito bem-vindo William Lopes!

W: Oi Marcelo, tudo bem? Um abraço pra vocês, fico muito feliz de estar aqui participando e ao mesmo tempo colaborando com vocês de assuntos importantes que estão no nosso dia a dia. Uma alegria muito grande estar aqui com você.

M: Eu que agradeço por ter topado e se disponibilizado para participar do nosso trabalho, com certeza está agregando muito a gente.

William você é mais do jornalismo esportivo, então queria perguntar se atualmente o público pesquisa e consome notícias sobre esporte mais na internet ou na televisão? Ou ambos?

E: Marcelo eu não fujo ainda daquele público fiel que está esperando a televisão. É claro que você tem o seus programas na televisão, esportivos com seus debates, que muito torcedor gosta e espera pra acompanhar e espera as informações, mas tem muito torcedor que já não suporta tantos debates assim. Enfim, tem esse público cativo da televisão, mas claro que essas informações que vem da internet mudaram a história aí de todos os segmentos, incluindo o esporte porque você recebe a notícia de forma muito rápida e a internet com certeza mexeu com esse cenário, mudando tudo de um tempo pra cá, até porque lá atrás não existia nada disso.

A gente fala de instantânea notícia o rádio, depois veio a tv com seus programas ao vivo mas também diferente, quando chegou a internet as coisas mudaram muito porque a rapidez da internet acaba informando as pessoas com toda agilidade do mundo e, muitas vezes, a televisão acaba tendo que correr atrás das informações baseadas na internet também.

M: Exatamente, então você acha que a internet conquista um público maior nesse quesito?

W: Claro, eu acho que sim, porque você tem um público fiel da televisão, mas por outro lado você tem também essa rotatividade de pessoas na internet que estão conectadas o tempo todo. A conexão é instantânea, você tem aí o maior número de pessoas conectadas e que tem o maior número de informações instantaneamente.

M: Agora individualmente como profissional, como foi pra você como profissional passar por toda essa migração e adaptação?

W: Claro que com o passar do tempo você vai tendo que se reinventar e se adequar às exigências da atualidade, eu vi toda a situação vivida no rádio, na televisão e também essa situação da internet, que mexeu com todo mundo, com todos os segmentos, mas de qualquer maneira você precisa se adequar a todas as situações e eu tive acompanhado essa transição, tudo o que eu vivi lá atrás e tudo que estou vivendo atualmente, e sei que vai mudar com o passar do tempo porque as coisas estão em uma velocidade muito grande e claro que as pessoas precisam estar conectadas na atualidade.

M: Sim, com certeza! E agora como nas empresas em que o senhor trabalha, quais estratégias utilizaram para se adaptar à essa era tecnológica, para se aproximar e chamar mais a atenção do público da internet?

W: Você citou bem Marcelo, uma alternativa é essa. Eu cito uma outra, a gente tá vendo aí programas de televisão que quando vão contratar certas pessoas pro programa, traz normalmente pessoas das redes sociais que tem muitos seguidores daí você tem uma audiência garantida aí pra televisão, é uma outra situação diferente do que a gente está acostumado nos dias de hoje.

M: A gente tava falando antes da gravação, que o streaming faz parte da nova tendência e a internet trouxe a tv pra internet. E queria saber sua opinião, por que o senhor acha que os streamings estão fazendo tanto sucesso atualmente?

W: Exatamente por esse crescimento da internet, na parte esportiva mesmo muitas empresas esportivas aderiram essa moda atual do streaming, até porque gasta-se muito menos utilizando a internet para você fazer suas transmissões, tem isso.

Então, no esporte por exemplo, você fazer uma transmissão normal utilizando todas as ferramentas de uma emissora normal de televisão e fazer uma transmissão pelo streaming é totalmente diferente, o gasto é diferente, se gasta menos isso também conta então é mais um detalhe que faz diferença.

Hoje vemos muitas empresas indo pra esse lado, você não precisa nem de repente estar no estádio, mesmo passando a pandemia você pode ter seus profissionais

transmitindo dentro de uma cabine de transmissão dentro da própria emissora, daí você tem todos esses trabalhos via internet, com gasto menor e equipe menor, então tudo isso pesa também quando se fala em economia, hoje as emissoras estão buscando essa economia.

Outro detalhe pra vocês é o que aconteceu com a Rede Tv utilizando o nosso trabalho no DAZN, ao invés da Rede Tv comprar os direitos de transmissão de um campeonato, ela contratou a equipe da DAZN, ou seja, todo o trabalho de transmissão foi feito pela emissora DAZN, que só colocou o jogo no ar para a Rede Tv. Então olha a parceria que foi feita, todo o trabalho de equipamento, profissionais equipe técnica, tudo isso quem produziu foi DAZN, equipe streaming, empresa, daí você coloca um jogo transmitido pela DAZN na Rede Tv, então ela não teve que se preocupar com equipe e parte técnica , ela só colocou o jogo no ar, como se estivesse só cedendo o espaço, o horário, mas a parte toda da transmissão foi feita por outra emissora. É um exemplo que a gente tá vendo e pode virar uma coisa comum aí na frente.

M: Então pelo jeito o aconselhável seria as emissoras de tv partirem tudo para o streaming como já vem acontecendo né. Eu estava comentando que tem alguns profissionais que negam essa realidade, você acha que de repente não aderir ao streaming seja um “tiro no pé”?

W: Eu diria até que muitas situações estão indo por esse lado, mas também acho que algumas emissoras podem insistir no tradicional e velho método, acho até que a gente vai ter um pouco de tudo. Claro a internet, cresceu muito, mas a gente vai ter ainda as situações iguais na televisão, muita coisa mudando, já citamos várias aqui, mas se você me perguntar se todas vão pra esse caminho eu acho que não, acredito que não, acho que vai ter ainda alguma situação que vai continuar igualzinha em termos de televisão. E claro, mesmo tendo esse crescimento absurdo da internet, mas vai ter as duas situações. Repito, a maior situação vai ser claro, streaming.

M: Entendi, você vê mais como as duas situações podendo coexistir ao mesmo tempo?

W: Sim.

M: Você acha que de repente pode ter essa possibilidade de, no futuro, as duas coisas complementarem umas às outras de uma forma melhor, como tentam fazer atualmente?

W: Pode, a gente tá vendo tanta mudança no dia a dia que isso pode acontecer, não há dúvida. Eu comecei a trabalhar em televisão em 1994, desde o princípio da previsão que você tinha, você saia para fazer uma reportagem por exemplo com 5 ou 6 profissionais, era desde a pessoa a pessoa dirigindo o carro aí você tinha um cinegrafista, você tinha você o repórter obviamente, mas aí você tinha o assistente, iluminador, operador de áudio tudo isso fazia parte da equipe.

Daí depois disso as coisas mudaram então hoje as câmeras têm iluminação própria, capta o áudio normal, então a equipe hoje, em muitas situações, a equipe são apenas duas pessoas e é verdade. São duas pessoas, cinegrafista e repórter, sendo que esse cinegrafista também dirige o carro e cuida de toda a parte técnica, a iluminação que vai na câmera, o áudio, tudo isso é com ele.

Então de 6 pessoas nós temos 2 hoje. Aí a gente vai vendo a evolução dos casos, daí aparece a internet para a televisão, daí as coisas mudam muito também e as coisas tendem a ir melhorando e mudando e a gente vai se adaptando e se entrosando com todas as situações normais do dia a dia.

M: Então vão se complementando cada vez mais, você acha que dá pra chegar, seguindo o rumo que está, nessa complementação de repente?

W: Complementação, exatamente.

M: Entendi, bom e assim terminamos a entrevista de hoje. Muito obrigado William por ter participado e muito obrigado ao pessoal do YouTube que veio aqui assistir a gente, assistiu as outras entrevistas e assistiu até aqui. Muito obrigado a todos!

W: Marcelo, eu também quero agradecer pelo carinho e desejar muita sorte pra você e muito sucesso.

Mas eu só queria encerrar, que também faz parte do contexto, uma situação que está acontecendo muito e está muito chata, que hoje todo mundo acha que ter uma rede social ela tem direito a falar tudo, se expressar de todas as maneiras e dar suas

opiniões, a gente respeita e ok, mas o que não deve acontecer é uma informação falsa. Então nós jornalistas estudamos todos os critérios de uma informação, até você checar se uma informação é verídica ou não, pra você poder passar credibilidade, então quando eu dou uma notícia eu sei que estou dando uma notícia correta e tento passar credibilidade.

Agora o sujeito tem uma rede social, ele acha que apresentador, comentarista e repórter, é tanta fake news que acaba com nosso País, essa é uma situação que deixa a gente muito triste e muito chateado. A nossa profissão do jornalismo, foi muito prejudicada por esse detalhe e as empresas não estão investindo mais como investem, porque qualquer um entra na rede social e se julga um comunicador e muitas vezes a informação é mentirosa.

Então você que está assistindo e for colocar uma notícia, cheque essa notícia! Passe credibilidade para as pessoas acreditarem em você.

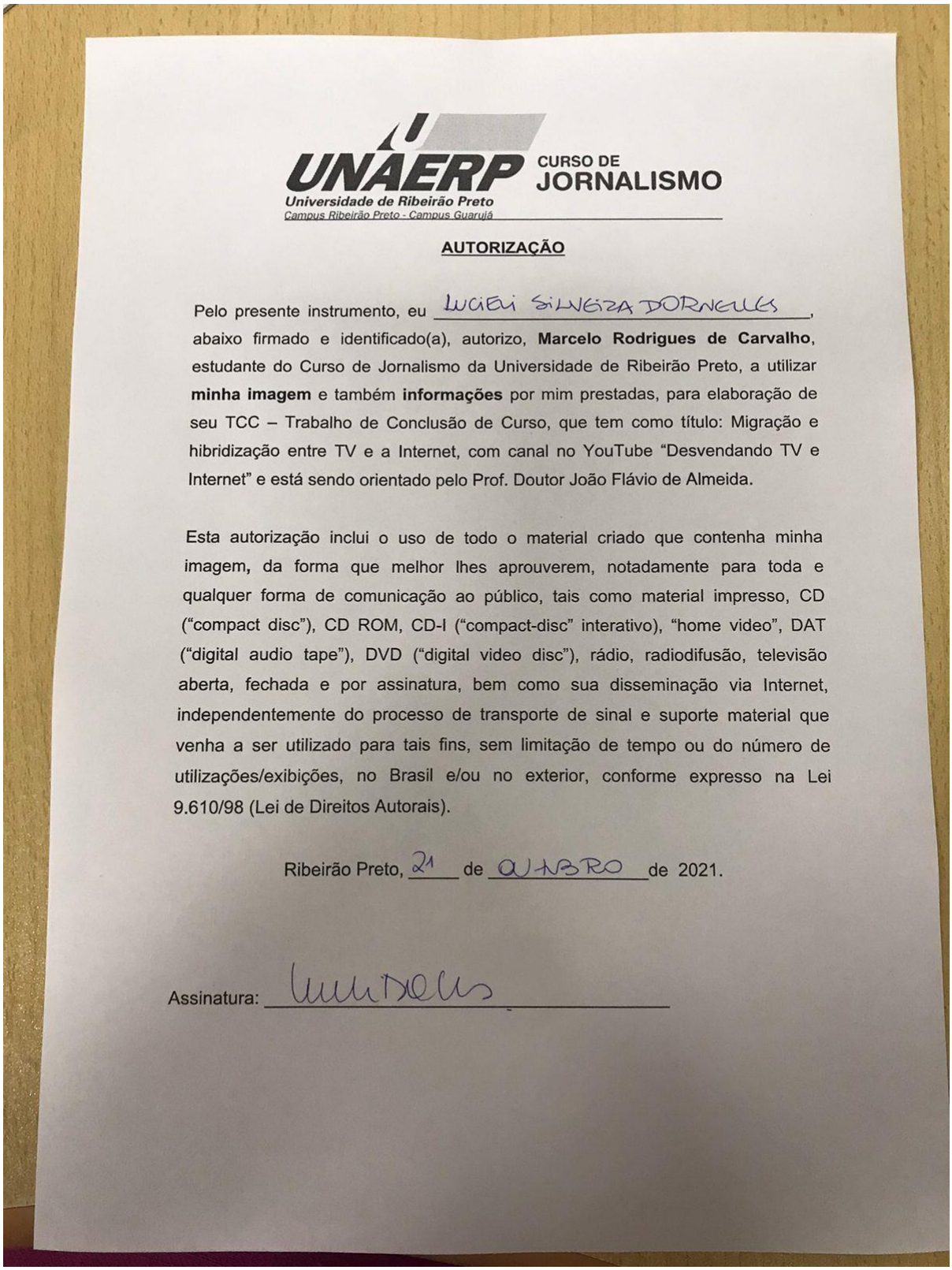
Obrigado Marcelo, foi um prazer estar aqui com você!

M: O prazer é meu, você está coberto de razão, tomem cuidado com a relevância que vocês dão para a opinião de qualquer pessoa na internet, isso é muito perigoso!

Eu também convido o pessoal que está assistindo a compartilhar sua opinião e reflexão sobre esses assuntos na aba de comentários também, a gente super vai querer ler e responder. Participem desse debate! Muito obrigado e tchau tchau!

W: Abraço!

Autorizações de imagem:



UNAERP CURSO DE JORNALISMO
Universidade de Ribeirão Preto
Campus Ribeirão Preto - Campus Guarujá

AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu LUCIELI SILVEIRA DORNELLES, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, **Marcelo Rodrigues de Carvalho**, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também **informações** por mim prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Migração e hibridização entre TV e a Internet, com canal no YouTube "Desvendando TV e Internet" e está sendo orientado pelo Prof. Doutor João Flávio de Almeida.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, da forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 21 de OUTUBRO de 2021.

Assinatura: _____

UNAERP CURSO DE JORNALISMO
Universidade de Ribeirão Preto
Campus Ribeirão Preto - Campus Guarujá

AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu William Lopes de Souza, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, **Marcelo Rodrigues de Carvalho**, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também **informações** por mim prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Migração e hibridização entre TV e a Internet, com canal no YouTube "Desvendando TV e Internet" e está sendo orientado pelo Prof. Doutor João Flávio de Almeida.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, da forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 18 de outubro de 2021.

Assinatura: _____

Eu, Fabiano Pereira, portador(a) da Cédula de Identidade nº 3042189741, inscrito(a) no CPF sob nº 61068853034, residente na cidade de Piracicaba/SP, **AUTORIZO** o uso da minha imagem sem finalidade comercial, pelo aluno **Marcelo Rodrigues de Carvalho** portador do CPF sob nº 488.398.808.28, estudante da Universidade de Ribeirão Preto (UNAERP) para ser utilizada no canal "Desvendando TV e Internet", projeto midiático criado para o Trabalho de Conclusão de Curso, realizado pela 8ª etapa de Jornalismo.

Ribeirão Preto, 16 de setembro de 2021.

Assinatura Entrevistado

UNAERP CURSO DE JORNALISMO
Universidade de Ribeirão Preto
Campus Ribeirão Preto - Campus Guarujá

AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu **Eduardo Vicente Soares**, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, **Marcelo Rodrigues de Carvalho**, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também **informações** por mim prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Migração e hibridização entre TV e a Internet, com canal no YouTube "Desvendando TV e Internet" e está sendo orientado pelo Prof. Doutor João Flávio de Almeida.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, da forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 23 de Setembro de 2021.

Assinatura: _____