

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA
MESTRADO PROFISSIONAL

Marcelo Narcizo Bueno Junior

UM PROGRAMA TELEVISIVO SOBRE INOVAÇÃO E TECNOLOGIA PARA A TV
UNESP: DESENVOLVIMENTO E REFLEXÕES SOBRE A PRÁXIS

Bauru/SP

2021

BUENO JUNIOR, MARCELO NARCIZO
B928p Um programa televisivo sobre inovação e tecnologia para
a TV Unesp: : desenvolvimento e reflexões sobre a práxis /
MARCELO NARCIZO BUENO JUNIOR. -- Bauru, 2022
51 p.

Dissertação (mestrado profissional) - Universidade
Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes,
Comunicação e Design, Bauru
Orientador: Osvando José de Moraes
Coorientador: Francisco Machado Filho

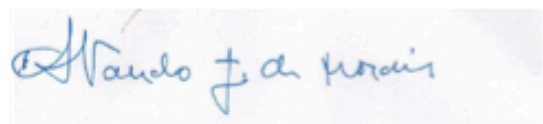
1. Ensino audiovisual. 2. Comunicação na tecnologia. 3.
Televisão Produção e direção. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo
autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE MARCELO NARCIZO BUENO JUNIOR, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 01 dias do mês de dezembro do ano de 2021, às 09:00 horas, por meio de Videoconferência, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de MARCELO NARCIZO BUENO JUNIOR, intitulada **Um programa televisivo sobre inovação e tecnologia para a Tv Unesp: desenvolvimento e reflexões sobre a práxis**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Prof. Dr. OSVANDO JOSÉ DE MORAIS (Orientador(a) - Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Universidade Estadual Paulista, Prof. Dr. LEYBERSON LELLI CHAVES PEDROSA (Participação Virtual) do(a) Empresa Brasileira de Comunicação, Prof^a. Assoc. MARIA CRISTINA GOBBI (Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - FAAC - UNESP - Bauru/SP. Após a exposição pelo mestrando e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, o discente recebeu o conceito final: _ _ **Aprovado** _ _ _ _ . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.



Prof. Dr. OSVANDO JOSE DE MORAIS

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA
MESTRADO PROFISSIONAL

UM PROGRAMA TELEVISIVO SOBRE INOVAÇÃO E TECNOLOGIA PARA A TV
UNESP: DESENVOLVIMENTO E REFLEXÕES SOBRE A PRÁXIS

Trabalho de Conclusão de Mestrado, apresentado ao Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia, da Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, para obtenção do título de Mestre em Mídia e Tecnologia, sob a orientação do Prof. Dr. Osvando José de Moraes e coorientação do Prof. Dr. Francisco Machado Filho.

Bauru
2021

MARCELO NARCIZO BUENO JUNIOR

**UM PROGRAMA TELEVISIVO SOBRE INOVAÇÃO E TECNOLOGIA PARA A TV
UNESP: DESENVOLVIMENTO E REFLEXÕES SOBRE A PRÁXIS**

Área de Concentração: Ambientes Midiáticos e Tecnológicos.

Linha de Pesquisa: Gestão Midiática e Tecnológica.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Osvando José de Moraes (Presidente/Orientador) Prof. Dr. Francisco
Machado Filho (Coorientador)

Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design – Unesp Bauru/SP

Profa. Associada Maria Cristina Gobbi

Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design– Unesp Bauru/SP

Prof. Dr. Leyberson Lellis Chaves Pedrosa
Empresa Brasil de Comunicação (EBC)

AGRADECIMENTOS

Os pequenos incentivos são fundamentais quando decidimos investir tempo na formação acadêmica. Por isso, neste momento de encerramento, vem à mente diversas pessoas que, de alguma maneira, incentivara e foram fundamentais para conclusão desse processo. Infelizmente, ingressar em uma universidade ainda é um privilégio de poucos. Finalizo meu mestrado grato pela oportunidade cursá-lo em uma das melhores universidades do Brasil e com um compromisso de devolver a sociedade o investimento feito na minha educação.

Aos poucos, pude perceber o quanto a trajetória acadêmica é rica em novas conexões e ideias. Hoje, ao finalizar esta etapa tão importante divido minha conquista com professores, servidores e colegas que fiz dentro da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, a FAAC/Unesp-Bauru.

Agradeço ao Prof. Dr. Osvando José Moraes que com muita sensibilidade e paciência me ajudou a compreender os primeiros desafios da pesquisa acadêmica. Agradeço ao Prof. Dr. Marcelo Carbone e a Profa. Dra. Fernanda Henriques pela oportunidade de dividir esta trajetória com dois projetos tão importantes: o Visão 360 e a tutoria no Núcleo de Integrado de Imprensa e Comunicação.

Agradeço aos pesquisadores que dividiram os desafios da trajetória desde o início: Paola Matheus, Laís Fermينو, Luciana Galhardo, Luciane Giroto, Aline Camargo e Elaine Damasceno. Agradeço a equipe técnica da TV Unesp por acreditarem neste projeto, em especial a Mayra Ferreira, Monica Ishikawa, Francisco Machado Filho e a fonoaudióloga Aline Oliveira.

Agradeço ao time da Agência Vnew que foram compreensivos nos momentos em que precisei me afastar para uma dedicação maior as aulas e projetos. Meu agradecimento ao meu sócio e amigo sempre generoso, João Vicente.

Agradeço ao Ricardo Borgo pela parceria e por incentivar e ajudar nos pequenos desafios e com quem compartilhei primeiro a alegria de ter passado no processo seletivo. Agradeço aos meus pais pelo suporte para que pudesse investir ainda mais na educação.

BUENO JUNIOR, M. N. Um programa televisivo sobre inovação e tecnologia para a TV UNESP: desenvolvimento e reflexões sobre a práxis, apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da UNESP, para obtenção do título de Mestre em Mídia e Tecnologia, sob a orientação do professor Doutor Osvando José de Moraes.

RESUMO

Este Relatório Técnico Científico apresenta o desenvolvimento de um programa televisivo para a TV UNESP que aborda as transformações tecnológicas ocorridas nas últimas décadas e seus possíveis impactos no desenvolvimento social. A escolha dos temas que compõem a primeira temporada do “Visão 360” foi realizada com base nas metas propostas pela ONU na Agenda 2030. De maneira complementar, este trabalho discute o direito da sociedade em ser informada sobre possíveis impactos advindos das novas tecnologias e como a televisão possui um papel relevante na educação do telespectador. Este trabalho foi desenvolvido durante a pandemia do novo coronavírus e, por conta das medidas de distanciamento social, o formato original do produto precisou ser modificado. Assim, este trabalho também colabora com a apresentação de um produto audiovisual realizado por meio de *lives* visando a saúde dos envolvidos. Por fim, este produto apresenta o resultado de um estudo de recepção realizado com objetivo de apresentar sugestões de melhorias para uma possível segunda temporada.

Palavras-chave: Audiovisual; Mídias Digitais; Tecnologia; Televisão; Televisão Universitária; TV Unesp; Visão 360.

ABSTRACT

This dissertation presents the development of a television program for TV UNESP that addresses the technological changes that have taken place in recent decades and their possible impacts on social development. The choice of themes that make up the first season of "Vision 360" was based on the goals proposed by the UN in Agenda 2030. In a complementary way, this paper discusses society's right to be informed about possible impacts arising from new technologies and how television plays an important role in educating viewers. This work was developed during the new coronavirus pandemic and, due to social distance measures, the original format of the product needed to be modified. Thus, this work also collaborates with the presentation of an audiovisual product made through lives aimed at the health of those involved. Finally, this product presents the result of a reception study carried out with the objective of presenting suggestions for improvements for a possible second season.

Keywords: Audiovisual; Digital Media Digitais; Technology; Television;

LISTA DE FIGURAS

- IMAGENS

Imagem 1: Representação gráfica do cenário do programa “Visão 360”

Imagem 2: Pontos de inflexão esperados até 2025

- QUADROS

Quadro 1: Lista dos episódios da primeira temporada do Visão 360

Quadro 2: Cronograma de execução das etapas de pré-produção e produção

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	09
1.1 DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA	14
1.2 OBJETO E PROBLEMA DE PESQUISA	14
1.3 OBJETIVO GERAL	15
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
1.5 RESULTADOS	16
1.6 MATERIAL E MÉTODOS	16
1.7 JUSTIFICATIVA	17
2. DESCRIÇÃO DO PRODUTO “VISÃO 360”.....	21
2.1 O QUE É O PRODUTO?	21
2.2 PARCERIAS INSTITUCIONAIS	21
2.3 IMPACTOS E BENEFÍCIOS	23
2.4 ETAPAS DE PRODUÇÃO	24
2.4.1 Pré-produção	24
2.4.2 Produção	24
2.4.3 Pós-produção	24
2.5 EQUIPE	26
2.6 TEMAS	26
2.7 CRONOGRAMA	27
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	29
3.1A TELEVISÃO E A TELEVISÃO PÚBLICA EDUCATIVA	29
3.2AS TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS	32
3.3A MEDIAÇÃO ATRAVÉS DO PROGRAMA	40
4. ANÁLISES E DISCUSSÕES	44
5. Considerações Finais	47
Referências bibliográficas	49
APÊNDICES	51

1. INTRODUÇÃO

Aos nascidos a partir da década de 1980, as transformações sociais mais profundas vivenciadas foram causadas pela evolução tecnológica e pela adaptação da sociedade a um mundo mediado pela tecnologia. Os impactos do campo tecnológico incluem a criação dos smartphones, o aumento da velocidade e do acesso à internet no território brasileiro, o barateamento de tecnologias como os dispositivos de armazenamentos e processamento de dados, a criação do Google, o sequenciamento genético e a possibilidade de edição dos genes, os avanços nas explorações espaciais, o desenvolvimento de órgãos artificiais, a impressão 3D, o desenvolvimento de robôs e novas maneiras de consumir e produzir conteúdo.

Klaus Schwab (2016) argumenta que o ritmo e a profundidade com que estas transformações ocorrem se caracteriza como uma revolução, já que os impactos mudam as estruturas sociais e afetam os sistemas econômicos. Assim, conhecer as transformações tecnológicas e os impactos na sociedade torna-se um desafio ainda maior devido a velocidade e a profundidade com que as tecnologias surgem e se integram à vida cotidiana. Schwab (2016) alerta que se governos e líderes empresariais se pautarem pelo pensamento tradicional, ou seja, sem considerar as rupturas possíveis na sociedade, só vão avaliar os impactos momentâneos dessa transformação e deixam de tomar decisões estratégicas para prevenir futuros problemas.

As automações em indústrias de diferentes setores, por exemplo, parecem, a princípio, benéficas porque aumentam a produção e diminuem o custo de processos, mas, por outro lado, podem impactar a oferta de vagas de trabalho e a remuneração do trabalhador, aumentando, assim, a desigualdade social. Como consequência, uma sociedade com baixa oferta de trabalho, baixa remuneração ou ainda alta carga horária de trabalho pode comprometer o alcance dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ONU, 2015) que prevê, entre outros pontos, a redução das desigualdades e a erradicação da pobreza.

Outro exemplo de como a transformação da sociedade mediada pela tecnologia pode ser vista está no surgimento de aplicativos de transportes que colocam o usuário em contato direto com motoristas. Do ponto de vista empresarial e tecnológico parece uma forma efetiva de criar uma relação entre a oferta e a demanda. Sob outro ponto de vista, no entanto, o trabalhador envolvido nesta relação está desassistido de seus direitos trabalhistas, pois a plataforma não se apresenta como

uma empregadora e, sim, uma intermediadora entre usuários, deixando assim de assumir o pagamento de direitos trabalhistas e do oferecimento de suporte em caso de incapacidade da continuidade do trabalho.

A obra de Ricardo Antunes (2018) analisa como o desenvolvimento tecnológico e as mudanças políticas desde a década de 1980 enfraquecem as relações de trabalho:

Contra a rigidez vigente nas fábricas da era do automóvel, durante o longo século XX, nas últimas décadas os capitais vêm impondo sua trípole destrutiva em relação ao trabalho: a *terceirização*, a *informalidade* e a *flexibilidade* se tornaram partes inseparáveis do léxico da empresa corporativa. (ANTUNES, 2018, p. 50).

Raddatz (2015) amplia o debate sobre a necessidade do acesso da população brasileira à informação e ao conhecimento em uma era de mediações tecnológicas. Cidadãos com acesso às tecnologias se tornam mais conscientes de seus direitos e mais livres para manifestar suas opiniões, gerando, assim, mais conhecimento. O direito à informação é um direito humano previsto na Constituição Federal (1988) e um “direito-meio, que dá condição de acesso aos demais direitos do cidadão” (RADDATZ, 2014, p. 109). É a partir desta construção de conhecimento em torno dos benefícios e riscos dos avanços tecnológicos que a sociedade pode cobrar as autoridades para a construção de leis que resguardecem seus direitos.

O ritmo de evolução da tecnologia e da ciência é outro fator que preocupa especialistas. Schwab (2019, p. 42) mostra que o ritmo exponencial das transformações com o surgimento de novas profissões, empresas ou até mesmo segmentos de mercado acontece em uma velocidade mais rápida do que a capacidade humana de adaptação.

Neste contexto, reforça-se a necessidade de prover informações a respeito dos avanços tecnológicos de maneira plural, ou seja, observadas suas vantagens e desvantagens, contextualizada a realidade brasileira que se diferencia, por exemplo, da realidade americana ou europeia. Assim, a sociedade brasileira também usufrui dos benefícios tecnológicos e da revolução tecnológica sem criar, conseqüentemente, um número de excluídos da sociedade, impedidos de acessar à realidade de um novo mundo.

Como forma de ampliar o acesso à informação para que a sociedade tenha mais consciência de seus direitos, este trabalho propõe a criação de um programa

audiovisual para a TV UNESP, uma emissora universitária, em sinal aberto, e mantida com orçamento público.

O produto desta pesquisa foi desenvolvido considerando a linha editorial de uma emissora universitária que visa a divulgação científica e a produção de conhecimento que pode ser gerada a partir da ampliação deste tipo de debate. Por se tratar de uma emissora pública, seus produtos devem ser livres de interesses comerciais que são fundamentais para custear a estrutura televisiva comercial.

Neste sentido, este trabalho buscou aprofundar o debate sobre os impactos das transformações tecnológicas na sociedade e como produtos audiovisuais televisivos são importantes para informar a sociedade das mudanças que estão em curso, mas ainda não foram sedimentadas nas estruturas sociais, ou seja, e que ainda podem sofrer alterações a partir do momento que uma parcela organizada da sociedade exija seus direitos.

A partir da exploração destes conhecimentos, o produto audiovisual televisivo denominado “Visão 360” busca apresentar ao telespectador da TV UNESP por meio da transmissão via satélite tradicional ou por meio das mídias digitais a importância de ampliar os debates a respeito das revoluções tecnológicas.

Portanto, ao propor um produto jornalístico com objetivo de informar a população, a equipe envolvida no projeto se comprometeu com objetivo principal de informar (MACHADO, 2000, p. 110). As entrevistas, enunciados e comentários são recursos do meio televisivo que auxiliam o telespectador na construção de suas interpretações sobre os fatos, já que o jornalista, a rigor, auxilia com a apresentação de diferentes versões de fatos. Por este motivo, os autores que estudam a linguagem televisiva (MACHADO, 2000; CURADO 2002; PATERNOSTRO, 2006) são fundamentais para a compreensão da responsabilidade que a produção de um produto jornalístico tem no processo de informar a sociedade sobre temas relevantes.

Para a concepção deste programa se faz necessário uma revisão bibliográfica de algumas das mais atuais literaturas a respeito das transformações tecnológicas dos últimos anos em busca da identificação de áreas em que se acentua o impacto da tecnologia. Faz-se necessário também uma análise a respeito da linguagem audiovisual e suas particularidades: a linguagem simplificada, o apoio das imagens, a transmissão, seus paradigmas a respeito de qualidade, suas métricas de avaliação de alcance e a função dos seus apresentadores como mediadores entre o público e a informação. Esse aprofundamento no campo da teoria fornece ao produtor do

programa a consciência que gerar informação é prezar pela inclusão social e política (CURADO, 2002) e, portanto, um direito da sociedade.

A Hermenêutica será importante para uma análise sócio-histórica (THOMPSON, 2011) como forma de interpretar as transformações tecnológicas aplicadas ao contexto social e seus possíveis impactos. É necessário observar que o contexto em que a evolução tecnológica acontece é importante para determinar se a sociedade será adepta ou não a tal evolução.

Como forma de alinhar os conhecimentos teóricos com as práticas do mercado, este trabalho é desenvolvido a partir de leituras técnicas sobre o novo modo de pensar audiovisual, considerando que mais de 50 milhões de brasileiros, o que representa 71% da população brasileira (TIC, 2019, p. 23) tem acesso à internet, levando em conta, também, a realidade da produção de conteúdo para emissoras comerciais e, principalmente, para emissoras públicas.

O cenário da produção do “Visão 360” foi marcado pela pandemia causada pelo novo coronavírus, em março de 2020, que impôs medidas de distanciamento social que afetaram a produção televisiva em diferentes gêneros. Novelas, filmes e séries tiveram suas gravações suspensas. Programas de auditórios buscaram alternativas para continuar suas produções sem a presença de plateia presencial e ainda com a presença de seus apresentadores de maneira virtual. A produção de conteúdo informativo se mostrou ainda mais relevante no contexto de pandemia, pois somente por meio de uma imprensa livre a sociedade teria conhecimento a respeito do número de infectados, mortos e hospitalizados.

O Governo Federal (2020) elencou a atuação da imprensa como serviço essencial como forma de manter livre fluxo de jornalistas mesmo se medidas mais restritivas fossem adotadas. Por este motivo, a produção de conteúdo jornalístico em emissoras públicas e comerciais continuou e seguiu a adoção de protocolos de segurança.

Neste trabalho, a pré-produção e a produção precisaram ser adaptadas para que os apresentadores e entrevistados estivessem seguros em suas casas. A direção da TV UNESP optou por transferir suas produções realizadas em estúdios, conhecidos por serem ambientes fechados, acusticamente isolados e com pouca circulação de ar, para o formato onde os apresentadores estivessem em suas casas e transmitindo a informação por meio da internet.

Assim, a equipe envolvida presencialmente na realização de um programa televisivo seria, consideravelmente, reduzida. Nos pilotos realizados com os apresentadores em estúdio antes da imposição de medidas restritivas, a equipe envolvida no projeto era composta de três apresentadores, dois produtores, dois entrevistados, três cinegrafistas, três responsáveis pela área técnica de exibição, uma figurinista e uma fonoaudióloga. Ao optar pela transmissão via internet, apenas um profissional da área técnica seria o responsável por transmitir a entrevista realizada por meio do Google Meet um produtor em contato com os apresentadores durante a exibição do programa, além da equipe que compõe outros departamentos da TV UNESP e foram necessários para a pré-produção do programa.

A escolha dos temas debatidos na primeira temporada do “Visão 360” foram escolhidos com base no estudo da Agenda 2030 proposta pela ONU no ano de 2015. A partir da análise dos Objetivos Globais para o Desenvolvimento Sustentável, a equipe de produção da TV UNESP selecionou sete temáticas que estivessem mais conectadas com a produção de conhecimento teórico e prático produzido na universidade. A construção dos roteiros e escolha dos convidados foi realizada de modo voluntário pela equipe convidada pela Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) para a produção do projeto.

Este projeto apresenta as etapas de pré-produção, produção e pós-produção de um produto televisivo. Por se tratar de um produto desenvolvido durante a pandemia do novo coronavírus, algumas etapas dessas foram modificadas e o impacto da pandemia neste produto também foi detalhado. Além da transmissão ao vivo, via satélite para as cidades com cobertura da TV UNESP, o “Visão 360” também foi produzido considerando a veiculação por meio das mídias digitais e os sete episódios foram divulgados no canal do Youtube da TV UNESP¹.

A estrutura deste trabalho apresenta as teorias acerca da produção audiovisual televisiva, principalmente no âmbito da TV pública educativa. Na sequência, detalha as transformações tecnológicas e como os impactos na sociedade são considerados importantes para a criação de uma revolução. A partir das literaturas apresentadas, apresenta-se como um programa audiovisual televisivo é fundamental para mediação desse conhecimento com a sociedade, por se tratar do meio mais lembrado pela

¹ Disponível em <<https://youtube.com/playlist?list=PLTKZh-tngi2Xz-KAZ44PJ3bV8nRsKtJsG>>. Acesso em: 01 de jul. de 2021.

população brasileira, citada por até 89% entrevistados e, entre os que assistem televisão, o hábito do consumo diário faz parte da vida de 77% das pessoas (SECOM, 2016, p. 17).

Por fim, um grupo de espectadores foi selecionado para a execução de um estudo de recepção (CAPLAN, 1990) com objetivo de avaliar as características técnicas do programa, a relevância do tema para o público selecionado e identificar eventuais sugestões de melhorias para uma possível segunda temporada.

1.1 DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

Este é um projeto desenvolvido durante o Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP). Uma coprodução entre a FAAC e a TV UNESP, emissora pública ligada a uma Unesp com programação em sinal aberto pelo canal 45 UHF (sinal analógico) e 46.1 HD (sinal digital). Ou ainda pela TV a cabo, no canal 18 da operadora NET. A pesquisa caracteriza-se como Pesquisa Técnica-Científica, com Potencial de Aplicação Pública ou Privada (PTCBPP), conforme classificação adotada no documento de referência para a elaboração de Relatórios Técnicos Científicos do PPGMiT.

1.2 OBJETO E PROBLEMA DE PESQUISA

O objeto dessa pesquisa é o programa televisivo “Visão 360”, um projeto da TV UNESP para debater os diferentes impactos das transformações tecnológicas. O programa conta com a presença de três apresentadores e até dois convidados. O objetivo de contar com três apresentadores é abordar os entrevistados a partir de diferentes visões, enriquecendo ainda mais a compreensão do telespectador.

A primeira temporada do programa é composta por sete episódios e para cada um foi escolhida uma temática ligada às metas definidas entre os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ONU, 2015). Para isso, levantam-se importantes questões como: qual a abordagem de cada programa visto que as transformações digitais são amplas e o produto televisivo exige uma síntese? Quais são os temas que a sociedade deve priorizar na análise de seus impactos? Quais os cuidados necessários ao abordar os termos técnicos em uma linguagem simplificada?

Este trabalho tem o seu desenvolvimento feito durante a pandemia do novo coronavírus que tornou necessário o distanciamento social como forma de prevenir a disseminação do novo coronavírus. Com isso, as rotinas produtivas em televisão foram alteradas e impactadas. Quais foram as adequações necessárias para a continuidade do projeto? Quais foram as adequações necessárias à linguagem? É possível verificar se o público que assiste ao programa compreende as novas transformações tecnológicas e os impactos na sociedade?

1.3 OBJETIVO GERAL

A pesquisa tem como objetivo descrever o processo de criação da primeira temporada do programa audiovisual televisivo denominado “Visão 360”, exibido pela TV UNESP em sete episódios, entre os meses de maio e dezembro de 2020. O projeto foi desenvolvido a partir de uma parceria entre a TV UNESP e a Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC/Unesp). O relatório técnico detalha o processo de criação do programa audiovisual, os atores envolvidos na criação do programa, quais foram os critérios para seleção das áreas que foram abordadas, a definição de temas e entrevistados. O relatório também detalha as modificações necessárias para a continuidade da produção televisiva em um cenário de pandemia.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desenvolver um produto jornalístico televisivo com sete episódios para abordar as transformações tecnológicas;
- Reunir dados e versões de diferentes especialistas e apresentar os impactos das transformações na sociedade;
- Oferecer à TV Unesp a produção de conteúdo sobre transformações tecnológicas e seus desdobramentos no ambiente acadêmico;
- Aproximar a comunidade acadêmica da Unesp que assiste a TV Unesp atualizada sobre temas ligados à revolução tecnológica;
- Definir os temas a serem abordados no programa a partir dos objetivos apresentados pela ONU na Agenda 2030;
- Definir quais são as adequações necessárias para transmitir de maneira simplificada as novas transformações sociais;

- Descrever as etapas de produção de um programa televisivo durante a pandemia do novo coronavírus;
- Elaborar um grupo focal para mensuração da percepção de um recorte do público sobre o conteúdo apresentado;
- Apresentar sugestões de melhorias para uma possível segunda temporada.

1.5 RESULTADOS

- Primeira temporada composta por sete episódios;
- Cada episódio mediado por dois apresentadores e dois entrevistados;
- 180 horas dedicadas na produção de pautas e roteiros;
- 6 horas e 30 minutos de transmissão ao vivo;
- 1374 visualizações
- 14 entrevistados;

1.6 MATERIAIS E MÉTODOS

A primeira etapa deste trabalho é uma Revisão Bibliográfica com objetivo de compreender as revoluções tecnológicas que caracterizam a Quarta Revolução Industrial (SCHWAB, 2016), seus impactos na sociedade e a velocidade das transformações ocorridas nas últimas décadas. É necessária a identificação das áreas em que os avanços tecnológicos, como a inteligência artificial, robótica, nanotecnologia, biotecnologia, entre outras, aceleraram as transformações sociais e podem ser importantes para uma abordagem em um programa audiovisual. A pesquisa bibliográfica auxilia na seleção de recortes a serem avaliados. Para Gil (2002, p. 45) “essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço”.

O levantamento bibliográfico a respeito da televisão se faz necessário para compreender as características deste meio de comunicação tradicional e identificar a série de regras pré-definidas para a sua produção. É a partir desta pesquisa que será possível entender a linguagem televisiva, a importância deste meio como forma de democratizar o acesso à informação e os anseios do público quando está como telespectador.

A Hermenêutica, enquanto método de análise, auxilia a interpretar como as tecnologias poderão impactar a sociedade a partir dos comportamentos e tradições já estabelecidos na sociedade.

Por fim, com objetivo de avaliar a o êxito nos objetivos definidos do público sobre o formato e sobre o conteúdo, esta dissertação conta com a realização de um grupo focal (CAPLAN, 1990) com seis pessoas de perfis diferentes por meio de perguntas abertas afim de analisar as percepções acerca da receptividade do público para um dos episódios da primeira temporada. A partir das respostas, é possível ainda identificar melhorias no produto para oferecer um resultado ainda melhor em uma possível segunda temporada.

1.7 JUSTIFICATIVA

Os 193 Estados-membros da Organização das Nações Unidas, a ONU, assinaram em 2015 o compromisso de buscar o desenvolvimento social com base na adoção dos 17 objetivos e 169 metas apresentadas na Agenda 2030 para um Desenvolvimento Sustentável. Desde então, as autoridades devem buscar definir em suas políticas públicas ações que atendam consigam alinhar crescimento e desenvolvimento social. O secretário das Nações Unidas, Ban Ki-moon, afirmou na ocasião da assinatura do acordo², que a Agenda 2030 é “universal, integrada e traz uma visão transformadora para um mundo melhor”.

A ONU acredita ainda que o alcançar a meta de uma vida digna para todos passa pela adoção das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) que oferecem “soluções inteligentes”³ para os problemas mais comuns atendidos pelos objetivos a serem alcançados, como a Redução Das Desigualdades, uso de Energias Renováveis, Inovação e Infraestrutura, Educação de Qualidade, entre outros. Este é um dos motivos por que conhecer e promover o conhecimento a respeito das novas tecnologias não pode ser restrito ao campo político ou acadêmico.

Curado (2002, p. 16) defende que a sociedade tem direito ser informada e que a informação deve auxiliar o cidadão a ter um sentimento de “inclusão social ou política, aumentando a nossa consciência acerca do que se passa em nossas

² Disponível em <<https://news.un.org/pt/story/2015/09/1525621-na-onu-paises-adotam-agenda-sobre-o-desenvolvimento-sustentavel>>. Acesso em 01 de julho de 2021.

³ Disponível em <https://news.un.org/pt/story/2016/05/1551261-agenda-2030-reconhece-potencial-da-tecnologia-de-informacao>. Acesso em 01 de julho de 2021.

cercanias”. A construção da notícia segue critérios definidos pelo próprio veículo. O conteúdo audiovisual na televisão exige alguns critérios para garantir a comunicabilidade, como clareza, precisão e imparcialidade.

Com base nestas características, o “Visão 360” procurou abordar como desenvolvimento tecnológico pode alterar a organização da sociedade atual e, em alguns momentos, aumentar as desigualdades sociais. Além disso, é necessário buscar formas de ampliar o alcance destas discussões incluindo cada vez mais membros da sociedade para haja o desenvolvimento da Competência (KUENZER, 2002) para lidar com as tecnologias digitais, evitando assim a exclusão digital de uma parcela da sociedade e para que possam interpretar a informação e transformar em novo conhecimento (BELUZZO, 2015).

Esses argumentos justificam a necessidade da criação de um programa audiovisual em uma televisão pública e universitária que debata o desenvolvimento tecnológico, seguindo os critérios de construção de conteúdos noticiosos para televisão e os impactos na sociedade. Neste sentido, a TV UNESP cumpre seu compromisso com a “promoção da cidadania e do desenvolvimento social”⁴ encontrase na televisão abertas como uma das formas mais efetivas de tornar esse debate acessível ao maior número de pessoas possível.

O Governo Brasileiro divulgou, através da Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2016); um estudo responsável por orientar a elaboração de políticas de comunicação do Poder Executivo; que a Televisão é o meio de comunicação mais lembrado pela população brasileira sendo citada por 49% dos entrevistados na primeira menção e, quando era possível citar dois meios de comunicação, a taxa de menção fica em 89%. A pesquisa ainda revela que 77% dos entrevistados afirmam assistir televisão todos os dias e 26% afirmam que, entre as segundas e sextas-feiras, assistem entre 60 e 120 minutos (SECOM, 2016, p. 17).

A TV é o meio de comunicação mais acessado pelos entrevistados, sendo mencionada pela quase totalidade da amostra. Pouco mais de três quartos dos entrevistados assistem TV todos os dias da semana. O acesso é mais frequente entre segunda e sexta-feira, e o tempo médio de acesso supera as três horas diárias. (SECOM, 2016, p. 33).

Com base nestas informações fica evidente que por mais que os avanços tecnológicos tenham criado formas de consumo de informação como a plataforma

⁴ Disponível em < <https://tv.unesp.br/institucional> >. Acesso em 01 de julho de 2021.

Youtube e as Redes Sociais, a televisão aberta ainda é a forma ampla de comunicação com a população.

É necessária a compreensão dos diferentes modelos adotados por emissoras de televisão para a definição de sua grade de programação e, conseqüentemente, levantamento de recursos para sua subsistência. De acordo com Marcondes (1988), a TV aberta foi moldada a partir da premissa de buscar a audiência de massa e, conseqüentemente, investir na criação de formatos que levem informação e entretenimento.

As televisões educativas e culturais, universitárias e legislativas possuem uma função que tange ao “campo público da televisão” (OTONDO, 2008, p. 19) e, entre seus objetivos estão: a legitimidade social, o pluralismo, a diversidade da programação em todos os gêneros e a defesa do interesse do cidadão.

Portanto, o investimento na construção da programação para as televisões públicas objetiva a educação do cidadão e não apenas o entretenimento ou necessidades comerciais. Sendo assim, em um cenário midiático em transformação com o surgimento de novas mídias digitais, como a implementação da TV Digital, é esperado que as televisões universitárias busquem conquistar a audiência de seus telespectadores a partir da qualidade do conteúdo.

A TV UNESP é uma TV universitária pública, ligada à Unesp, e iniciou suas transmissões em 04 de novembro de 2011 com “foco na prestação de serviço à comunidade de Bauru e da Unesp, além de estar antenada às tecnologias digitais” (MACHADO; FERREIRA, 2012, p. 10)

Nesse contexto é que surge a oportunidade para a TV pública brasileira desempenhar um papel que até hoje não conseguiu fazer de forma abrangente: ser uma importante ferramenta de educação a distância, inclusão social e digital e, ainda, estar à frente das emissoras locais na cobertura de eventos ao vivo e fatos que mobilizem a nação aplicando ferramentas de interatividade. (MACHADO; FERREIRA, 2012, p. 2).

Além da difusão de conteúdos culturais e educativos, a TV UNESP trabalha com a perspectiva que “enquanto uma emissora universitária deve estar alinhada com os projetos de ensino, pesquisa e extensão” (MÉDOLA, 2013, p.3) desenvolvidos na Universidade.

Nesse contexto, justifica-se a criação de um programa audiovisual televisivo para tratar de temas ligados aos impactos do desenvolvimento tecnológico na

sociedade em geral para ser exibido em uma TV pública, aberta com o objetivo de gerar conhecimento a respeito das mudanças esperadas nos próximos anos. Por fim, se faz necessário justificar que o conteúdo audiovisual televisivo tem se apropriado das plataformas digitais como forma de “transpor a limitação geográfica da transmissão aberta e chegar até públicos de outros lugares interessados em cultura, ciência e cidadania” (MÉDOLA, 2013, p. 5).

2. DESCRIÇÃO DO PRODUTO “VISÃO 360”

2.1 O QUE É O PRODUTO?

O produto desta dissertação é a primeira temporada do programa audiovisual “Visão 360”, realizado em parceria com a TV UNESP e composto por sete episódios. Cada episódio tem um tema central de debate e os entrevistados possuem experiência em diferentes segmentos para que possam apresentar em suas exposições pontos positivos, negativos e ainda questionamentos a respeito das transformações tecnológicas ocorridas nas últimas décadas.

O programa jornalístico de entrevista busca apresentar diferentes visões a respeito de um mesmo tema para que o telespectador possa, ao ouvir os relatos, dados e perspectivas, analisar de seu ponto de vista quais os riscos ou benefícios que as implementações das novas tecnologias podem ter no desenvolvimento social.

2.2 PARCERIAS INSTITUCIONAIS

A TV UNESP é a principal produtora do “Visão 360” e conta com uma equipe de diversos profissionais responsáveis pelos aspectos da produção e exibição de toda a programação da emissora. Em 2019, o Prof. Dr. Marcelo Carbone, à época diretor da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, a FAAC, compartilhou com a TV UNESP o desejo de realizar um programa televisivo para falar das transformações tecnológicas e desenvolvimento social. Após o aceite da TV UNESP, a diretoria da FAAC buscou parcerias que auxiliassem na construção do modelo do programa televisivo. Aline Fogolin, então Secretária do Desenvolvimento Econômico da Prefeitura de Bauru, foi convidada para ser apresentadora e comentarista do programa. Marcelo Narcizo Bueno Junior, aluno do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, foi convidado para a função de produtor-executivo e apresentação.

A diretoria da FAAC foi a responsável por elencar temas e convidados ligados às transformações tecnológicas no âmbito acadêmicos e que são necessárias para a formação profissional que atendam as novas demandas de mercado, ao mesmo tempo, que continuem atendendo às prioridades na formação no campo da reflexão, conectando Ensino, Pesquisa e Extensão.

A Secretaria de Desenvolvimento Social, ligada à Prefeitura de Bauru, representada pela Aline Fogolin, responsável pela sugestão de temas ligados ao

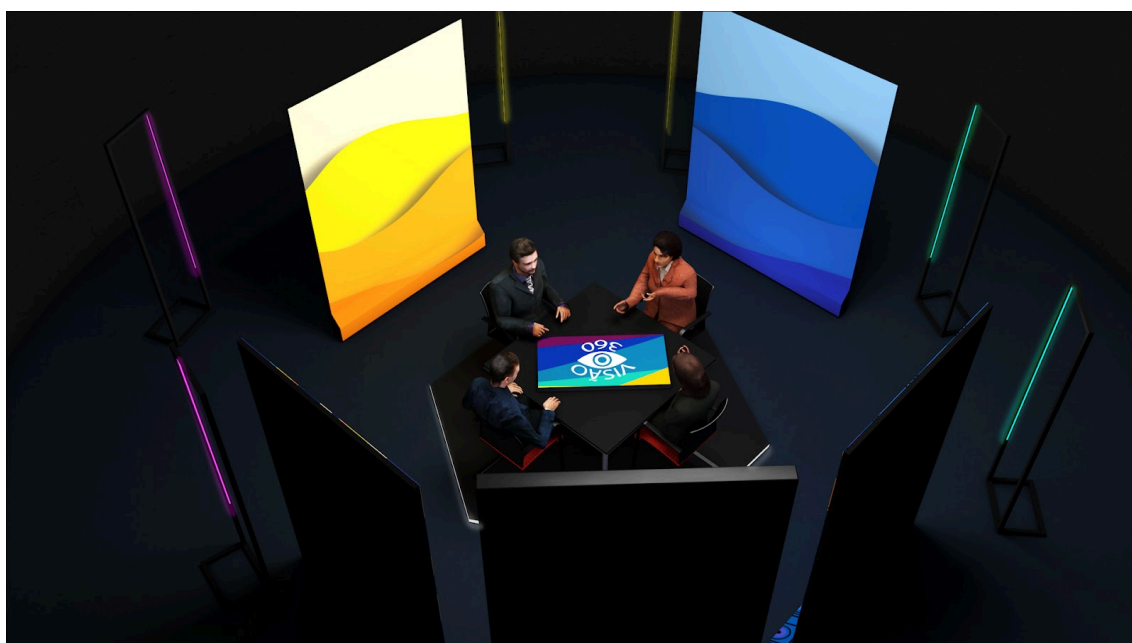
desenvolvimento de políticas públicas que incentivem novos empreendedores a desenvolverem os próprios negócios e, ainda, que auxilie empresas tradicionais e consolidadas no mercado a aproveitarem o movimento de transformação digital.

O autor desta pesquisa apresentou temas e convidados ligados às novas tecnologias, mídias digitais e comunicação. Assim, cada um dos três apresentadores do “Visão 360” colaboraram de maneira diferentes para uma curadoria de temas que seria avaliada e aprovada pela diretoria da TV UNESP.

As jornalistas Mayra Ferreira e Mônica Ishikawa, responsáveis pela área de produção da TV UNESP, aprovaram os temas submetidos e passaram trabalhar de maneira conjunta com os apresentadores na roteirização de cada episódio.

Vinicius Tavares, responsável pela área de videografismo da TV UNESP, foi responsável pela concepção do cenário, criação da identidade visual e abertura do programa. Neste ponto, entende-se que o nome “Visão 360” seria adequado à proposta, já que o cenário estaria em formato 360° e que todo o entorno dos convidados seria mostrado pelas câmeras. Ou seja, dentro do formato televisivo é natural que exista uma área sempre evidente na transmissão e outra, atrás das câmeras, que raramente será mostrada. O “Visão 360” propõe que o telespectador pudesse conhecer todo o cenário, aumentando assim, a sensação de imersão como um dos integrantes da mesa.

Imagem 1: Representação gráfica do cenário do programa “Visão 360”



Fonte: TV Unesp, 2021.

Após a validação dos temas, a produção da TV UNESP foi responsável pela roteirização de cada episódio para a validação da produção-executiva. Os apresentadores Aline Fogolin, Marcelo Bueno e Marcelo Carbone iniciaram, então, uma série de preparações com especialistas em fonoaudiologia e teatro para a apresentação de um programa ao vivo.

2.3 IMPACTOS E BENEFÍCIOS

A produção de um programa audiovisual impõe diversos desafios antes da criação de um produto final exibido na televisão. As etapas que antecedem a exibição são importantes para compreender como é feita a seleção dos temas, seleção dos convidados, definição de formato, a produção da pauta e a gravação. Para esta etapa, que podemos chamar de pré-produção, é necessário um aprofundamento no tema por parte da equipe envolvida no projeto.

Para o pesquisador, o aprofundamento bibliográfico a respeito das transformações tecnológicas o coloca em contato com tendências de futuro que são possíveis de serem concretizadas, mas não há como ter certeza porque são suspeições a respeito do futuro. Neste sentido, é necessário que o pesquisador e produtor do programa audiovisual tenham sempre a imparcialidade na construção de um diálogo com os especialistas entrevistados para não demonstrar paixão por alguns temas e recusa por outros.

Entre os principais impactos referentes à pré-produção do programa, é marcante como a pandemia causada pelo novo coronavírus mudou as rotinas de produção audiovisual em todo o mundo. A pandemia impôs a necessidade de distanciamento social desde o início de março de 2020. Durante a redação deste trabalho, ainda era necessário manter o distanciamento e o uso de máscaras em locais públicos é obrigatório.

Esse novo comportamento alterou a dinâmica do programa, previsto para ser realizado em estúdio, conforme executado previamente durante as gravações dos primeiros pilotos, nome dado aos testes em que a equipe de produção e apresentação se submetem para a configuração do posicionamento final de câmeras, iluminação, som, ângulos e a validação da dinâmica da entrevista em um programa ao vivo.

Por fim, a pandemia do coronavírus inviabilizou a possibilidade de reunir em uma mesma mesa quatro pessoas para um diálogo frente a frente. Optou-se, então, por realizar a produção do programa “Visão 360” por meio de videoconferências.

2.4 ETAPAS DE PRODUÇÃO

Para esclarecer as etapas necessárias para a construção de um programa audiovisual televisivo e sua complexibilidade, este trabalho é dividido em três partes:

2.4.1 Pré-produção

- a) Definição de Formato: etapa para a escolha do formato adequado de entrevista considerando a presença de três apresentadores e dois convidados.
- b) Identidade visual: participaram da concepção da identidade visual a Supervisora de Programação, Mayra Ferreira, e o responsável pelo videografismo, Vinicius Tavares.
- c) Nome do programa: o nome do programa foi definido a partir da definição do cenário proposto, onde o telespectador teria a visão de todos os ângulos do cenário com a presença de até três câmeras em plano americano.
- d) Equipe envolvida: a equipe da TV UNESP é composta por produtores, diretores, editores, diretores de imagem, videografa, supervisores de TI, estagiários, programadores web, manutenção técnica, supervisora de produção, controle mestre, supervisor de programação e diretor-geral.
- e) Escolha dos apresentadores: os apresentadores foram definidos para que a abordagem do programa fosse plural e a partir de diferentes pontos de vistas. Aline Fogolin, então Secretária do Desenvolvimento Econômico da Prefeitura de Bauru; Prof. Dr. Marcelo Carbone, à época diretor da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design e Marcelo Bueno, autor desta dissertação e aluno regular do Programa de Mestrado Profissional de Mídia e Tecnologia.
- f) Preparação dos apresentadores: os apresentadores foram submetidos à preparação técnica com a fonoaudióloga Aline Oliveira com o objetivo de melhorar a expressividade vocal e receber orientações sobre os cuidados necessários
- g) Escolha dos temas: os temas escolhidos englobaram os Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável definidos pela ONU na Agenda 2030. A equipe

da TV UNESP foi responsável pela definição dos temas. A construção de roteiros foi um trabalho realizado em conjunto com a equipe convidada pela Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC).

- h) Seleção dos convidados: os convidados escolhidos deveriam representar diferentes abordagens sobre o tema para enriquecer o debate. A partir desta premissa, a equipe da FAAC e da TV UNESP procurou alguns convidados que possuísem conhecimento acadêmico e outros convidados com um perfil mais mercadológico.

2.4.2 Produção

- i) Construção das pautas: foram pesquisados temas debatidos previamente em programas de televisão, artigos em blogs corporativos e pesquisas acadêmicas para a definição das pautas.
- j) Construção dos roteiros: a partir da definição dos convidados e da finalização de pesquisa da pauta, foram realizados os roteiros com direcionamento de perguntas para cada perfil de convidados.
- k) Gravação e exibição: inicialmente, a previsão de gravação no estúdio seguiria um calendário instituído pela TV UNESP. Com a mudança para o formato de *lives*, em razão da pandemia, os conteúdos foram apresentados ao vivo e exibido simultaneamente no sinal aberto e no canal do Youtube (<https://www.youtube.com/user/tvunesp>).

2.4.3 Pós-produção

- l) Edição: inicialmente, a previsão seria que o conteúdo gravado fosse submetido à edição para a adequação no tempo televisivo e possível inserção de conteúdos extras. Com a mudança no formato para *lives*, a edição não foi necessária.
- m) Transmissão: os episódios do “Visão 360” foram transmitidos ao vivo pelo canal 45 UHF (sinal analógico) e 46.1 (sinal digital), além do canal 18 da operadora NET e pelo canal do Youtube da emissora. Após a transmissão, os conteúdos estão disponíveis no site da emissora (<https://tv.unesp.br/visao360>) e no canal da TV Unesp no Youtube (<https://www.youtube.com/user/tvunesp>).
- n) Estudo de recepção: o episódio sobre “O futuro do trabalho” foi escolhido para análise da recepção por parte de um grupo formado por seis pessoas. O grupo

focal foi realizado no dia 28 de julho de 2021, na plataforma Google Meet e com duração de 1 hora e 35 minutos.

2.5 Equipe

- a) Idealização, apresentação e mediação: Marcelo Bueno
- b) Comentários: Aline Fogolin e Marcelo Carbone
- c) Roteiro: Marcelo Bueno e Monica Ishikawa
- d) Produção: Marcelo Bueno e Monica Ishikawa
- e) Direção: Monica Ishikawa
- f) Edição: Renan Bolaño e Octávio Nascimento
- g) Direção de imagem: Renan Bolaño e Octávio Nascimento
- h) Videografismo: Vinicius Tavares
- i) Supervisão de TI: Fabrício Carapelli
- j) Colaboração: Isabelle Benecase
- l) Programação web: Fabio Cardoso
- m) Manutenção técnica: Lionel José Andriatto
- n) Supervisão de produção: Mayra Ferreira
- o) Controle mestre: Gabriel Mariano, Luiz Henrique Pinke, Maurício Nunes
- p) Supervisão de programação: Fábio Parra
- q) Direção geral: Francisco Machado Filho

2.6 Temas

No quadro a seguir, são descritos os títulos dos episódios veiculados, bem como a duração, os convidados que participaram das produções e o link de acesso:

Quadro 1: Lista dos episódios da primeira temporada do Visão 360

Título	Duração	Convidados	Link
Aceleração Digital em tempos de crise	1h02min	Vitor Dias, Gestor de Comunidades na Labs Paschoalotto.	https://youtu.be/CwlyHEPY2u8
Transformações na Educação	55min	Profa. Dra. Daniela Melaré Vieira Barros (docente da Universidade Aberta - Portugal).	https://youtu.be/4IR3Q6iKNZM
Futuro do Trabalho	1h07min	Henri Cardim (HFC Consultoria & Associados)	https://youtu.be/z9AYqOkqDjY

		Prof. Dr. Marco Gonsales (docente Universidade Estadual de Maringá).	
Internet das Coisas	54min	Fabio Cardoso, programador web e doutorando em Comunicação Daniel Stivelberg, gerente de Relações Governamentais da Brasscom.	https://youtu.be/Kz53SX8wJEk
Inovações na Saúde	55min	Richerland Medeiros, Chief Data Officer da Pixon Gabriel Delage, co-fundador da Indigo Labs.	https://youtu.be/kpV4NyPiddQ
Inovação para o Desenvolvimento	59min	Marcos Vinícius de Souza, subsecretário de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado de São Paulo.	https://youtu.be/4iJ9DpqP1VY
Universidade, Ciência e Inovação	54min	Prof. Dr. Paulo Noronha, professor do Departamento de Física da Faculdade de Ciências Prof. Dr. José Remo, professor do Departamento de Computação da Faculdade de Ciências, ambos da Unesp Bauru.	https://youtu.be/m9XKu3vkiu8

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

2.7 CRONOGRAMA DO VISÃO 360

Quadro 2: Cronograma de execução das etapas de pré- produção e produção

2019				
PRÉ-PRODUÇÃO				
SETEMBRO	CONCEPÇÃO			

OUTUBRO		DEFINIÇÃO DO FORMATO	DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO	
NOVEMBRO				PARCERIAS
DEZEMBRO				FORMAÇÃO DA EQUIPE
2020				
PRODUÇÃO				
JANEIRO	DEFINIÇÃO DOS TEMAS / FICHAS DE CONTEÚDO			
FEVEREIRO	ELENCAR CONVIDADOS	LEVANTAMENTO DE CUSTOS	PREPARAÇÃO DOS APRESENTAD ORES	
MARÇO	DEFINIÇÃO DO NOME DO PROGRAMA	IDENTIDADE VISUAL DO PROGRAMA / DEFINIÇÃO DO CENÁRIO	GRAVAÇÃO DOS PILOTOS	
ABRIL	SUSPENSÃO DO PROJETO POR CONTA DA PARALISAÇÃO DAS ATIVIDADES PRESENCIAIS NA TV UNESP			
MAIO				
JUNHO				
JULHO				
AGOSTO	ADEQUAÇÃO DO FORMATO			
SETEMBRO	TRANSMISSÃO			
OUTUBRO	TRANSMISSÃO			
NOVEMBRO	TRANSMISSÃO			
DEZEMBRO	TRANSMISSÃO			

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Apesar desta dissertação tratar-se de relatório técnico descritivo a respeito do produto audiovisual “Visão 360”, viu-se a necessidade de contextualizar alguns dos temas chaves.

3.1 A TELEVISÃO E A TELEVISÃO PÚBLICA EDUCATIVA

Os fatores que impulsionaram o desenvolvimento da sociedade no início do século XX foi diferente dos pontos que impulsionaram o crescimento no final do mesmo século. Isso porque uma mesma geração pode presenciar o surgimento e a evolução tecnológica e do conhecimento, que impulsionou a produtividade em inúmeros países.

Para Fuks (2003), a base de organização da Sociedade Industrial Moderna foi transformada a partir do contato com inovações tecnológicas, como a Internet e por mudanças econômicas-sociais, como a globalização. Calle (2008) explica que, do ponto de vista econômico, é possível notar as transformações sociais passaram por uma organização agrícola para uma sociedade de base industrial e, atualmente, reconhece-se uma sociedade construída em torno do conhecimento.

Borges (1995), Fuks (2003) e Drucker (1993) dedicam-se a esclarecer quais são os valores que diferenciam a nova estrutura social em uma era onde o valor não está mais na produção ou na troca de mercadorias e, sim na produção e compartilhamento de conhecimento. O desenvolvimento dos países nas últimas décadas foi pautado pela capacidade produtiva de novas pesquisas científicas e transmissão destes conhecimentos e gera uma sociedade mais democrática.

A transmissão de conhecimento aconteceu em todas as eras da sociedade humana, ora por meio de ritmos, gestos e desenhos ou por meio de técnicas como a escrita e da linguagem oral (PATERNOSTRO, 2006, p. 17). No século XX, a invenção dos meios de comunicação impresso e da transmissão da informação por meio elétrico já trazia potenciais inimagináveis:

Os livros contam que Samuel Morse, ao inaugurar sua primeira linha telegráfica, entre Washington e Baltimore, transmitiu a frase “O que Deus tem feito!”, pois até ele mesmo estava surpreso com as possibilidades que surgiam naquele momento. (PATERNOSTRO, 2006, p. 20).

A televisão, como um dos meios de comunicação mais tradicionais, reúne em sua transmissão a linguagem oral e visual e conecta qualquer ponto do mundo a outro através dos sinais. A transmissão via satélite ampliou o alcance da televisão e permitiu que a sociedade se organizasse em torno da informação e do conhecimento. Portanto, é possível reconhecer a responsabilidade da televisão sobre a informação divulgada e do conhecimento que ajuda a construir. Curado (2002) apresenta uma reflexão sobre a responsabilidade social da televisão em informar com o compromisso de optar pela clareza na transmissão da informação para assegurar que o telespectador compreenda a relevância de tais acontecimentos e que possa emitir o seu juízo pessoal a respeito dos fatos. Por isso, a “notícia é a informação a serviço do público” (CURADO, 2002, p. 16) para que possa produzir na sociedade um sentimento de inclusão social ou política.

Chaparro (2001, p. 22) apresenta quatro características que auxiliam a compreender a sociedade do conhecimento. A primeira característica é que o conhecimento e a educação são importantes para desenvolvimento da capacidade analítica e crítica. A segunda é o processo de “apropriação social do conhecimento”, que acontece por diferentes setores da sociedade de acordo com as próprias necessidades. A terceira característica é a criação de processos de aprendizagem que transformam o conhecimento em capacidades e habilidades sociais.

A aprendizagem é um processo fundamental que transforma o conhecimento em inovação e transformação social. A aprendizagem pode ser vista como um processo de educação contínua, que cria, por sua vez, um novo conhecimento. (CHAPARRO, 2001, p. 22).

A última característica da sociedade da informação é o desenvolvimento de um pensamento estratégico para identificar as mudanças em desenvolvimento e as potenciais tendências para o futuro. Portanto, a Sociedade do Conhecimento se desenvolve a partir das informações a que tem acesso. Machado (2001) defende que a televisão possui um papel formação da cultura contemporânea e rechaça a concepção de que seja feita de banalidades.

A discussão sobre a qualidade do conteúdo televisivo e, conseqüentemente, a qualidade da televisão faz parte dos debates acadêmicos e mercadológicos. Atualmente, o mesmo debate pode ser visto na discussão sobre a qualidade do conteúdo no Youtube. Machado (2001, p. 19) defende que a televisão precisa ser vista ser vista como um “conjunto de trabalhos audiovisuais”, assim como o cinema e rádio

e a qualidade destes conteúdos que deve ser categorizada e não o meio a partir de pré-conceitos. Portanto, meios de comunicação, como a Televisão, Rádio, Cinema e, atualmente, o Youtube são plataformas intermediadoras entre produtores e espectadores. Assim, a “cultura midiática” (p. 207) permite que o telespectador reconheça o audiovisual como um mesmo produto, independentemente da plataforma exibida.

A telejornal é um produto audiovisual que atende a uma determinação legal (BRASIL, 1963) que regulamenta o setor de radiodifusão e estipula que ao menos 5% da programação diária deve ser de “serviços noticiosos”. Entre os diferentes gêneros que ocupam a programação televisiva de emissoras comerciais e públicas o conteúdo informativo é transmitido por meio de telejornais, boletins informativos ou programas de programas de entrevistas que carregam as características defendidas por Curado (2002) como mais evidentes da produção audiovisual televisiva: clareza, precisão e imparcialidade.

Uma das formas de perceber o alcance e o impacto da televisão, é acompanhar o crescimento no consumo do conteúdo televisivo, mesmo diante do surgimento de novas plataformas digitais, como o Youtube. Segundo a última pesquisa da SECOM (2016) a televisão ainda é predominantemente a fonte de informação para a maioria da população.

No contexto de redes sociais digitais (RECUERO, 2009), a televisão tem mais uma vez a sua importância desafiada e a sua qualidade colocada à prova, já que os nativos digitais, como são denominados os nascidos em um contexto tecnológico e com acesso à internet, a televisão possui uma linguagem linear e pouco interativa, já que sua programação acontece, regularmente, no mesmo horário.

Já no contexto das redes sociais, o telespectador decide o que deseja consumir e em qual momento deseja fazê-lo. Porém, o desenvolvimento de novas mídias não deveria, ao menos em teoria, ameaçar a existência de mídias tradicionais. O contexto do século XX mostrou que a sociedade conseguiu se organizar e usufruir de diferentes tecnologias sem abandonar sua antecessora. Na prática, a televisão não encerrou as atividades do rádio, que, por sua vez, não encerrou as atividades do cinema e assim sucessivamente até a chegada da internet.

Paternostro (2006) afirma que o que se espera com a popularização da internet é uma convergência e acesso de outros meios a partir da plataforma internet. Será possível assistir à programação da televisão ou o programa de rádio na internet.

A convergência oferece velocidade, mobilidade e interatividade; você tem o que quer, onde estiver, disponível no aparelho que preferir. É o conceito chamado de *any time, any where*. (PATERNOSTRO, 2006, p. 68).

Portanto, produzir em um programa televisivo é uma forma efetiva e, considerando a mensuração de audiência, mais abrangente de alcançar a população brasileira acerca de determinado tema, transmitindo o que precisa ser informado para, assim, gerar conhecimento.

3.2 AS TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS

As notícias mais recentes do mercado de financeiro mostram que o crescimento das empresas que desenvolvem as novas tecnologias já alcançou valores recordes. A última empresa a ter o seu valor de mercado avaliado em mais de U\$ 1 trilhão de dólares foi a Alphabet⁵, a empresa proprietária do Google.

Com cerca de 30% desse valor, seria possível universalizar o acesso ao saneamento básico, oferecendo água potável e tratamento de esgoto para todos os brasileiros (MENEZES, 2019). Com cerca de 50% desse valor seria possível a construção de 500 mil escolas públicas, o suficiente para oferecer vagas para 200 milhões de estudantes, muito mais do que o necessário atualmente (LAPORTA, 2013).

A alta valorização em suas ações não significa um limite para que essas empresas cresçam ainda mais nos próximos anos. Além de dominar o mercado de publicidade digital com o Google, a Alphabet é proprietária da *Boston Dynamics*, uma empresa que pesquisa e desenvolve robôs, um mercado ainda em desenvolvimento que poderá elevar ainda mais a lucratividade destas empresas.

O paralelo entre o valor de mercado destas empresas e o que seria possível alcançar em desenvolvimento social é necessário para iniciar a reflexão sobre como os avanços tecnológicos e os avanços sociais não podem estar dissociados nas discussões acerca do desenvolvimento social mediado pela tecnologia. É necessário refletir se os avanços tecnológicos aprofundaram ou ameniza as desigualdades sociais existentes.

Em 2015, os Estados-membros da Organização das Nações Unidas assinaram o compromisso de buscar o desenvolvimento social igualitário ao se comprometer com

⁵ Disponível em < <https://www.infomoney.com.br/negocios/alphabet-holding-do-google-passa-a-valer-us-1-trilhao>>. Acesso em 01 de julho de 2021.

17 objetivos que orientarão suas políticas públicas para alcançar crescimento econômico e desenvolvimento social. O Desenvolvimento Social não é um termo que interessa apenas a um grupo de pesquisadores ou a empresas ligadas ao terceiro setor, mas é um compromisso de líderes governamentais para oferecer a todos uma vida com dignidade.

Schwab (2016, p. 16) defende em sua obra que estamos diante de uma “revolução” e que, portanto, os avanços tecnológicos vão desencadear alterações profundas nos sistemas econômicos e essas consequências já alteram a organização social. A obra de Schwab (2016) detalha como as primeiras revoluções vividas pela humanidade foram fundamentais para o desenvolvimento e a organização da sociedade em diferentes modelos de vida.

A primeira fase, marcada pela da Revolução Industrial, teve início por volta de 1760 na Inglaterra com o início das transformações causadas pelo impacto das construções de ferrovias, a invenção a máquina a vapor e, conseqüentemente, a produção mecânica. Estas invenções foram fundamentais para pautar as mudanças nas relações de trabalho e gerar inovação no sistema financeiro. Por outro lado, o processo de modernização das indústrias também trouxe preocupações a respeito das relações com os trabalhadores. Até então, a produção manual, que necessitava de uma habilidade artesanal era predominante no mercado de trabalho e exigia um tempo médio de produção. A partir do momento em que novas inovações são apresentadas, essa mão de obra é menos necessária, gerando uma reorganização social, incluindo os salários reduzidos e a carga horário ampliada.

Pela competição da máquina com a mão-de-obra que reduziu o salário médio semanal dos tecelões manuais em Bolton de 33 shillings em 1795 e 14 shillings em 1815 para 5 shillings e 6 pence (ou mais precisamente, uma renda líquida de 4 shillings 1 1/2 pence) em 1829-34. (HOBSEAWM, 2014, p. 30).

Além das reduções salariais, mulheres e crianças recebiam menos que os trabalhadores homens e passavam a compor a maioria da força de trabalho. Por exemplo, em uma indústria de algodão, em 1834, "cerca de um-quarto eram homens adultos, mais da metade era de mulheres e meninas, e o restante de rapazes abaixo dos 18 anos" (HOBSEAWM, 2014, p. 36). Houve, então, uma mobilização por parte dos trabalhadores para reivindicar condições mínimas de trabalho e direitos básicos,

como a redução da jornada de trabalho. Segundo Klaus (2016), essa revolução levou cerca de 120 anos para se expandir da Inglaterra para toda a Europa.

A segunda revolução industrial foi marcada pelo surgimento da eletricidade e ampliou as mudanças definidas na primeira fase da revolução com a criação de linhas de montagem e a produção em massa. Outro fator que estimulou desenvolvimento ainda no início do século XIX foi o estímulo à pesquisa científica e a descoberta de novos produtos inovadores para a indústria nas áreas químicas, na medicina, entre outras. O surgimento e a expansão das linhas férreas facilitaram a mudança do território e o transporte de produtos para mercados muito maiores e existia a expectativa que o crescimento da produção poderia reduzir a desigualdade financeira.

Schwab (2016) explica que o êxodo rural e o crescimento das cidades mostraram que as desigualdades aumentariam nos anos seguintes. A necessidade de uma melhor relação de trabalho possibilitou o surgimento de teorias que apresentaram soluções para os conflitos existentes e, assim, nasce o conceito de socialismo utópico que defendia que, amigavelmente, deveria haver um acordo entre donos de indústrias e trabalhadores para uma melhor condição de vida. Para Bertucci (2010, p. 173) este conceito se assemelha ao que Marx apresentava como socialismo científico. O liberalismo também surge nessa época por parte da burguesia que defende a livre concorrência e o mercado como um definidor dos valores a partir da demanda e da oferta.

Em meados do século XX, a terceira revolução não poderia ser categorizada apenas como industrial, pois foi marcada pela evolução dos semicondutores possibilitando o surgimento dos computadores e a evolução para o computador pessoal. A terceira fase da revolução é marcada pelo desenvolvimento das áreas de telecomunicações, eletrônica, transporte e robótica. A telecomunicação, uma das características mais importantes desse período, possibilitou a integração econômica e política, a chamada globalização.

Neste cenário aumenta-se a preocupação com a substituição do homem no contexto do trabalho pela máquina. Brown e Laever são um dos primeiros autores a citar a substituição do trabalho manual a partir da automação em um artigo na revista Fortune em novembro de 1946 (apud REFKIN, 1995, p. 71).

Em comum, todas essas revoluções foram responsáveis por mudar a forma como o ser humano vive e se relaciona. Schwab (2016) apresenta o que se caracteriza com a fusão de novas tecnologias e marca o surgimento de uma nova revolução, a

partir, por exemplo do desenvolvimento da inteligência artificial, sensores e o aumento da velocidade da internet. Goodwin, editor de Tecnologia do TechCrunch, mostra uma mudança também no sistema econômico:

O Uber, a maior empresa de táxis do mundo, não possui sequer um veículo. O Facebook, o proprietário de mídia mais popular do mundo, não cria nenhum conteúdo. Alibaba, o varejista mais valioso, não possui estoques. E o Airbnb, o maior provedor de hospedagem do mundo, não possui sequer um imóvel. (GOODWIN, 2015, documento eletrônico).

O mapeamento genético levou mais de uma década para ser finalizado e, atualmente, pode ser sequenciado em poucas horas e com um investimento muito menor. Esse cenário possibilita o estudo da alteração genética humana com objetivo de evitar doenças ou ainda o "melhoramento" genético. Schwab (2016) explica que as limitações éticas e jurídicas são as únicas barreiras que limitam o avanço das pesquisas e testes em seres-humanos.

A dualidade entre o desenvolvimento tecnológico e o desenvolvimento social coloca em debate dois possíveis posicionamentos: Tecno-pessimistas x Tecno-otimistas (SCHWAB, 2016). De um lado estão aqueles que acreditam que a tecnologia já trouxe os avanços necessários para a humanidade e desconfiam dos interesses de quem cria e desenvolve as tecnologias e redes sociais. Já os tecno-otimistas entendem os avanços da tecnologia comunicacional como uma forma de ampliar o acesso à informação e possuem facilidade em adotar as novas tecnologias ao seu estilo de vida. Há ainda uma expectativa desse grupo em relação ao desenvolvimento da sociedade na próxima década e do crescimento econômico.

A pesquisa desenvolvida por Schwab (2016) no Fórum Econômico Global com líderes globais apresenta uma série de marcos do desenvolvimento tecnológico que poderão ser alcançadas até o ano de 2025. Os pontos de inflexão apresentados demonstram a expectativa da audiência em relação à adoção de tecnologias pela sociedade sem levar em consideração fatores que poderão limitar essa adoção ou, até mesmo, mudar essa tendência como, por exemplo, a pandemia do novo coronavírus.

Imagem 2: Pontos de inflexão esperados até 2025

10% das pessoas com roupas conectadas à internet	91,2%
90% das pessoas com armazenamento ilimitado e gratuito (financiado por propagandas publicitárias)	91,0%
1 trilhão de sensores conectados à internet	89,2%
O primeiro farmacêutico robótico dos EUA	86,5%
10% de óculos de leitura conectados à internet	85,5%
80% das pessoas com presença digital na internet	84,4%
Produção do primeiro carro impresso em 3D	84,1%
O primeiro governo a substituir o censo por fontes de <i>big-data</i>	82,9%
O primeiro telefone celular implantável e disponível comercialmente	81,7%
5% dos produtos aos consumidores impressos em 3D	81,1%

90% da população com <i>smartphones</i>	80,7%
90% da população com acesso regular à internet	78,8%
Carros sem motoristas chegarão a 10% de todos os automóveis em uso nos EUA	78,2%
O primeiro transplante de um fígado impresso em 3D	76,4%
30% das auditorias corporativas realizadas por IA	75,4%
Primeira arrecadação de impostos através de um <i>blockchain</i>	73,1%
Mais de 50% do tráfego da internet voltado para os utilitários e dispositivos domésticos	69,9%
Globalmente, mais viagens/trajetos por meio da partilha do que em carros particulares	67,2%
A primeira cidade sem semáforos com mais de 50.000 pessoas	63,7%
10% do produto interno bruto mundial armazenado pela tecnologia <i>block-chain</i>	57,9%
A primeira máquina de IA de um conselho de administração	45,2%

Fonte: SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução Industrial**. 1. ed. rev. São Paulo: Edipro, 2016.

Luciana Felix (2009) contextualiza para os dias atuais uma das parábolas mais conhecidas da literatura: a Alegoria da Caverna, de Platão. Ela reflete o comportamento de algumas pessoas que vivem a sua vida “comum” dentro da caverna e, em contraponto, aqueles que conseguem explorar e descobrir o mundo externo. Além de outras interpretações que a obra permita, a autora destaca um trecho importante para compreender como o debate sobre transformações tecnológicas não deve ficar restrito ao campo da academia ou entre profissionais da área.

Platão afirma que é natural que os que ascenderam àquele ponto não queiram mais tratar dos assuntos dos homens, mas sim empreenderem esforço para manter sempre sua alma nas alturas, e que no regresso à "realidade" ficam desajeitados. (FELIX, 2009, documento eletrônico).

Uma das interpretações possíveis sobre esta afirmação é que sociedade não pode olhar apenas os aspectos positivos das transformações tecnológicas e é necessário a análise crítica dos impactos em diferentes parcelas da sociedade e, ainda, como evitar que cidadãos com menor poder aquisitivo sejam excluídos de uma nova sociedade organizada. Em outras palavras, é necessário que “tecno-otimistas” também se lembrem uma sociedade justa é construída a partir do desenvolvimento de todas as esferas.

Para auxiliar na compreensão dessa dicotomia entre avanços tecnológicos e desenvolvimento social, o sociólogo e professor Ricardo Antunes contribui com sua obra no campo do trabalho e as modificações ocorridas nos últimos séculos desde a Primeira Revolução Industrial.

Em *O Privilégio da Servidão* (2018), o autor analisa as principais mudanças ocorridas nas últimas décadas entre as relações de trabalho no Brasil e em outros países para, assim, entender como as consequências destas transformações criou um novo perfil de proletário que, em alguns casos, é desamparado de qualquer direito trabalhista sob o pretexto de liberdade, independente da área de atuação como tecnologia, agrícola ou de serviço.

A obra é dividida em quatro partes. A primeira busca apresentar um recorte das novas relações de trabalho que estão sendo identificadas em todo mundo como forma de entender como e quem compõe a nova classe trabalhadora mundial e seus impactos em países considerados de primeiro mundo desenvolvido, mas também seus desdobramentos em países em desenvolvimento como Índia e Brasil.

Na segunda parte, o autor busca interpretar como modelos tayloristas e fordistas e os sistemas capitalistas, neoliberais e socialistas foram alterados de suas visões iniciais com o intuito de se manterem atuais e relevantes em um mundo conectado e globalizado. Antunes questiona se uma nova versão do filme dirigido por Charlie Chaplin, *Tempos Modernos* (1936), pudesse ser produzida, ela seria gravada em uma fábrica de celulares, na China, onde representaria a origem de um mundo digitalizado.

Na terceira parte, analisa as consequências dessas novas formatações nas visões políticas e as conciliações que geraram crises e insatisfações entre a população, com alto número de desempregados e informais. Em paralelo, houve o crescimento de "rebeliões em escala global", no Egito, Inglaterra, Portugal, EUA, como

#OcuppyWallStreet e os protestos de junho de 2013 no Brasil, entre outros (ANTUNES, 2018, p. 245).

Antunes apresenta sua visão do movimento político que resultou no que ele chama de "ofensiva da direita" (ANTUNES, 2018, p. 279), ou seja, uma insatisfação de uma suposta classe dominante contra um sistema político que previa uma grande estrutura do estado, leis trabalhistas mais rígidas, por exemplo, como alternativa política, o processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff. O autor também critica a ausência de políticas que conseguissem resolver o problema de distribuição de renda e riquezas em um país tradicionalmente desigual.

Na quarta parte da obra, Antunes questiona: com os cenários apresentados, qual será a lógica do trabalho no futuro? O título do livro apresenta uma visão em que o trabalho do futuro será, caso exista, de servidão, e argumenta que o cenário do futuro pode ser um cenário onde a maioria da população tenha que escolher servir nos moldes que o sistema obriga ou não ter emprego.

Com seu ponto de vista social marxista, o autor assume sua postura socialista e a apresenta um cenário possível para a classe trabalhadora brasileira.

Com o advento da tecnologia e a transformação causada, por exemplo, pela popularização dos aplicativos de transportes e entregas que colocam comprador como cliente e o prestador de serviço também como cliente de uma mesma companhia. As empresas de tecnologia se apresentam como mediadoras entre a oferta e a procura. A chamada "uberização" do trabalho reduz as responsabilidades da empresa como provedora de condições básicas para realização da função e sem a maioria dos direitos trabalhistas oferecidos em uma relação convencional.

Antunes (2018) defende que o caminho não é buscar uma terceira via entre capitalismo e socialismo e, sim, uma tentativa e reinvenção do socialismo para os dias de hoje. O autor acredita ainda que a América Latina pode ser um importante espaço para que movimentos sociais e políticos possam criar um novo movimento e também faz uma reflexão sobre o trabalho no futuro ao apresentar a proposta de diferentes fontes de renda para o trabalhador e o fim do trabalho formal:

Talvez cheguemos a um futuro em que parte da força de trabalho terá uma carteira de coisas para gerar sua renda – você pode ser motorista da Uber, comprador da Instacart, locador da Airbnb e trabalhar para a TaskRabbit. (MANJOO, 2015, documento eletrônico).

Este contexto complexo das relações de trabalho é um dos cenários em que se debate a influência dos avanços tecnológicos e as possíveis desigualdades sociais. Albornoz (2017) defende que seja discutido o futuro das relações de trabalho já que, em uma das possibilidades, é possível que não haja vagas de trabalho para todos por conta da substituição da mão de obra por robôs e processos autônomos. Sem vagas de trabalho, é necessário debater quais serão as fontes de renda básica para sobrevivência.

O advento da automação coloca a possibilidade de uma humanidade liberta do fardo do trabalho e, talvez dentro de algumas décadas, as fábricas pudessem estar vazias. A ociosidade, que tem sido tomada por privilégio de uma minoria, em futuro próximo, poderia se estender às grandes massas. (ALBORNOS, 2017, p. 23 -24).

Os autores (ALBORNOS, 2017; ANTUNES, 2008) destacam a necessidade iminente de um modelo de desenvolvimento econômico que incentive avanços tecnológicos, mas que sejam desenvolvidas políticas públicas que garantam desenvolvimento social para as gerações do futuro. Por este motivo, torna-se ainda necessário apresentar a população o debate plural, sobre as principais características e possíveis impactos dos avanços tecnológicos.

3.3 A MEDIAÇÃO ATRAVÉS DO PROGRAMA

Raddatz (2014, p. 109) defende que a informação é um direito que amplia o acesso a outros direitos básicos da população. Ou seja, uma população informada sobre uma situação que ameace seus direitos à saúde, renda, educação e qualidade de vida, pode criar articulações, por meio legais, para garantia de direitos. Portanto, a função do comunicador vai além da informação (CURADO, 2002) e pode ser compreendida como quem alerta para um cenário futuro.

Sobre este ponto, Machado (2001, p. 111) explica que papel do jornalista não é apresentar a “verdade” dos fatos “pois, a rigor, não é com a verdade que ele trabalha, mas com a enunciação de cada porta-voz sobre os eventos”. Assim, a partir da mediação jornalística, o telespectador pode interpretar as informações e tomar as decisões que julgar mais adequadas.

Num certo sentido, podemos dizer que o telejornal é uma colagem de depoimentos e fontes numa sequência sintagmática, mas essa colagem jamais chega a constituir um discurso suficientemente unitário, lógico ou organizado a ponto de ser considerado legível como alguma coisa “verdadeira” ou “falsa”. (MACHADO, 2001, p. 110).

Há a necessidade de compreender que o processo de construção da notícia exige do profissional uma capacidade de organização das informações e transcrição com “clareza, simplicidade e objetividade” (CURADO, 2002 p. 117) e que a mensagem não está desassociada do meio de transmissão. Um dos clássicos da comunicação “O Meio é a Mensagem” (MCLUHAN, 1967) já afirmava em uma era anterior às novas tecnologias digitais que o meio possuía uma influência na forma como a mensagem é recebida pelo público. Por isso, é necessário que o produtor de um conteúdo televisivo tenha a percepção da valorização que a imagem, o som e a clareza da mensagem têm na função de esclarecer o telespectador.

Olga Curado (2002) destaca outros elementos que auxiliam no processo comunicativo do produto televisivo, como a presença do mediador no vídeo, a interpretação, a voz a aparência e as regras gramaticais para o texto televisivo. Ao considerar a produção de um programa televisivo para uma TV Universitária e aberta, este trabalho analisa os recursos técnicos apresentados na bibliografia para que o produto atenda o objetivo de gerar conhecimento acerca das transformações tecnológicas e da importância de um debate amplo de modo que a população saiba reconhecer as vantagens e desvantagens das inovações tecnológicas.

Em uma época em que os avanços tecnológicos trouxeram profundas transformações na sociedade, é necessário analisar o impacto que a Internet trouxe para os meios de comunicação.

A internet promove uma reviravolta na organização da sociedade. Agora, o nosso pensamento se constrói como se tivéssemos pequenos links em nossa mente [...] A Internet está no centro de circulação da informação. (PATERNOSTRO, 2006, p. 21).

A convergência dos meios oferece na Internet a possibilidade de acessar qualquer formato de conteúdo em sites, redes sociais, arquivos, entre outros formatos. Neste espaço virtual, a cibercultura (LÉVY, 1999) apresenta as especificações de uma relação mediada pela tecnologia:

Trata-se de um fluxo contínuo de ideias, práticas, representações, textos e ações que ocorrem entre pessoas conectadas por um computador - ou algum dispositivo semelhante a outros computadores. (MARTINO, 2014, p. 27).

É neste cenário digital que a convergência de meios fica ainda mais evidente. Jenkins (2015) define a Cultura da Convergência como a mudança na forma como o público consome conteúdo e a busca pela liberdade de criar suas próprias associações. Assim, as fronteiras entre os meios de comunicações se tornam mais imprecisas e, provavelmente, o consumidor assista a um conteúdo televisivo em uma plataforma digital, como o Youtube, sem notar muitas mudanças.

Apesar da similaridade, é necessário debater que no universo digital a interação do espectador é mais esperada, já que as novas plataformas oferecem espaço para avaliação da qualidade do conteúdo e também de comentários. Ou seja, fora de uma realidade de comunicação *one to many*, o telespectador espera que no cenário digital possa ser mais participativo no conteúdo. Jenkins (2015, p. 527) é categórico ao afirmar que no Youtube é possível ver a criação de valores em três níveis: produção, seleção e distribuição. A partir deste momento, grandes empresas midiáticas começam a considerar novas estratégias de distribuição de seus conteúdos.

Nenhuma dessas atividades é nova, mesmo no contexto da mídia digital, mas o YouTube foi o primeiro a unir essas três funções numa única plataforma e a direcionar tanta atenção ao papel das pessoas comuns nesta paisagem transformada das mídias (JENKINS, 2015, p. 358).

Neste cenário de convergência de mídias, presume-se que o consumidor o telespectador compreenda que o conteúdo audiovisual televisivo e da internet são semelhantes em sua forma e mensagem. Autores ligados ao meio televisivo (MACHADO, 2001; CURADO, 2002; PATERNOSTRO, 2006) abordam estes produtos televisivos como “obras audiovisuais” e que as características que evidenciam a qualidade ou que não de seus conteúdos estão inseridas na mensagem que o produto transmite e não no “meio” de transmissão. Ou seja, conclui-se que Televisão, Rádio, Cinema e Youtube possuam o objetivo de intermediar uma mensagem de um emissor para um receptor. Machado (2001, p. 207) explica que a cultura midiática do século

XXI permite que o telespectador assista a conteúdos em diferentes plataformas sem categorizá-las.

É inevitável deixar de considerar que conteúdos audiovisuais, seja ele transmitido de maneira eletrônica (televisão e rádio) ou pela informática (Internet e Youtube), seriam objeto de estudo de pesquisadores para entender como utilizar seus recursos de linguagens para fins didáticos e educacionais.

White e Thomas (1995, p. 51) buscaram compreender a conexão entre conteúdos audiovisuais e conteúdos educacionais ao pesquisar em diferentes partes do mundo sobre o potencial do uso do audiovisual em escolas. Eles destacavam que desde o início da era do rádio, poucos acreditam no potencial de transformação social de uma mídia recém-lançada. Décadas depois, as transmissões via satélite e rede de computadores estariam ainda mais presentes na educação formal.

Pierre Babin e Marie-France Kouloumdjian (1989) são autores que buscam compreender como a nova geração seria transformada a partir do contato cada vez mais constante com o audiovisual e outros meios tecnológicos. Em uma obra escrita ainda na década de 80, os autores buscavam interpretar como a linguagem do audiovisual não substituiria a linguagem literária, mas seria uma mixagem das duas. A compreensão dos autores é que se os jovens adotassem o consumo do audiovisual, conseqüentemente, as escolas e os educadores também seriam impactados. Por isso, os autores convidam os leitores a uma reflexão de como a televisão poderia ser usada como um meio de ampliar o conhecimento, ou ainda “um outro modo de conhecer” (BABIN; KOULOUMDJIAN, 1989, p. 27).

4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

A concepção e execução de um produto audiovisual é, por si só, um desafio que exige do produtor o desenvolvimento de diferentes habilidades para que o resultado de seu projeto tenha qualidade técnica e qualidade de conteúdo. Ao analisar estas duas características que compõem o produto audiovisual, é necessário considerar que o produto audiovisual televisivo exige ainda a integração de uma equipe maior, responsável por diferentes etapas do processo até a transmissão final, ao vivo ou gravada.

Ao assistir um conteúdo televisivo, o telespectador pode imaginar que o apresentador é responsável pela elaboração de todas as perguntas, argumentos, controle de tempo, direcionamento da abordagem, entre outras. Quem se aproxima dos bastidores da produção de um programa de entrevista perceberá que este trabalho é composto por um time formado por diferentes profissionais com o objetivo de sustentar durante a transmissão um conteúdo sem interferências que atrapalhem na absorção do conteúdo. Os bastidores de uma produção televisiva requerem integração de equipes e foco na apresentação da mensagem.

A pandemia do novo coronavírus mudou a dinâmica da produção televisiva. A convencional presença da equipe em uma sala de transmissão fechada e com ar-condicionado imporia riscos à saúde dos profissionais envolvidos e, por esta razão, optou-se pela adaptação do conteúdo previsto para gravação em estúdio para uma transmissão ao vivo, via internet.

A mudança de formato impacta, inevitavelmente, o produto, já que a transmissão via internet impõe limitações técnicas e de qualidade da transmissão. No entanto, o que se buscou foi manter o objetivo de informar o telespectador sobre temas relevantes no contexto social desta década e este objetivo pôde ser alcançado.

A criação de um grupo focal composto por seis pessoas de diferentes áreas do conhecimento e possíveis espectadores da programação da TV UNESP auxiliou na identificação de potenciais melhorias para que uma possível segunda temporada alcance mais pessoas. Os convidados assistiram o programa de número 3 com tema “Futuro do Trabalho”.

A primeira constatação entre os participantes é que o produto poderia ter uma duração menor. Por conta da amplitude do tema, alguns entrevistados prolongavam suas falas por um tempo excessivo o que torna o acompanhamento da entrevista mais

monótona. Os integrantes do grupo constataram que uma interrupção do convidado no formato de transmissão ao vivo pela internet poderia acarretar um constrangimento maior ao convidado. Para melhorar a dinâmica de debate dos temas, uma sugestão é que no início do programa haja uma contextualização do tema com dados pelo apresentador e que também haja uma melhor definição da participação dos comentaristas em quais áreas eles poderão colaborar. Assim, o programa poderia ser estruturado com um apresentador central e dois comentaristas.

Uma sugestão que poderia auxiliar na síntese dos convidados era a inserção de intervalos com temas específicos para cada bloco. Durante o tempo que o programa não estivesse no ar, os convidados poderiam ser orientados sobre um realinhamento para que o debate continue centrado em um mesmo tema. Os participantes também acreditam que a divisão por blocos poderia auxiliar na divisão e na divulgação de conteúdos separados no canal do Youtube.

Os integrantes do grupo focal sugeriram que o programa utilizasse outros recursos audiovisuais, como gráficos, imagens e reportagens para oferecer mais dinamismo na apresentação dos temas. Em situações onde a conexão com a internet apresentasse falhas, como no início do programa, a equipe de transmissão da TV Unesp poderia inseri-las para que as falhas fossem menos percebidas pelo público.

Os convidados notaram que o programa não conta com recursos que amplie a acessibilidade ao conteúdo, como a inserção de legendas, libras ou apresentações descritivas. Segundo eles, estes recursos podem aumentar o acesso de outros públicos interessados no tema e que sejam pessoas com algum tipo de deficiência.

Por meio do grupo focal, foi possível constatar que todos os participantes não assistiram ao conteúdo pela televisão durante a transmissão ao vivo, mas tiveram contato com o conteúdo por meio do Youtube. Alguns participantes, relatam que costumam assistir conteúdos audiovisuais apenas com o áudio, sem a necessidade de acompanhar olhando as imagens exibidas. Esta nova dinâmica pode alterar a do conteúdo televisivo e ampliar o potencial para que o conteúdo também seja compartilhado, por exemplo, em um formato de podcast.

Considerando que o conteúdo está hospedado em uma plataforma digital como o Youtube, os integrantes do grupo sugeriram que o apresentador estimulasse mais a interação do público por meio dos comentários para trazer mais dinamismo a conversa. Outro ponto constatado pelos participantes é que a expectativa ao ler o tema do programa, era que o debate apresentasse elementos concretos e sugestões

para que ouvintes se preparem para o mercado de trabalho do futuro e não que fosse apenas uma crítica ao formato atual da educação.

Por fim, sobre a escolha dos convidados, o episódio analisado trouxe um conflito de ideias evidente. Embora, o conflito de ideia não se trate, necessariamente, de um problema, os integrantes sugeriram que os convidados que integrassem outros programas tenham um perfil mais voltado para o desenvolvimento acadêmico, devido ao direcionamento da TV UNESP. Para os integrantes do grupo, o debate sobre os impactos no desenvolvimento social fica comprometido ao apresentar uma visão mercadológica do tema.

Os integrantes do grupo focal reconhecem que a pandemia do novo coronavírus limitou a utilização de recursos televisivos comuns para um programa de entrevista, mas são unânimes ao afirmar que o debate sobre o tema é relevante e alerta os ouvintes sobre os impactos das transformações tecnológicas na oferta de empregos em um futuro próximo. Os convidados ainda destacaram que se recordam de ouvir sobre o tema em coberturas jornalísticas tradicionais, mas não como uma análise com especialistas sobre diferentes aspectos do tema.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho é um relatório técnico descritivo da construção da primeira temporada de um programa televisivo sobre as transformações tecnológicas que se relacionam com os objetivos da Agenda 2030, proposta pela Organização das Nações Unidas em 2015. Por se tratar de um produto desenvolvido para uma emissora pública e universitária, o objetivo do programa é fornecer um recorte de fatos por meio dos entrevistados para que o telespectador compreenda os impactos da chamada Revolução Tecnológica.

A primeira temporada do “Visão 360” possibilitou aos telespectadores da TV UNESP o contato com temas atuais que possuem potencial de alterar a atual organização da sociedade e sistemas financeiros. Assim, os debates propostos nos sete episódios auxiliaram a ampliar o debate com viés público de temas comumente debatidos no ambiente comercial e corporativo. Neste ponto está a principal contribuição do “Visão 360”: oferecer um debate público, sem influência de interesses comerciais sobre temas que impactam no desenvolvimento de políticas públicas e na formação da criticidade sobre temas que, aparentemente, são inteiramente positivos para a sociedade.

As leituras necessárias para a construção deste Relatório Técnico Científico e também para a produção dos roteiros de cada episódio reforçam a necessidade de ampliar em diferentes frentes a divulgação científica. É na relação de reflexão e de pesquisa que a universidade oferece que surgem os principais questionamentos sobre os conflitos que uma nova revolução mediada pela tecnologia pode apresentar no desenvolvimento social. As primeiras décadas do Sec. XXI serão fundamentais para a definição de políticas públicas que resguardecam conquistas importantes para que todos usufruam dos benefícios de uma sociedade conectada para que, pelo menos, uma parcela da sociedade seja beneficiada.

Este projeto não pretendeu tecer uma crítica ao desenvolvimento comercial de novas indústrias porque acredita que foram estas iniciativas que trouxeram efetivas transformações ao modelo econômico atual, proporcionando mais oportunidades por meio das novas mídias digitais para debates, como o realizado no “Visão 360”, pudessem estar disponibilizados em uma rede mundial. Não é possível também mensurar o alcance que a pesquisa sobre o desenvolvimento de um programa

televisivo pode ter em futuros outros projetos já que o objetivo é estimular que outros estudantes se inspirem e promovam novos conteúdos.

A pandemia do novo coronavírus que impactou de diferentes maneiras a sociedade também auxiliou a quebrar o paradigma que programas televisivos poderiam ser realizados somente a partir de grandes investimentos em equipamentos e por meio de grandes redes comerciais. A primeira temporada do “Visão 360” demonstra que respeitando as medidas de distanciamento social e com cada um dos apresentadores e entrevistados de suas casas, foi possível promover um debate produtivo sobre o tema e manter a realização do programa com adaptações. Espera-se que este estudo contribua também com a reflexão que outros grupos de pesquisadores possam promover seus debates em emissoras universitárias e comunitárias de Rádio, TV ou apenas Internet.

Além da relevância do tema para uma sociedade em que as relações são mediadas pela tecnologia, a produção de um programa televisivo em uma emissora pública pode incentivar a produção de outros programas sobre o tema em diferentes emissoras, públicas e privadas.

Os aprendizados adquiridos a partir da adaptação do formato tradicional do conteúdo televisivo para o formato de *lives* pode auxiliar futuras produções televisivas a considerarem as sugestões levantadas pelos integrantes do grupo focal para a elaboração de produtos que alcancem ainda mais pessoas em um formato mais adaptado ao que o público espera. As percepções levantadas no grupo também auxiliam na elaboração de uma possível segunda temporada do “Visão 360” na TV UNESP.

Ao transmitir a primeira temporada do “Visão 360” ao vivo no canal do Youtube da TV UNESP, percebe-se o potencial das mídias digitais de ampliar a visibilidade de conteúdos produzidos localmente para todos os falantes da língua portuguesa e, assim, o conteúdo poderia ser assistido em diferentes partes do país e até mesmo em outros países. O conteúdo transmitido em tempo real na internet possibilita a interação entre entrevistadores e o público.

Esta dissertação não esgota a temática do audiovisual ou a potencialidade da divulgação científica, mas tem objetivo de contribuir em alguma medida na divulgação desses temas, auxiliando, assim, na formação de uma sociedade mais consciente de seus direitos. Dessa forma, não somente a TV UNESP cumpre seu papel na

divulgação científica e na produção do conhecimento, mas também o jornalismo cumpre seu papel social de informar a sociedade sobre temas relevantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, Ricardo. **O Privilégio da Servidão: o novo proletariado de serviço na era digital**. São Paulo: Boitempo, 2018.

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. **Competências na era digital: desafios tangíveis para bibliotecários e educadores**. ETD: Educação Temática Digital, 2005.

BERTUCCI, Jonas de Oliveira. **Desenvolvendo a solidariedade no caminho da transição: um ensaio sobre a teoria do socialismo a partir de Marx**. Econ. soc., Campinas, 2010. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-06182010000100007&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 05 jan. 2021.

CALLE, Guillermo Antonio Dávila; SILVA, EL da. **Inovação no contexto da sociedade do conhecimento**. Revista TEXTOS de la CiberSociedad, v. 8, p. 1-20, 2008.

CAPLAN, S. Using focus group methodology for ergonomic design. **Ergonomics**, v. 33, n. 5, p. 527-33, 1990.

CHAPARRO, Fernando. **Conocimiento, aprendizaje y capital social como motor de desarrollo**. Ciência da informação, Brasília, v. 30, n. 1, p. 19-31, jan./abr. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652001000100004&lng=es&nrm=iso>. Acesso em: 2 jul. 2021.

CURADO, Olga. **A Notícia na TV: o dia a dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.

DRUCKER, Peter F. **melhor de Peter Drucker: a administração, O-Exame**. NBL Editora, 2001.

FUKS, Saul. **A sociedade do conhecimento**. Tempo Brasileiro, v. 152, p. 75-101, 2003.

MACHADO FILHO, Francisco; FERREIRA, Mayra Fernanda. **TV pública e TV privada no Brasil: caminhos opostos na migração digital**. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2012.

GOODWIN, Tom. **The Battle Is For The Customer Interface**. TECH CRUNCH. 03 mar 2015 Disponível em: <<https://techcrunch.com/2015/03/03/in-the-age-of-disintermediation-the-battle-is-all-for-the-customer-interface/>>. Acesso em: 05 jul. 2021.

HOBSBAWM, Eric. **A Era das Revoluções, 1789-1848**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014.

KUENZER, Acácia Zeneida. **Trabalho pedagógico: da fragmentação à unitariedade possível**. In: AGUIAR, Márcia Ângela da Silva; FERREIRA, Naura Syria Carapeto (Orgs.). Para onde vão a orientação e a supervisão educacional? Campinas: Papirus, 2002

LAPORTA, Thais. **O que fazer com R\$ 1 trilhão que o brasileiro pagou em impostos?**. **IG**, 31 ago. 2013. Brasil Econômico. Disponível em: <<https://economia.ig.com.br/2013-08-31/o-que-fazer-com-r-1-trilhao-que-o-brasileiro-pagou-em-impostos.htm>>. Acesso em: 05 jan. 2021.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. SENAC. São Paulo, 2000.

MANJOO, Farhad. Uber's Business Model could Change your Work. **NEW YORK TIMES**, 28 jan. 2015. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2015/01/29/technology/personaltech/uber-a-rising-business-model.html/>>. Acesso em: 16 jul. 2021.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2014.

MÉDOLA, A. S. L. D. **Televisão universitária e o desafio da sustentabilidade: a experiência da TV Unesp**. Lumina, v. 7, n. 2, 8 dez. 2013.

MENEZES, Pedro. **O que dá pra fazer com um trilhão em 10 anos?**. **INFOMONEY**, 27 fev. 2019. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/colunistas/pedro-menezes/o-que-da-pra-fazer-com-um-trilhao-em-10-anos/>>. Acesso em: 05 ago. 2021.

OTONDO, Teresa Montero. **Televisão pública na América Latina: para quê e para quem?**. 2008. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

PATERNOSTRO, Vera Iris. O Texto na TV. São Paulo: Brasiliense, 1987. PRADO, Flávio. Ponto Eletrônico: Dicas para fazer telejornalismo com qualidade. S.P., Publisher, 1996

RADDATZ, Vera Lucia Spacil. Direito à informação para o exercício da cidadania. **Revista Direitos Culturais**, v. 9, n. 19, p. 108-117, 2015.

SECOM, P. R. **Pesquisa brasileira de mídia-2016**. 2016.

SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução Industrial**. 1. ed. rev. São Paulo: Edipro, 2016.

XAVIER, Rodolfo Coutinho Moreira; COSTA, Rubenildo Oliveira da. **Relações mútuas entre informação e conhecimento: o mesmo conceito?**. Ci. Inf., Brasília, v. 39, n. 2, p. 75-83, Aug. 2010. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652010000200006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 jul. 2021.

APÊNDICE 1

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, **Marcelo Narcizo Bueno Junior**, aluno do curso de Pós Graduação em Mídia e Tecnologia, curso de Mestrado em Mídia e Tecnologia, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – Unesp, sob orientação do Prof. Dr. Osvando José de Moraes, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa **“Um programa televisivo sobre Inovação e Tecnologia para a TV UNESP”**, que tem os seguintes objetivos: a) Identificar o potencial de um programa sobre tecnologia e desenvolvimento social para uma TV Pública e Universitária; b) Buscar sugestões de melhorias para uma possível segunda temporada; c) Compreender a percepção do público-alvo sobre características técnicas sobre tempo de duração, formato, entre outros.

Solicito por meio deste documento o seu consentimento para a participação nessa pesquisa por meio de uma entrevista online, realizada por meio do Google Meet, em um grupo com sete outras pessoas, que será gravada para facilitar a posterior análise das informações coletadas.

Os dados coletados na entrevista serão utilizados na realização desse trabalho podendo ser, também, utilizados em eventos ou publicações. Sua participação é voluntária e é garantida a liberdade da retirada do consentimento sem que esta atitude traga qualquer prejuízo.

Desde já agradeço sua contribuição e, caso tenha alguma dúvida, estaremos à disposição para esclarecimentos pelo telefone (14) 98136-3403, e-mails marcelo.bueno@unesp.br e osvando.j.morais@unesp.br.

Declaro que, após convenientemente esclarecido pelo pesquisador e ter entendido o que me foi explicado, consinto em participar da presente pesquisa.

Nome do participante:

Marcelo Narcizo Bueno Junior – Mestrando FAAC/Unesp

Prof. Dr. Osvando José de Moraes – Orientador FAAC/Unesp