UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

RENATA MICHETTI OTAVIANO
VITÓRIA LOPES GOMEZ

POR TRÁS DAS TELAS

BAURU
2024

RENATA MICHETTI OTAVIANO
VITÓRIA LOPES GOMEZ

POR TRÁS DAS TELAS

Relatório de Projeto Experimental apresentado como requisito para a obtenção do título de Bacharel(a) em Jornalismo pela Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp).

Orientadora: Dra. Liliane de Lucena Ito

BAURU
2024

Otaviano, Renata Michetti
Por trás das telas / Renata Michetti Otaviano, Vitória Lopes Gomez. – Bauru, 2024
49 f. : il.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Jornalismo)–Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientadora: Liliane de Lucena Ito

1. Cinema. 2. Redes sociais. 3. Streaming. 4. Crítica cultural. 5. Reportagem hipermídia. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design. II. Título.

RENATA MICHETTI OTAVIANO
VITÓRIA LOPES GOMEZ

POR TRÁS DAS TELAS

Relatório de Projeto Experimental apresentado como requisito para a obtenção do título de Bacharel(a) em Jornalismo pela Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp).

Bauru, 25 de novembro de 2024

BANCA EXAMINADORA

Profª. Drª. Liliane de Lucena Ito (orientadora)
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Prof. Dr. Gustavo Soranz Gonçalves
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Profª. Drª. Vivianne Lindsay Cardoso
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

AGRADECIMENTOS

De Renata:

À minha família – avós, tios e primos – pelo incentivo e carinho incondicionais ao longo dos anos.

Especialmente aos meus pais, Sergio e Rose, e aos meus irmãos, Carolina e André, por serem a base de tudo e por guiarem cada passo meu durante este percurso.

À minha namorada e companheira, Rebeca, pela paciência, pelo apoio incondicional e por crescer e sonhar ao meu lado.

Aos amigos, Amanda, Carlos, Ingrid e Maria Eduarda, pela sorte de tantos anos juntos e por serem meu porto seguro.

À Vitória, pela parceria diária e pelo apoio incansável que tornaram este trabalho possível.

À Profª Liliane, minha orientadora, pelos ensinamentos ao longo da graduação e pelo privilégio de conduzir este trabalho ao nosso lado.

De Vitória:

Agradeço, antes de tudo, aos meus pais, Patrícia e Maurício, que me deram a coragem e incentivo de correr atrás de cada sonho - e ao apoio e amor incondicional durante a realização de cada um deles.

Aos meus familiares, pelo carinho e compreensão durante a graduação, em especial minha irmã, Luíza, a quem sempre busquei servir de exemplo. Espero que a conclusão desta nova etapa seja mais uma na qual você possa se inspirar, com a certeza de que estarei aqui para acompanhar suas próprias conquistas.

À minha parceira, Ana Beatriz, que viu nascer este trabalho e torceu junto comigo. Obrigada pela compreensão, paciência e tranquilidade, mas, acima de tudo, pelo amor e pela sintonia dividida ao longo do ano. O próximo TCC será o seu!

Aos amigos de Bauru, que tornaram a estadia na cidade mais divertida, e aos de São Paulo, que me fizeram sentir ainda mais saudade de casa. Vocês sabem quem são, mas farei questão de agradecer um a um.

À Renata, por escutar minhas apreensões diárias e abraçar cada uma delas com humor e leveza. Graças à nossa parceria, nosso projeto saiu do papel!

E à Professora Liliane, que comprou nossa ideia de primeira, nos tranquilizou em cada etapa e, com seus ensinamentos, nos tornou profissionais melhores.

RESUMO

O presente relatório documenta o desenvolvimento do projeto experimental *Por Trás das Telas*, que deu origem a quatro reportagens hipermídia e a um webdocumentário em curta-metragem sobre consumo de audiovisual e suas mudanças a partir da ascensão das redes sociais e das plataformas de *streaming*. O trabalho teve como objetivo investigar e compreender as transformações na distribuição e no acesso de produções audiovisuais nos últimos anos, seja via plataformas de vídeo sob demanda, mídia física ou internet; discutir os impactos do acesso ao consumo por parte do público; e compreender as tendências para o futuro. Para isso, além das características de reportagens hipermídia e webdocumentário, identificadas ao longo do documento, fez-se uso de recursos transmidiáticos, como a integração a plataformas como *YouTube* e *Instagram*, criando-se um produto que pode ser acessado através de mais de uma porta de entrada.

Palavras-chave: Cinema; Redes sociais; Streaming; Crítica cultural; Reportagem hipermídia.

ABSTRACT

This report documents the development of the experimental project *Por Trás das Telas*, which resulted in four hypermedia reports and a short webdocumentary focusing on audiovisual consumption and its changes since the rise of social networks and video on demand platforms. The aim of the activity was to investigate and understand the changes in distribution and access to audiovisual productions in recent years, whether through video-on-demand platforms, home video or the internet; to discuss the impacts of access by the public; and to foresee trends for the future. To this end, in addition to the characteristics of hypermedia reports and web documentaries identified throughout the document, other transmedia elements were used, such as integration with platforms like *YouTube* and *Instagram*, creating a product that can be accessed through more than one gateway.

Keywords: Cinema; Social media; Streaming; Journalistic Reviews; Hypermedia report.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cores utilizadas na identidade gráfica 27
Figura 2 - Primeira versão do logotipo 27
Figura 3 - Segunda versão do logotipo 28
Figura 4 - Exemplo de uso das tipografias Helvetica e Futura na Home do site Por Trás das telas 29
Figura 5- Exemplo de uso da tipografia Avenir no título e corpo do texto da reportagem 29
Figura 6 - Imagem da capa do site 30
Tabela 1 - Custos do Trabalho de Conclusão de Curso 31

O site ‘Por Trás das Telas’, no qual as reportagens hipermídia e o webdocumentário que compõem este Trabalho de Conclusão de Curso, está disponível no link: <https://portrasdastelas.wixsite.com/portrasdastelas/>.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO **11**
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA **13**
2.1 Gênero e formatos jornalísticos 14
2.2 Reportagem hipermídia 15
2.3 Documentário 16
3. METODOLOGIA **18**
3.1 Pré-produção 18
3.3 Pós-produção 21
4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO **23**
4.1 Identidade gráfica 25
4.1.1 Cores 25
4.1.2 Logo 26
4.1.3 Fontes 27
4.1.4 Fotos 28
4.2 Redes sociais 29
4.3 Público-alvo 30
4.4. Custos de produção **30**
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS **32**
REFERÊNCIAS **34**
APÊNDICES **36**
Apêndice I - Questionário sobre streamings e redes sociais 36
Apêndice II - Gráficos com respostas dos usuários ao formulário 38
Apêndice III - Linha do tempo: Streamings no Brasil 42
Apêndice IV - Gráfico: Obras brasileiras por plataforma 43
Apêndice V - Gráfico: Motivo da lealdade de um consumidor a uma plataforma de streaming 43
Apêndice VI - Gráfico: Influência das redes sociais no consumo de obras 44
Apêndice VII - Gráfico: Influência das redes sociais na escolha de obras a serem assistidas 44
Apêndice VIII - Gráfico: Mudanças no consumo de audiovisual ao longo das gerações 45
Apêndice IX - Gráfico: Empregos interrompidos por IA até 2026 45
Apêndice X - Gráfico: Empresas que pretendem usar IA em processos de áudio nos próximos 3 anos 46
Apêndice XI: Cronograma do projeto Por Trás das Telas 47
Apêndice XII: Cronograma das redes sociais do Por Trás das Telas 49

1. INTRODUÇÃO

A popularização dos *DVDs*, na década de 2000, condenou os *VHSs* de volta às estantes. 20 anos depois, são os serviços de vídeo sob demanda (*VOD*), em especial as plataformas de *streaming*, que dominam as televisões, celulares e computadores ao redor do mundo. Dados do relatório *Data Stories*, da *Kantar Ibope Media*, presentes no documento *Um mercado em constante evolução*[1] da *IAB Brasil*, de agosto de 2023, por exemplo, mostram que 99,2% dos lares brasileiros consumiram vídeos nessas plataformas no primeiro semestre daquele ano. Segundo o mesmo documento, até aquele mês eram mais de 1,3 bilhão de assinaturas globalmente.

A chegada da *Netflix* em território nacional, em 2011, foi um marco nesse sentido. O público foi rapidamente atraído pela variedade do catálogo e pela possibilidade de assistir a conteúdos a qualquer hora, em qualquer lugar, sem precisar esperar o horário da novela ou aguardar o fim da exibição de comerciais.

Nos anos seguintes, *Amazon Prime Video* e *Globoplay* se juntaram à *Netflix* como uma das poucas opções, em um momento em que o mercado de *streaming* ainda era relativamente tímido. Foi a partir de 2020 que novos *players* começaram a apostar suas fichas na modalidade, aumentando a diversidade de plataformas e, em contrapartida, fragmentando o setor. Até o final de 2023, eram 62 plataformas de *VOD* atuando no Brasil, segundo dados do *Panorama do Mercado de Vídeo por Demanda no Brasil* (Agência Nacional do Cinema, 2024).

O *streaming* virou parte da vida cotidiana e mudou não só a lógica de distribuição cinematográfica, mas também de produção e consumo. Na tentativa de fidelizar assinantes diante da concorrência, a indústria igualmente se pauta na audiência na hora de determinar o que será produzido, agora com métricas mais certeiras.

Na ponta final do processo, o consumo por parte do público também muda, com as redes sociais desempenhando papel importante nesse cenário. Em uma sociedade extremamente midiatizada e conectada, elas se tornam mais um canal de consumo das obras, propiciando a ascensão de plataformas dedicadas a discussões sobre Cinema (a exemplo do *Letterboxd*), forçando críticos culturais a se adaptarem aos novos formatos e meios de divulgação, e as plataformas de *VOD* a considerar estratégias de marketing e medição de métricas considerando o universo online.

Essa mudança na lógica de consumo perpassa o dia a dia da população. Quem nunca se viu perdido entre tantas opções de filmes no catálogo, entre tantas plataformas? A

[1]Relatório acessível no link: https://iabbrasil.com.br/wp-content/uploads/2023/08/Paper-CTV.pdf

identificação deste fenômeno, que não se ateve ao consumo, mas também à produção e distribuição das obras diante da ascensão das plataformas de *streaming*, há pouco menos de meia década, motivou a escolha do tema. Pela complexidade do assunto, optou-se por uma série de quatro reportagens hipermídia e um webdocumentário em curta-metragem, cada qual se debruçando sobre os tantos efeitos observados no que tange à sétima arte nos últimos anos. Assim, foi possível não apenas abordar diferentes recortes dentro da temática geral, mas dá-los a devida profundidade em reportagens que aproveitam recursos textuais, sonoros, gráficos e audiovisuais para imergir o leitor, permitindo a criação de um produto dinâmico e atraente.

Desta forma, o objetivo deste trabalho foi investigar os efeitos observados e analisar seus desdobramentos e consequências para o Cinema e mercado cinematográfico, especialmente no Brasil, a fim de levantar discussões. Para isso, aproveitou-se de revisão bibliográfica sobre o tema e formato jornalístico escolhido, pesquisa documental, coleta de dados e entrevistas jornalísticas.

Por fim, o presente relatório divide-se em quatro partes, além das referências bibliográficas, apêndices e anexos. A primeira parte, *Fundamentação teórica*, apresenta os conceitos que norteiam essa produção, no formato e gênero jornalístico. Na *Metodologia*, são detalhadas as técnicas e processos utilizados durante a pré-produção, produção e pós-produção do projeto *Por Trás das Telas*. Já no capítulo *Descrição do Produto*, é possível identificar as características do produto, desde identidade visual do website e logotipo até a escolha das redes sociais como forma de divulgação do projeto. Ao final, as *Considerações finais* detalham os aprendizados e conclusões ao longo do Trabalho de Conclusão de Curso.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O advento da era digital e a popularização da internet nos anos 1990 mudaram a forma com que consumimos conteúdos. Os processos de leitura e escrita se tornaram coletivos (Lévy, 1999), se desenvolvendo mutuamente e criando uma nova esfera: a do ciberespaço. Nele, seres humanos navegam o universo de informações disponíveis em uma interconexão mundial de computadores (e, posteriormente, outros dispositivos), se aproveitando delas e as alimentando em retorno.

Na mesma linha, Jenkins (2009) - uma década mais tarde, em um cenário em que a internet é mais acessível - relata a ascensão de uma cultura participativa, em contraste com a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Se antes produtores e consumidores ocupavam papéis separados, agora as linhas se borram com uma participação ativa de ambos os lados, "onde o poder do produto de mídia e do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis" (Jenkins, 2009). Graças ao ciberespaço conceituado por Lévy, Jenkins afirma que o público vira produtor, influenciando a obra original e criando uma cultura de convergência que representa uma mudança de paradigma. Mudança esta que vale tanto para a forma como fãs assistem a obras audiovisuais (como *Matrix*, um dos projetos fortemente influenciados pela cultura participativa) e jogam jogos, quanto para como os produtores pensam nessas novas possibilidades na hora de produzi-los.

O Jornalismo não escapou dessa mudança. A popularização do mundo online permitiu o surgimento de novos horizontes para a escrita e leitura, no que ficou conhecido como webjornalismo. Segundo Ito (2018), as mudanças vieram em fases, cada uma adicionando mais características à prática. Já Longhi (2014) destaca um verdadeiro *turning point* na produção de textos jornalísticos, que agora podem ser complementados por vídeos, áudio, infografia e animações, se afastando das limitações do jornal impresso.

A ideia do webjornalismo vai ao encontro das proposições sobre convergência de Jenkins (2009) e permitem produções pensadas especificamente para a web, considerando a internet um meio legítimo de contar histórias.

Posteriormente, mídias móveis, como *smartphones* e *tablets*, seguem reconfigurando "a produção, publicação, distribuição, circulação, recirculação, consumo e recepção de conteúdos jornalísticos em múltiplas plataformas" (Barbosa, 2013, p. 42).

Mais uma vez, o Jornalismo não passa despercebido. Com a ascensão do ciberespaço, não só as formas de consumo e produção mudam, mas as próprias noções de gênero jornalístico se transformam, abrindo espaço para novas categorias, como a reportagem hipermídia, reportagem multimídia e reportagem *cross-media*, definições que compartilham características em comum entre si e, por seu caráter inovador, ainda são temas de estudos acadêmicos recentes. Neste trabalho, o foco é a reportagem hipermídia, que será abordada tanto como gênero jornalístico inovador quanto formato possibilitado pelo webjornalismo.

2.1 Gênero e formatos jornalísticos

As pesquisas sobre gêneros jornalísticos começaram na primeira metade do século XX. No Brasil, um dos nomes de destaque nesse campo de estudos, cujas proposições foram escolhidas para nortear esse trabalho, é a de José Marques de Melo.

Uma de suas proposições é a configuração dos gêneros jornalísticos em informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário (Marques de Melo; Assis, 2016). No entanto, mesmo com a divisão, os autores esclarecem que as fronteiras entre os textos jornalísticos não são puras e muitas vezes uma característica não está restrita a apenas um gênero, mas sim dividida de acordo com sua função social. São elas, respectivamente: a vigilância social, o fórum de ideias, o papel esclarecedor, a distração e o auxílio na tomada de decisões rotineiras.

Entende-se que a categoria que melhor se encaixa no trabalho aqui proposto é a interpretativa, tanto pelo seu conteúdo quanto pelo objetivo de contextualizar o factual dentro de um recorte histórico e social. Isto porque, de acordo com Roberto Leandro e Cremilda Medina, responsáveis por cunhar o gênero interpretativo nacionalmente, este está ancorado na ideia de que a interpretação busca "encontrar o sentido das diferentes forças que atuam num fenômeno", logo, os produtos desta categoria partem do "esforço de determinar o sentido de um fato através da rede de forças que atuam nele". Porém, há uma diferença em relação ao jornalismo opinativo, ao passo que, no interpretativo, não há a valoração do fato ou da interpretação (Leandro; Medina, 1973, p. 15-16 apud Assis, 2010, p. 22). Já para Erbolato (2001), o jornalismo interpretativo trabalha com a "explicação das causas de um fato, da localização dele no contexto social e suas consequências" (Erbolato, 2001, p. 34), além de apresentar características de escrita humanizada, na qual a informação adentra o ambiente do leitor, fazendo com que ele a sinta.

No geral, os autores citados consideram que a reportagem está na categoria de jornalismo interpretativo (com exceção de quando assume tons literários. Nesse caso, pertence ao gênero diversional). Entre as características da reportagem, há a preocupação em não

somente anunciar um fato, como na notícia, mas enunciar, ou seja, embutir um discurso na narração a partir da interpretação e da análise de dados daquilo que se apurou (Sodré; Ferrari, 1986). Ainda, segundo Beltrão (1976), as produções interpretativas buscam aprofundamento e complementarização do fato a partir daquilo que se considera significativo ao público. Além disso, para Ito (2018), há uma certa liberdade estilística na reportagem.

Porém, com a ascensão das mídias tecnológicas e, consequentemente, do jornalismo digital, mesmo os modelos mais tradicionais de classificação já não são mais suficientes para dar conta dos gêneros e formatos jornalísticos (Seixas, 2009). Apesar das características mais marcantes permanecerem (como a diferenciação fundamental entre notícia e reportagem explicitada acima), novas possibilidades ampliam os horizontes da produção. É nesse contexto que surge a reportagem hipermídia, escolhida para o desenvolvimento do presente produto experimental.

2.2 Reportagem hipermídia

De acordo com Ito (2018), essa modalidade cria "inter-relações até então inéditas entre emissor, mensagem, receptor e produções do receptor" e o seu objetivo principal é novo: o de apresentar imagens por meio de uma linguagem inédita e integrada. Como prega McLuhan, o "meio é mensagem", com cada meio transformando radicalmente o conteúdo veiculado por ele. Ou seja, a reportagem hipermídia aproveita os recursos disponíveis na web para apresentar seu conteúdo.

Dessa forma, algumas das principais características da reportagem hipermídia para Ito (2018) são a hipertextualidade, hipermidialidade, imersão provocada pela tecnologia e transmidialidade.

No que diz respeito à hipertextualidade, a *Teoria do Hipertexto* assume uma escrita mais aberta, multilinear e construída por blocos de informações com *hiperlinks*, "permitindo ao leitor a seleção, a combinação e o aprofundamentos dos e nos hiperlinks" (Baccin, 2008, p. 18). Ou seja, segundo a autora, o hipertexto potencializa a participação dos leitores na construção das narrativas, já que cada um "pode escolher o caminho que quer seguir na narrativa", ideia que vai ao encontro das proposições de Jenkins sobre participação ativa. A característica também pressupõe a interatividade, em que a leitura já não é mais um processo passivo, mas prevê a tomada de decisão por parte dos leitores. Além disso, para Baccin (2008), as narrativas hipertextuais agregam profundidade à reportagem hipermídia.

> Nas narrativas jornalísticas hipertextuais as informações são construídas em camadas que agregam níveis de profundidade à reportagem hipermídia, possibilitando ao leitor acesso às camadas mais profundas de informação e da

> estrutura narrativa. A reportagem hipermídia permite ainda um enriquecimento da experiência espacial pela sobreposição de camadas de informação. É necessário que o leitor percorra o espaço narrativo, que se configura nas camadas, para ter acesso a partes da história que estão ocultas. (BACCIN, 2008, p.133)

Ainda nas características da reportagem hipermídia, para além do hipertexto, da exploração das possibilidades da web e da inclusão de diferentes formatos na página, como fotos, vídeos, infografias, mapas e sons, Ito (2018) menciona a imersão provocada pela tecnologia, que tem relação com a própria experiência de consumo. Nesse caso, a reportagem não foca apenas no conteúdo, mas também na experiência daquele que a lê, através de uma estrutura horizontalizada que permite a navegação livre no "labirinto hipermídia" e impacta na forma como os leitores interagem com a mensagem.

Nesse ponto, há que se considerar que, com a ampliação do acesso à internet em dispositivos móveis, especialmente smartphones, a produção, publicação, distribuição e circulação dos conteúdos - bem como seu consumo - também depende de múltiplas plataformas. Assim, o design responsivo se faz essencial. Ajustes como tamanho da tela e adaptação da informação para diferentes dispositivos, sem perda ou descaracterização do layout da página, agregam na experiência do usuário.

A reportagem hipermídia também se apoia na credibilidade e na inovação da apresentação, "pois são os itens que fidelizam os leitores atentos à qualidade do jornalismo em uma era de pós-verdades e proliferação de *fake news*" (Ito, 2018). No entanto, como a valoração da inovação é relativamente arbitrária (as reportagens hipermídia não se apoiam em métricas de visualizações, mas em tempo de leitura, por exemplo), faz-se necessário estratégias de distribuição transmídia para ampliar a circulação, com enfoque em múltiplos pontos de acesso nas redes sociais.

Para Ito (2018), uma das características dessa modalidade é justamente ser potencialmente transmidiática, também convergindo com as ideias de Jenkins, que já pregava o acesso através de múltiplos canais como forma de ampliar a narrativa. Segundo Renó (2014), a narrativa transmídia aproveita das possibilidades comunicativas pós-modernas, como a interatividade e participação do consumidor, o que, por sua vez, também amplia a narrativa.

2.3 Documentário

Como a reportagem hipermídia prevê (e permite) a inclusão de conteúdos audiovisuais, a produção de um documentário agrega na proposta de criar um ambiente hipermidiático,

explorando a multimidialidade. Assim sendo, vale ressaltar que o ciberespaço que possibilitou o webjornalismo também provocou mudanças na produção, distribuição e consumo dos documentários.

Machado (2011) defende que a palavra documentário em si já se tornou insuficiente para dar conta da extensão da produção dentro do gênero, tanto pelo hibridismo da linguagem quanto pela indefinição do que o caracteriza (a oposição à ficção, por exemplo, já não daria mais conta de defini-lo, pois existem obras que usam atuações para retratar situações reais e, ainda assim, historicamente são consideradas documentários). A partir dessa proposição, o autor define novas categorias de documentário, como documentário híbrido, falso documentário, metadocumentário e até animação.

Uma possibilidade (não explicitada por Machado, mas abordada por outros autores) é a do webdocumentário. Segundo Bauer (2011), webdocumentários são produtos audiovisuais que utilizam a internet como meio de distribuição e engajamento do público. Entre as características desse novo formato, estão a interatividade, na qual o espectador escolhe como quer assistir ao produto, e o impacto na representação da realidade, em que a obra promove uma conexão mais próxima entre público e tema abordado, inclusive com o engajamento. Além disso, o autor enfatiza o uso de diferentes recursos digitais, como inclusão de vídeos, imagens, textos e áudio que enriquecem a narrativa e permitem uma abordagem mais dinâmica.

Spinelli (2013) vai ao encontro da definição de Bauer e conceitua o webdocumentário como uma nova forma de narrativa digital que combina elementos documentais com interatividade, inclusive por meio de recursos digitais para contar histórias e envolver o público. A autora também analisa como esse formato expande a possibilidade de engajamento por parte dos espectadores.

Já para Della Justina (2013), o webdocumentário é uma forma híbrida de narrativa que combina elementos do documentário tradicional com as possibilidades multimídia da internet, como a exploração dos recursos digitais. A autora também destaca a necessidade de adaptação por parte dos criadores às novas tecnologias, em resposta à adaptação das práticas midiáticas e expectativas do público, além de tornar as histórias mais acessíveis.

3. METODOLOGIA

Para cumprir o objetivo deste Trabalho de Conclusão de Curso - produzir uma série de reportagens hipermídia e um webdocumentário em curta-metragem sobre mudanças no consumo de audiovisual -, empregou-se revisão bibliográfica; análise documental e coleta de dados (através de pesquisa quanti-qualitativa); técnicas jornalísticas apreendidas durante a graduação (como produção de pautas e entrevistas); e técnicas de produção de documentário.

Diante do interesse prévio em estudar sobre Cinema e consumo cinematográfico, pela familiaridade com o tema e a percepção de seus desdobramentos no dia a dia, a primeira etapa deste trabalho foi a revisão bibliográfica. Através de pesquisas no buscador acadêmico *Google Scholar* e de indicações de leituras por parte da orientadora, foram selecionados materiais iniciais que nortearam o estudo da temática geral. Tendo compreendido conceitos básicos e os andamentos das pesquisas sobre o campo de estudo, foi possível iniciar a produção do site *Por Trás das Telas*. A revisão bibliográfica, no entanto, se seguiu durante o restante do ano, já que consiste em uma atividade constante em trabalhos acadêmicos, indo do início da percepção do problema a ser estudado até a análise dos resultados (Stumpf, 2005).

Por se tratar de uma série de reportagens desenvolvidas durante 2024, considerou-se essencial aproveitar assuntos em alta no momento da redação e publicação. A dupla, então, fracionou os processos de pré-produção, produção e pós-produção ao longo do ano, conforme detalhado no Cronograma (Apêndice XI).

3.1 Pré-produção

A etapa de pré-produção começou com a revisão bibliográfica do gênero jornalístico informativo e dos formatos escolhidos, a reportagem hipermídia e o webdocumentário. As leituras se seguiram durante toda a produção e pós-produção do trabalho.

No começo de abril, o grupo definiu como funcionaria o fluxo de trabalho: cada uma das duas integrantes realizaria duas reportagens separadamente, e o webdoc seria realizado em conjunto, ao final. Dessa forma, foi possível estabelecer um cronograma considerando a divisão do trabalho.

Em seguida, iniciou-se o levantamento e a produção das duas primeiras pautas, uma para cada integrante. As seguintes matérias foram propostas logo após a finalização da anterior, como explicado previamente. Esse processo incluiu pesquisa documental junto a relatórios de empresas de dados e órgãos regulatórios do Cinema, como a Agência Nacional

do Cinema (Ancine), leituras de pesquisas acadêmicas que nortearam as entrevistas com pesquisadores, e levantamento e análise de dados.

Nas duas primeiras produções, realizou-se também coleta de dados própria para complementar os estudos já publicados sobre o tema. Para isso, criou-se um formulário no *Google Forms* contendo perguntas de múltipla escolha e dissertativas para entender os hábitos de consumo cinematográfico do público no que diz respeito à assinatura de streamings e redes sociais (Apêndice I), temas das duas primeiras reportagens. Optou-se por um formulário mais longo, com perguntas referentes aos dois recortes escolhidos (distintos, mas sob o mesmo tema geral) e que seriam úteis para ambas produções, em detrimento de dois documentos separados que poderiam ter alcance e número de respostas diferentes. O formulário foi divulgado para discentes da Unesp Bauru através do e-mail da Assessoria de Comunicação e Imprensa (ACI) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, em grupos de *WhatsApp* e redes sociais, e para círculos sociais próximos. Ele permaneceu aberto entre 16 e 25 de abril de 2024 e obteve 160 respostas.

Com a pauta e dados documentais coletados (e dados próprios em processo de coleta), deu-se início às entrevistas de ambas as reportagens. Os entrevistados foram escolhidos com base na relação com o tema e selecionados a partir de pesquisas no currículo *Lattes*, no *LinkedIn* e por indicação.

Os processos empregados nas duas primeiras reportagens se repetiram para as seguintes, com levantamento de pautas, dados e entrevistados antes de iniciar as entrevistas e a redação.

Ainda no primeiro semestre, simultaneamente às duas primeiras reportagens, deu-se início ao desenvolvimento da identidade visual e do site do *Por Trás das Telas*. Para isso, optou-se pela contratação da designer Aryadne Xavier. Com a terceirização desta etapa, foi possível focar na redação das matérias. Nesse período, foram realizadas três reuniões com a profissional, uma para explicar o projeto, uma de *brainstorming* e *briefing*, e outra de acompanhamento. Durante todo o processo, a dupla e a designer se comunicaram via *WhatsApp* para testes das plataformas, solicitações de mudança nos produtos e alinhamento do projeto. O trabalho culminou no logo e identidade visual que estampam o site do *Por Trás das Telas* no *Wix*. Também durante esse período, as duas primeiras reportagens foram publicadas no site para testes visuais, de disponibilidade de recursos na versão gratuita e eventuais ajustes da responsividade da plataforma.

Já no segundo semestre (conforme especificado no cronograma), iniciou-se a pré-produção do documentário. O tema, a Video Connection, uma das últimas locadoras vivas na cidade de São Paulo (e justamente onde costumava ficar a Cinelândia Paulista), foi

definido a partir da curiosidade da dupla em conhecer mais sobre a história do estabelecimento - e como este sobrevive até hoje. Então, realizou-se uma pesquisa documental sobre a locadora, através de outras reportagens jornalísticas que já tinham abordado o tema, materiais da Video Connection nas redes sociais ao longo do tempo e visitas ao estabelecimento para entrevistar o proprietário, Paulo Sérgio Baptista Pereira.

3.3 Produção

Tanto no primeiro quanto no segundo semestre, depois do levantamento e produção das pautas, iniciou-se as entrevistas, realizadas pessoalmente, por chamadas de vídeo e por mensagens em texto e áudio no *WhatsApp*. Optou-se por conversar com especialistas e profissionais atuantes nos respectivos setores das quais as reportagens se debruçam, pesquisadores e outras pessoas que dão uma nova perspectiva ao tema, prezando pela diversificação de vozes. Os entrevistados que colaboraram com o projeto foram, em ordem alfabética:

1. Bernardo Fontaniello, jornalista e doutorando em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho;
2. Bernardo Klaus, estudante e dono do perfil CineWheel;
3. Diego Quaglia, bacharel em Cinema e Audiovisual, e crítico de Cinema;
4. Fabiana Lima, crítica de Cinema filiada à Critics Choice Association e à Associação Brasileira de Críticos de Cinema, colunista no site Cinem(ação) e dona do projeto Cinemafilia;
5. Henrique Parizi, estudante;
6. Ingrid Veronesi, Sales Director - Country Manager da Comscore;
7. Jefferson Dantas, Doutor em Ciências Sociais pelo Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas-IFCH/UNICAMP;
8. Karina Bousso, professora da Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP) e especialista em streaming e consumo;
9. Kened Telles, administrador da página @filmsbrz no Instagram e TikTok;
10. Lígia Fragano, fundadora da empresa Little Brown Mouse;
11. Lucas*, administrador do perfil @outcinemabr (*não quis revelar o sobrenome);
12. Luíza Gomez, estudante de Rádio, TV e Internet na Universidade Federal de Juiz de Fora;

13. Márcio Sallem, crítico de Cinema filiado à Critics Choice Association e à Associação Brasileira de Críticos de Cinema, e dono do site Cinema com Crítica;
14. Marina Rodrigues, produtora-executiva dedicada a políticas públicas para o audiovisual e dona do projeto Simplificando Cinema;
15. Paula Ferraz, assessora de imprensa e sócia proprietária da assessoria Sinny Comunicação;
16. Thiago Ladeira, Presidente do Conselho Fiscal do Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversões do Estado do Rio de Janeiro (SATED-RJ);
17. Thomas Frenk, supervisor de pesquisa e desenvolvimento em Inteligência Artificial da O2 Filmes;
18. Vitor Evangelista, jornalista;

No total, foram 16 entrevistas por vídeo via *Google Meet*, uma por áudio via *WhatsApp* e uma presencialmente no campus da Unesp Bauru. Em seguida, a dupla dedicou-se à transcrição e decupagem dos materiais, para, finalmente, iniciar a redação. Este processo também incluiu a construção de infográficos pertinentes aos assuntos, bem como busca de materiais complementares (como publicações no *X* e *Instagram*, vídeos e imagens).

Já em relação ao documentário, a etapa de produção consistiu na redação do roteiro a partir da pesquisa realizada na pré-produção. Viajamos a São Paulo para realizar a gravação do material no final de semana dos dias 14 e 15 de setembro. Conforme cronograma de gravação estabelecido, a entrevista presencial com o Paulo aconteceu no sábado, juntamente com gravações dentro da locadora, e as imagens de ambientação foram feitas no domingo.

Após as gravações, a dupla realizou a organização e a decupagem do material, que nortearam o processo de montagem. Na semana seguinte, o estúdio de rádio da Unesp foi usado para gravações da narração em *off*. Com todos os materiais gravados, foi possível iniciar a edição, seguida dos feedbacks da orientadora e dos ajustes necessários.

3.3 Pós-produção

Assim como a pré-produção e a produção, a pós-produção também se estendeu ao longo do ano, seguindo os processos de cada reportagem e webdocumentário. Após a redação de cada matéria, a dupla trocou os materiais entre si para revisão e fez *upload* no site. Inicialmente, a intenção era testar a disponibilidade de recursos no *Wix* e realizar ajustes que melhoram a experiência de leitura. Em seguida, a orientadora deste projeto deu feedbacks

tanto no texto quanto no site, posteriormente ajustados e atualizados, em data próxima à entrega do relatório à banca e divulgação nas redes sociais.

Já no segundo semestre, a dupla começou os planejamentos para divulgação do produto. Como o *X* estava, no momento da reunião de *brainstorming*, fora do ar no Brasil, optou-se por divulgar o trabalho apenas no *Instagram*. Isso porque a plataforma tem uma faixa etária predominante de jovens adultos (entre 18 e 34 anos), mas que está crescendo. Apesar do projeto não ter uma faixa etária alvo (como será detalhado na *Descrição do Produto*), entende-se que o usuário provavelmente esteja antenado às mudanças do setor audiovisual, tenha contato com *streaming* e redes sociais. Além disso, de acordo com Jenkins, a plataforma atinge pessoas com interesses diversos e permite um engajamento ativo, levando os leitores do aplicativo do *Instagram* ao site do *Por Trás das Telas*.

Com a rede social definida, foram planejadas sete publicações, descritas no *Apêndice*: uma de introdução ao *Por Trás das Telas*, explicando do que se trata o projeto; uma de apresentação da equipe; quatro para as reportagens textuais; e uma para o webdocumentário. As postagens começaram no dia 20 de setembro e aconteceram semanalmente às sextas-feiras, entre 18 e 19 horas, com término no dia 1 de novembro, data planejada para entrega deste relatório à banca. No entanto, previu-se a possibilidade de publicações adicionais para divulgação e lembrete da data da apresentação para os seguidores.

Para a produção das artes, optou-se pela contratação da comunicadora visual Luíza Lopes Gomez, em uma troca de serviço para servir como portfólio, permitindo que a dupla focasse na finalização da produção da quarta e última reportagem, e do webdocumentário.

Também na reta final do projeto, após a finalização da produção de cada um dos materiais, a dupla fez ajustes de responsividade no site, novas edições nas reportagens, de forma a deixá-las atualizadas para o momento da publicação (a nova edição de cada texto aconteceu na semana de publicação no *Instagram*), e redação deste relatório.

4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O produto final deste Trabalho de Conclusão de Curso consiste no site do *Por Trás das Telas*. O nome foi decidido a partir de um *brainstorm*, buscando elementos e frases que remetam à temática do projeto. Optou-se pelo nome *Por Trás das Telas* para remeter aos eventos dos bastidores do mercado cinematográfico.

A decisão do títulofoi seguida pela criação do site na plataforma *Wix*, na versão gratuita, que oferece as ferramentas essenciais para atender às demandas do produto. A produção do design do website aconteceu com o apoio de uma designer contratada, Aryadne Xavier.

Após as reuniões de *briefing* e de alinhamento descritas na *Metodologia*, chegou-se a um produto dividido em quatro abas principais, dispostas em um menu na parte superior direita da tela, de forma a otimizar a navegação. São elas: *Home*, *Reportagens*, *Sobre nós* e *Glossário*. Cada aba foi pensada com um propósito, com palavras-chave que facilitassem a identificação pelo leitor.

A primeira página, intitulada *Home*, contém uma foto de capa com elementos que remetem ao tema escolhido e um texto introdutório que apresenta o leitor à temática geral do projeto.

A segunda, chamada *Reportagens*, conta com um menu expandido com seis opções: *Todas as produções*, *Streamings*, *Redes sociais*, *Crítica cultural*, *Inteligência Artificial* e *Mídia física*. Tratam-se das páginas que guiarão o leitor às quatro reportagens e ao webdocumentário produzidos. Os títulos que compõem o menu são palavras-chave escolhidas de acordo com o recorte abordado em cada conteúdo, para facilitar a identificação, e dispostos em ordem cronológica de produção.

O primeiro item do menu expandido consiste no *feed* com todas as produções, dispostas em formato de blocos.

Já o segundo item é a primeira reportagem, intitulada *Os streamings vieram para ficar - mas terão que se adaptar*, que aborda o impacto das plataformas de vídeo sob demanda na produção, distribuição e consumo de audiovisual, e como este influencia o mercado e os hábitos do próprio consumidor. Além do recurso textual, a reportagem conta com dois infográficos, inserções de publicações de redes sociais e um trecho em áudio de uma das entrevistas realizadas durante a produção.

A segunda reportagem (terceiro item do menu), batizada de *Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual no mundo*, trata da influência das redes sociais

no consumo, debate e divulgação das obras cinematográficas. Igualmente, o material conta com inserção de publicação de redes sociais e três infográficos.

A terceira reportagem (quarto item), *Influencer ou crítico? Como a internet está mudando a crítica de cinema*, discute como a profissão dos críticos culturais mudou diante da ascensão das redes sociais e dos chamados 'influenciadores digitais', os obrigando a se adaptar. Neste caso, de forma complementar ao aparato textual, optou-se por disponibilizar trechos das entrevistas em vídeo de cada um dos entrevistados dando sua opinião sobre o tema. Há, também, o áudio da assessora de imprensa Paula Ferraz, que atua no setor cultural junto a críticos e influenciadores, e não pôde realizar a entrevista em vídeo por estar cobrindo o *Festival de Cannes*.

A quarta e última reportagem textual (quinto item do menu) é chamada *Ferramentas de Inteligência Artificial ameaçam as bases da indústria cinematográfica* e trata dos efeitos da ascensão da Inteligência Artificial Generativa no mercado cinematográfico. O material buscou explicar os impactos dos novos artifícios tecnológicos na classe trabalhadora. Há, novamente, a inserção de dois infográficos, além de trechos de vídeos retirados no *YouTub*e.

Já o sexto e último item do menu, *Mídia física*, traz o webdocumentário em curta-metragem. Optou-se por um texto introdutório sobre o tema e o link do vídeo no *YouTube* incorporado à página, possibilitando a visualização tanto pelo site do *Por Trás das Telas*, quanto o reencaminhamento para a plataforma de vídeos. Isso porque, por se tratar de um projeto transmidiático, há a preocupação em fornecer mais de uma porta de entrada ao leitor - nesse caso, através da plataforma de vídeos. O material trata sobre uma das últimas locadoras de São Paulo, a Video Connection, que se desenvolveu em uma região simbólica da cidade, antigamente conhecida como Cinelândia Paulista, e continua viva apesar dos desafios, mostrando a importância da preservação da mídia física.

Vale destacar que, apesar da separação em diferentes páginas, as quatro reportagens e o webdocumentário conversam entre si na temática abordada, compondo, juntos, o *Por Trás das Telas*. A intenção da separação foi justamente permitir que o próprio leitor se guiasse no site, de acordo com o formato da reportagem hipermídia. No entanto, os materiais são independentes entre si e a não leitura de um ou mais deles não acarreta prejuízo na compreensão.

De volta ao menu principal, a aba intitulada *Sobre nós* apresenta a proposta do projeto em si, um site concebido como Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo da Unesp, e as integrantes, com suas respectivas fotos e minibiografias.

Por fim, a quarta e última aba do menu principal é o *Glossário*, página dedicada à explicação de palavras-chave e termos especializados abordados nas reportagens. Durante o corpo dos conteúdos, há *hiperlinks* que encaminham o leitor, em uma janela separada, às respectivas palavras.

Em todas as abas e páginas do site (no caso das reportagens), há o logo do *Por Trás das Telas* no canto superior esquerdo e a identificação das autoras do projeto ("um projeto por Renata Otaviano e Vitória Gomez") no canto inferior esquerdo.

4.1 Identidade gráfica

4.1.1 Cores

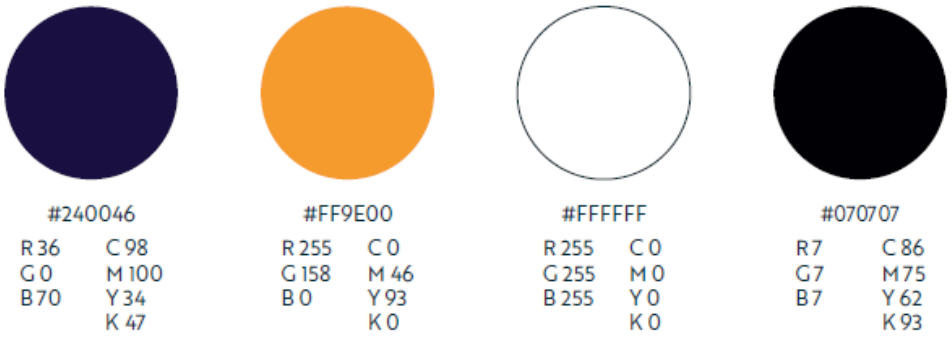
As cores escolhidas para a identidade visual do projeto foram o Amarelo (#FF9E00), Roxo (#240046), Branco (#FFFFFF) e Preto (#070707).

O roxo foi selecionado porque, além de transmitir a sensação de respeito e sabedoria, é associado, no imaginário popular, à tecnologia (vide o logo da *Nubank*), um tema central no projeto. Já o amarelo é uma cor complementar que, além de harmonia, transmite a sensação de energia e descontração, de forma a possibilitar uma leitura mais leve. A escolha das cores também levou em conta o peso visual, considerando-se a experiência de leitura, na qual buscou-se leveza e dinamicidade, mas sem chamar mais atenção do que o conteúdo.

O Branco pode ser encontrado no plano de fundo do site, em todas as abas e páginas. O Roxo é utilizado no texto introdutório (na *Home*); na identificação e biografia dos membros do projeto (no *Sobre Nós*); nos títulos e subtítulos das reportagens, para destaque; no menu principal e nos itens do *Glossário*. O Amarelo pode ser encontrado no rodapé das páginas, no nome das autoras; nos infográficos das reportagens; nos *hiperlinks* que levam aos temas do glossário (ademais *hiperlinks*, que reencaminham para fora do site, utilizam a cor padrão do *Wix*); e no título da seção *Sobre o projeto*. O Preto é encontrado no texto e citações das reportagens; e no logo do projeto.

Há, ainda, o uso de cores extras nos infográficos da primeira reportagem, para apresentar as informações de forma visual com a devida diferenciação entre os elementos, sempre prezando pela paleta da identidade visual.

Figura 1 - Cores utilizadas na identidade gráfica



Fonte: Aryadne Xavier

4.1.2 Logo

O logotipo do *Por Trás das Telas* foi pensado para ser simples e minimalista, mas não menos impactante. Em conjunto com a designer contratada para a elaboração da peça visual, optou-se pelo uso do nome do projeto junto de um elemento que remeta à temática proposta.

Após a apresentação de algumas opções, chegou-se ao consenso de duas versões do logo. Na primeira, o nome "Por Trás das Telas" fica alinhado à direita, com linhas verticais e horizontais dispostas em formato de uma tela, à esquerda.

Figura 2 - Primeira versão do logotipo

Fonte: Aryadne Xavier

Na segunda versão, o “Por Trás das Telas” aparece centralizado, com as mesmas linhas em uma disposição diferente: dessa vez, ficam ao redor do nome, como se o próprio título do projeto estivesse dentro da tela.

Figura 3 - Segunda versão do logotipo

Fonte: Aryadne Xavier

A fonte utilizada nas palavras “Por Trás das” foi a Helvetica, uma tipografia desenvolvida para ser limpa e neutra. Já na palavra “Telas”, que aparece em tamanho maior no logo, a fonte foi a Futura, uma tipografia desenvolvida para ser igualmente limpa, mas marcante.

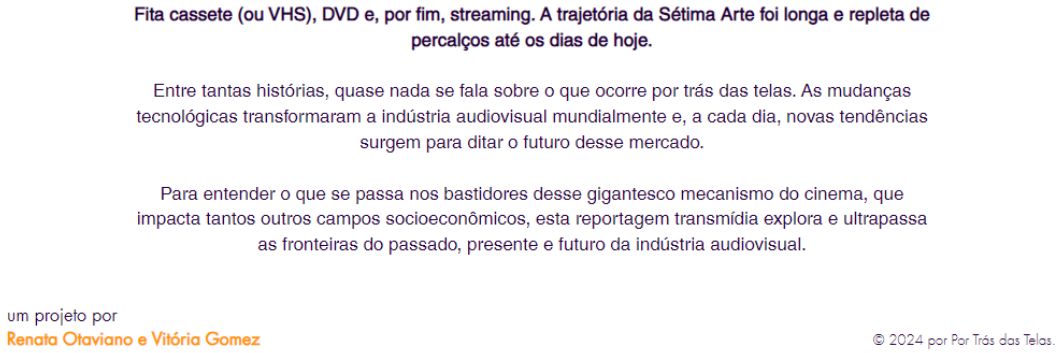
4.1.3 Fontes

As fontes escolhidas para a identidade visual do projeto foram Helvetica, Futura e Avenir.

A Helvetica é uma tipografia desenvolvida por Max Miedinger e Eduard Hoffman, criada para ser clara e neutra, propiciando uma leitura sem empecilhos. No site, foi usada na *Home* na versão Regular (tamanho 18) para corpos de texto; no *Sobre nós*, na versão Bold para títulos e nomes dos membros dos projetos (tamanho 35), e na versão Regular para a descrição do projeto e textos das biografias (tamanhos 15 e 18, respectivamente); e no *Glossário*, na versão Bold (negrito) para títulos (tamanho 20) e na versão Regular para corpos de textos (tamanho 16). Também foi usada em parte do logotipo (“Por Trás das”).

A tipografia Futura foi criada por Paul Renner com o objetivo de ser limpa e promover grande impacto. Ela é usada no logotipo do *Por Trás das Telas* (“Telas”) e no rodapé do site (na versão Light, tamanho 16).

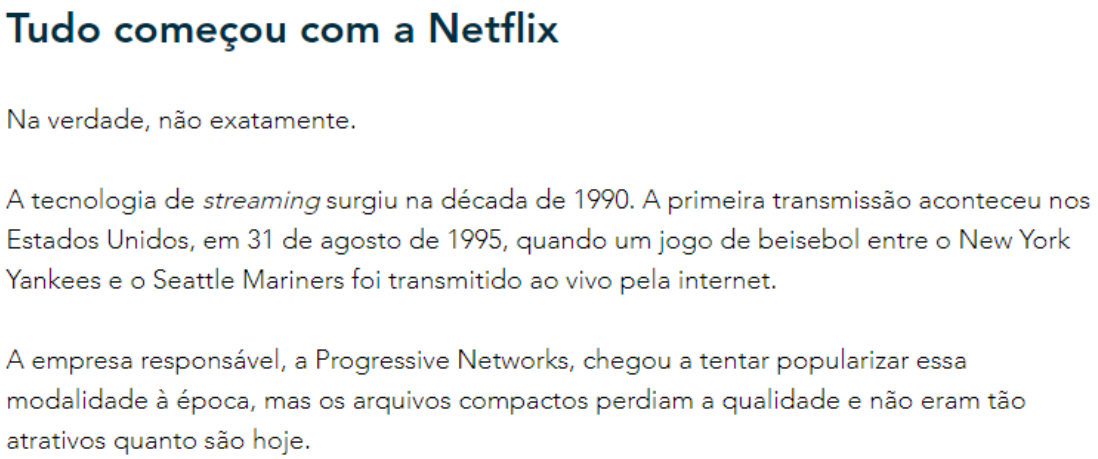
Figura 4 - Exemplo de uso das tipografias Helvetica e Futura na Home do site *Por Trás das Telas*



Fonte: Por Trás das Telas

A tipografia Avenir foi desenvolvida por Adrian Frutiger para ser limpa e neutra, facilitando a leitura sem tirar o foco do conteúdo. É possível encontrá-la no corpo do texto das reportagens na versão Light (tamanho 18) e nos títulos na versão Bold (tamanho 22).

Figura 5 - Exemplo de uso da tipografia Avenir no título e corpo do texto da reportagem



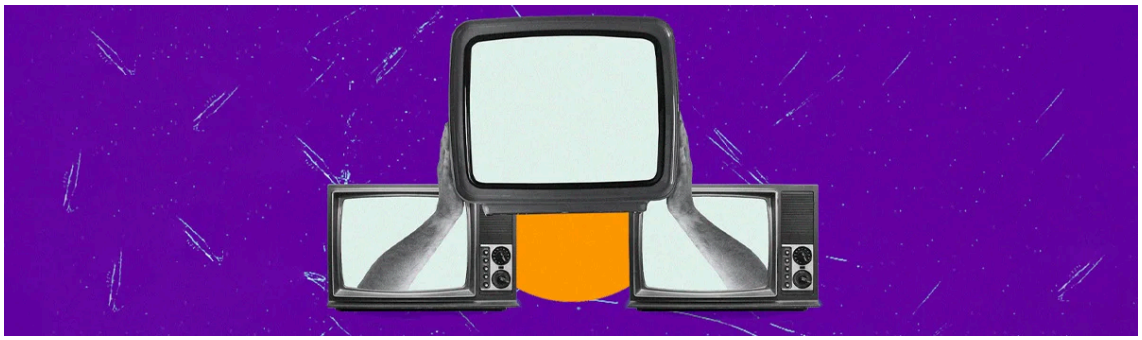
Fonte: Por Trás das Telas

4.1.4 Fotos

Tanto a foto da capa do projeto, na *Home*, quanto as das reportagens foram retiradas do banco de imagens *Shutterstock*, escolhidas de acordo com a temática abordada.

No caso da ilustração da *Home*, a imagem foi editada para ter as cores escolhidas para o projeto, ou seja, o roxo e o amarelo especificados acima.

Figura 6 - Imagem de capa do site



Fonte: Aryadne Xavier

4.2 Redes sociais

Por se tratar de um produto transmidiático, que requer mais de uma porta de entrada, optou-se pela criação de um perfil no *Instagram* para o *Por Trás das Telas*. Na rede social, é possível não apenas divulgar o trabalho, mas experimentar uma linguagem visual diferente daquela apresentada no site.

Para isso, a comunicadora visual Luíza Lopes Gomez participou do projeto na criação das artes, a partir de uma reunião de *brainstorm* e alinhamentos sobre a ideia a ser seguida. A proposta era buscar elementos que remetessem à temática trabalhada, mesclando o aspecto analógico com o digital, mas com um tom mais casual e divertido, se adaptando para o público do *Instagram*. Além disso, optou-se pelo uso de carrosséis de imagens e *templates*, que pudessem chamar para o conteúdo completo no site enquanto aproveitava das características marcantes da rede social.

Assim, surgiu o perfil *@portrasdastelastcc*. A foto de perfil definida foi a segunda versão do logotipo do projeto, que se encaixou melhor ao ícone arredondado do *Instagram*. As artes, apesar da diferença de tom em relação ao site, usam as mesmas tipografias e cores, visando manter a identidade e unidade visual do trabalho.

Por lá, as publicações aconteceram semanalmente nas sextas-feiras, entre às 18 e 19 horas, dos dias 20 de setembro a 1 de novembro. O calendário foi pensado de forma inversa à entrega do Trabalho de Conclusão de curso à banca avaliadora, momento que consideraríamos o trabalho encerrado, mas considerando-se a possibilidade de publicações adicionais para divulgação da data de apresentação.

O perfil no *YouTube* também usa a segunda versão do logotipo do *Por Trás das Telas* e conta com uma apresentação do projeto, de forma a situar espectadores que encontrem o conteúdo diretamente por lá. Na rede social de vídeos, o webdocumentário foi publicado na íntegra, com legenda chamando os usuários para visitar o site e o restante das reportagens.

4.3 Público-alvo

O *Por Trás das Telas* trata de um tema que ressoa em diversas camadas sociais e faixas etárias: o consumo de cinema. Com linguagem simples e termos especializados explicados (como no *Glossário*), o objetivo é se fazer acessível.

A dificuldade em definir um público-alvo também envolve o próprio caráter do projeto. Cada uma das quatro reportagens e do webdocumentário tratam de temas diferentes dentro da temática mais ampla, podendo atingir públicos diferentes de acordo com a familiaridade. Por exemplo, enquanto pessoas mais velhas podem se interessar mais pelo tema da mídia física, jovens adultos adeptos ao *Letterboxd* podem se sentir mais representados pela abordagem das redes sociais.

Essa é a intenção do *Por Trás das Telas*: criar reportagens especializadas para pessoas interessadas nos temas envolvendo audiovisual. Assim, pode-se considerar uma faixa etária mais ampla, de 18 a 60 anos - público que vem vivenciando os desdobramentos na indústria cinematográfica e das plataformas de *streaming* em primeira mão -, e com uma característica em comum: interesse por Cinema.

Por se tratar de uma rede social com lógica própria, porém, espera-se que o perfil do *Por Trás das Telas* no *Instagram* atinja majoritariamente jovens adultos, que tendem a engajar nas discussões sobre Cinema.

Já no *YouTube*, espera-se que o público seja mais amplo, já que a plataforma de vídeos funciona pela busca direta por palavras-chave e recomendações relacionadas.

O projeto tampouco define uma delimitação geográfica para seu público, já que os conteúdos abordam temas com um viés nacional e a internet amplia fronteiras, podendo alcançar qualquer falante da língua portuguesa.

4.4. Custos de produção

Para a realização deste trabalho, foi necessária a contratação da designer responsável pela identidade visual e desenvolvimento do site do *Por Trás das Telas*.

Além disso, a gravação do webdocumentário demandou o deslocamento da cidade de Bauru para São Paulo. Nesse caso, algumas das despesas, como alimentação e hospedagem, não foram contabilizadas, pois se deram na casa de família de uma das integrantes.

Tabela 1 - Custos do Trabalho de Conclusão de Curso

CUSTOS DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO			
DESPESAS CONJUNTAS	**RENATA**	**VITÓRIA**	**VALOR INTEGRAL**
Desenvolvimento do site e identidade visual	R$ 90	R$ 90	R$ 180
DESPESAS INDIVIDUAIS	**RENATA**	**VITÓRIA**	**VALOR INTEGRAL**
Ônibus intermunicipal SP - Bauru	R$ 152,73	R$ 152,73	R$ 152,73
Ônibus intermunicipal Bauru - SP	R$ 148,25	R$ 148,25	R$ 148,25
Transporte público na cidade de São Paulo	R$ 20	R$ 20	R$ 20
Total	R$ 410,98	R$ 410,98	R$ 821,96

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O consumo de audiovisual é tema caro à população brasileira, tão acostumada a assistir à televisão. As mudanças no mercado cinematográfico ao longo dos últimos anos, principalmente com a chegada das plataformas de *streaming*, os aumentos nos preços dos ingressos de cinema e as restrições impostas pela pandemia foram sentidas pelo público, como comprovam os números da Ancine e de outros relatórios estudados.

Dessa forma, a intenção do *Por Trás das Telas* é fornecer um panorama das mudanças desse mercado e como elas têm impactado desde a produção até a distribuição e consumo das obras, levantando discussões críticas sobre suas consequências. Isso, especialmente no Brasil, onde a cota de tela foi apenas recentemente atualizada e aprovada (havia expirado em 2021, no governo de Michel Temer) e os *streamings* ainda não têm a devida regulamentação.

Nesse ponto, um dos desafios deste Trabalho de Conclusão de Curso foi justamente se manter atualizado conforme as mudanças se desdobravam ao longo do ano. A cota de tela foi aprovada, a discussão sobre a regulamentação do *streaming* avançou (inclusive com a notícia de que o Ministério da Cultura quer lançar uma plataforma própria com títulos nacionais) e a Inteligência Artificial Generativa se popularizou e fez-se presente em diversos âmbitos da sociedade. O audiovisual não ficou de fora. Assim, a dupla precisou selecionar pautas quentes e frias (como o webdocumentário) ao longo de 2024, prezando sempre pela urgência da informação e com o compromisso de mantê-las atualizadas mesmo frente a tantos desdobramentos. Isso porque, ainda que a divulgação tenha acontecido no final do ano, as reportagens foram publicadas ao longo dos dois semestres, com a data da última atualização especificada na página de cada uma.

Além disso, a produção se debruçou em uma análise rigorosa de informações e dados retirados, majoritariamente, de veículos de comunicação estrangeiros, bem como relatórios de consultorias dos Estados Unidos, onde há uma maior gama de referências e bases de informação sobre o tema. Houve também o esforço em contatar especialistas com sólida bagagem e credibilidade, mesmo que o recorte temático ainda seja embrionário no Brasil, visando a produção de um material detalhado e de caráter interpretativo.

À vista disso, a realização deste Trabalho de Conclusão de Curso demandou um exercício exaustivo de apuração e pesquisa, refletido no número e na qualidade das fontes entrevistadas, e nos dados apresentados. O projeto reuniu fontes (tanto pessoas físicas quanto relatórios) de diferentes áreas e nacionalidades, oferecendo uma visão aprofundada sobre as transformações do mercado audiovisual. Esse levantamento não apenas aumenta a

confiabilidade das reportagens, mas também demonstra o compromisso com a produção de um conteúdo de alta qualidade, que busca informar o leitor de maneira completa e contextualizada.

Além do desempenho enquanto produto jornalístico, a dupla alemja que este Trabalho de Conclusão de Curso se torne um registro para futuras pesquisas e investigações sobre o tema. As produções, feitas ao longo de 2024, capturam um momento de transição e adaptação na indústria audiovisual, permitindo que outros pesquisadores possam utilizá-las como uma radiografia do período. Assim, o *Por Trás das Telas* não apenas documenta essas mudanças, mas também convida à reflexão sobre o impacto delas no consumo de audiovisual.

Vale reforçar que o projeto nasceu e foi concluído em um recorte de tempo, mas as mudanças seguirão. A Inteligência Artificial, tema destrinchado em uma das reportagens, segue se tornando mais poderosa e popular, e os efeitos observados até agora devem se intensificar. Ou seja, se por enquanto a IA está nos algoritmos dos *streamings* e começando a adentrar profissões da área audiovisual, em um futuro próximo pode estar mais ampla ainda.

As próprias plataformas devem continuar mudando. Por limitações de tempo, equipe e pela natureza finita do trabalho, não foi possível abordar boa parte das mudanças identificadas no período de construção do *Por Trás das Telas*, mas que devem seguir impactando o mercado. Algumas delas são a presença de "canais" dentro das plataformas, em que é possível assinar pacotes de plataformas em uma única assinatura; a inclusão de transmissões esportivas ao vivo; e até o crescimento de *streamings* especializados. Nesse ponto, vale lembrar que, dos 62 serviços levantados no relatório da Ancine, nem todos são comerciais e pensados para o público geral. Alguns, como *Spcine Play*, *Itaú Cultural* e *Sesc Digital* não têm caráter comercial. Já outros são voltados para públicos específicos - por exemplo, com catálogos pensados para produções independentes, feitas por cineastas negros ou até exclusivamente para produções brasileiras. Ou seja, no caldeirão de serviços disponíveis atualmente, nem todos competem entre si pela mesma clientela. Qual será o futuro dessa competição? Nesse sentido, a dupla entende que há uma multiplicidade de temas que ainda devem se desdobrar em pautas relevantes.

Ao final, entende-se que o objetivo foi atingido: aproveitar de técnicas jornalísticas apreendidas durante o curso de Jornalismo para pesquisar, apurar e contextualizar o leitor sobre as mudanças observadas, suscitando a reflexão e promovendo o debate.

REFERÊNCIAS

BAUER, Marcelo. Os Webdocumentários e as Novas Possibilidades da Narrativa Documental. **Avanca cinema** 2011, [s. l.], 2011. Disponível em: https://crosscontent.com.br/webdocumentario/os_webdocumentarios_e_as_novas_possibilidades_da_narrativa_documental.pdf. Acesso em: 24 out. 2024.

BELTRÃO, L. **Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica**. Porto Alegre: Sulina, 1976

CINEMA, Agência Nacional do; AUDIOVISUAL, Observatório Brasileiro do Cinema e do. Panorama do Mercado de Vídeo por Demanda no Brasil - 2023. [S. l.], 29 jan. 2024. Disponível em: https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/panorama-vod-2023-1.pdf. Acesso em: 22 out. 2024.

ERBOLATO, M. **Técnica de codificação em jornalismo: redação, captação e edição do jornal diário**. Rio de Janeiro: Vozes, 1978.

IAB BRASIL. Um mercado em constante evolução. [S. l.], agosto 2023. Disponível em: https://iabbrasil.com.br/wp-content/uploads/2023/08/Paper-CTV.pdf. Acesso em: 24 out. 2024.

ITO, L. **A (r)evolução da reportagem: estudo do ciclo da reportagem hipermídia, da produção às respostas sociais**. Lisboa: Ria Editorial, 2018.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JUSTINA, Mariana Dutra Della. EXPLORANDO O CONCEITO DE WEBDOCUMENTÁRIO. Orientador: Prof. Dr. Maria José Baldessar. 2013. 71 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/126497/TCC%20Mariana%20Dutra.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 24 out. 2024.

LEANDRO, P.; MEDINA, C. **A arte de tecer o presente**. São Paulo: Media, 1973.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. [S. l.]: Editora 34, 1999. 272 p.

LONGHI, R. O turning point da grande reportagem multimídia. **Revista FAMECOS**, v. 21, n.
3, p. 897-917, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2014.3.18660>. Acesso em: 14 nov. 2023.

MACHADO, Arlindo. Novos territórios do documentário. **Doc On-Line: Revista Digital de Cinema Documentário**, n. 11, p. 5-24, 2011. Disponível em: https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002444475.pdf. Acesso em: 22 out. 2024.

MCLUHAN, Marshall. Entrevista com Marshall McLuhan. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós**, Brasília, v. 14, n. 3, set/dez 2011. Disponível em:

file:///C:/Users/Altbit/Downloads/845-Texto%20do%20artigo-4497-3769-10-20120929.pdf. Acesso em: 24 out. 2024.

MARQUES DE MELO, J.; ASSIS, F. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 39, n. 1, p. 39-56, jan./abr. 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-5844201613>. Acesso em: 10 nov. 2023.

RENÓ, Denis et al. **Periodismo Transmedia: Miradas múltiples**. [S. l.]: Editorial Universidad del Rosario, janeiro 2013. 317 p.

SEIXAS, L. **Redefinindo os gêneros jornalísticos: proposta de novos critérios de classificação**. Covilhã: LabCom, 2009.

SPINELLI, Egle Müller. Webdocumentário: implicações dos recursos tecnológicos digitais na composição estrutural e narrativa do formato. **Revista Comunicação Midiática**, [s. l.], v. 8, n. 2, p. 169-183, mai./ago. 2013. Disponível em: https://www.academia.edu/23015229/Webdocument%C3%A1rio_implica%C3%A7%C3%B5es_dos_recursos_tecnol%C3%B3gicos_digitais_na_composi%C3%A7%C3%A3o_estrutural_e_narrativa_do_formato?auto=download. Acesso em: 24 out. 2024.

STUMPF, I. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 51-61.

APÊNDICES

Apêndice I - Questionário sobre streamings e redes sociais

1. E-mail *

_____

2. Qual é a sua idade? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ 14 - 17
- ◯ 15 - 20
- ◯ 21-25
- ◯ 26 - 30
- ◯ 31+

3. Você já assistiu algum filme/série depois de ver posts nas redes sociais sobre o título? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Não
- ◯ Sim

4. Quais filmes e séries você já assistiu depois de ver posts nas redes sociais sobre o título? Cite os nomes

_____
_____
_____
_____
_____

5. Com que frequência você se depara com edits (pequenos compilados de imagens ou vídeos) de séries e filmes nas redes sociais? *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Nun	◯	◯	◯	◯	◯	Sempre

6. Em quais redes sociais você mais vê esse tipo de conteúdo? (Se necessário, selecione mais de uma opção) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Tiktok
- ☐ Instagram
- ☐ X (antigo Twitter)
- ☐ Outro: _____

7. Quanto você se sente influenciado pelas redes sociais ao escolher um filme ou série para assistir? *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Pou	◯	◯	◯	◯	◯	Muito influenciado

8. Você segue algum perfil que produz edits voltados para filmes e séries? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Não
- ◯ Sim

9. Em qual rede social você segue perfis que produzem edits voltados para filmes e séries?

_____

Streamings e padrões comercias

10. Quais streamings de audiovisual você assina ou tem acesso? Se assinar algum outro que não estiver na lista, favor incluir na opção "Outro" *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Nenhum
- ☐ Netflix
- ☐ Amazon Prime Video
- ☐ Max (antigo HBO Max)
- ☐ Disney+
- ☐ Globoplay
- ☐ MUBI
- ☐ MGM+
- ☐ Starplus
- ☐ Paramount+
- ☐ Outro: _____

11. Com que frequência você assiste algum conteúdo (séries ou filmes) nos streamings assinalados?

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Todos os dias
- ◯ De duas a quatro vezes por semana
- ◯ Menos de duas vezes por semana

12. Você assinou algum streaming a mais durante a pandemia (que já não tinha antes)? Se sim, qual?

_____

13. Você deixou de assinar algum streaming neste ou no último ano (2023)? Se sim, qual?

_____

14. Se respondeu sim na pergunta anterior, qual foi o motivo?

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Aumento de preço
- ☐ Limite de compartilhamento de senhas
- ☐ Restrição de telas
- ☐ Preço da assinatura
- ☐ Qualidade do catálogo
- ☐ Fusão com algum outro streaming
- ☐ Outro: _____

15. Em relação às séries, você prefere assistir episódios semanalmente ou no formato "maratona" (todos os episódios lançados de uma única vez)? *

_____

16. Qual o principal dispositivo que você usa para assistir streamings em casa? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Celular
- ◯ Notebook
- ◯ SmartTV
- ◯ Outro: _____

17. Quanto você se incomoda com cenas de sexo quando está assistindo alguma obra em casa? *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Não	◯	◯	◯	◯	◯	Me incomodo muito

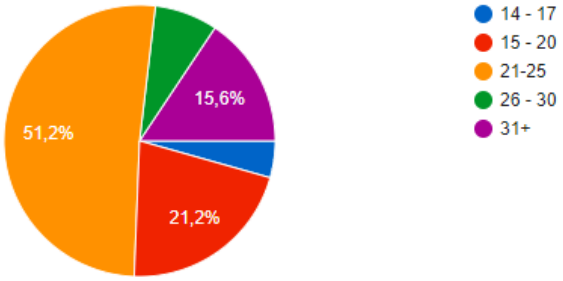
18. Se quiser, justifique:

Apêndice II - Gráficos com respostas dos usuários ao formulário

Qual é a sua idade?

Copiar

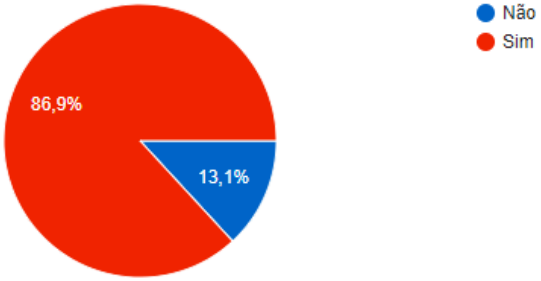
160 respostas



Você já assistiu algum filme/série depois de ver posts nas redes sociais sobre o título?

Copiar

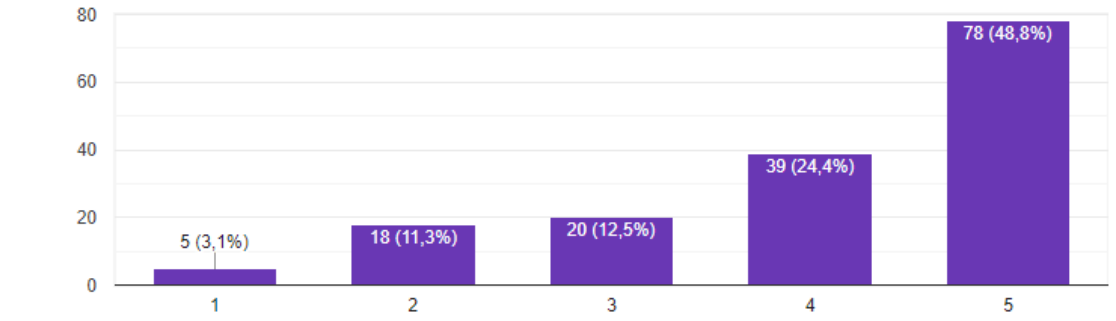
160 respostas



Com que frequência você se depara com edits (pequenos compilados de imagens ou vídeos) de séries e filmes nas redes sociais?

Copiar

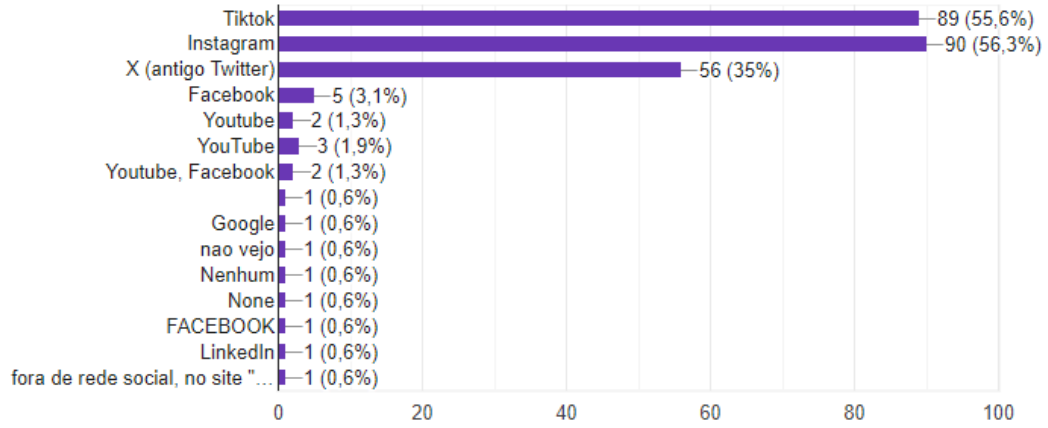
160 respostas



Em quais redes sociais você mais vê esse tipo de conteúdo? (Se necessário, selecione mais de uma opção)

Copiar

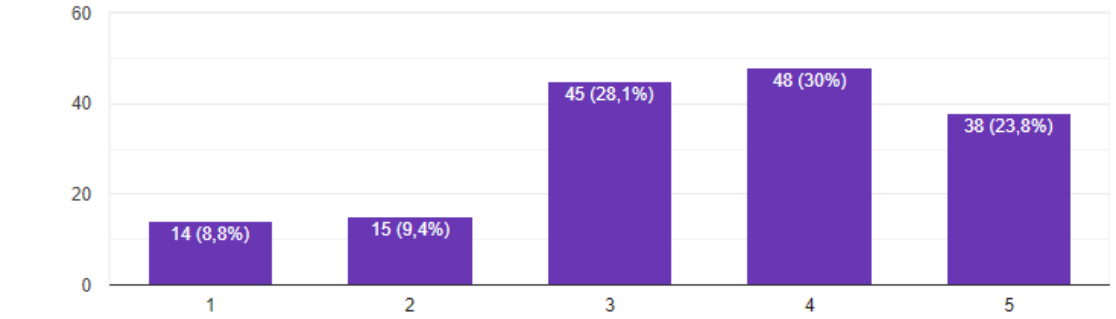
160 respostas



Quanto você se sente influenciado pelas redes sociais ao escolher um filme ou série para assistir?

Copiar

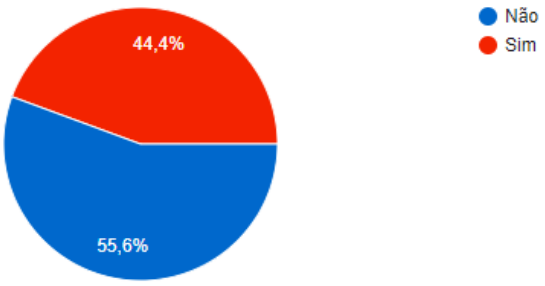
160 respostas



Você segue algum perfil que produz edits voltados para filmes e séries?

Copiar

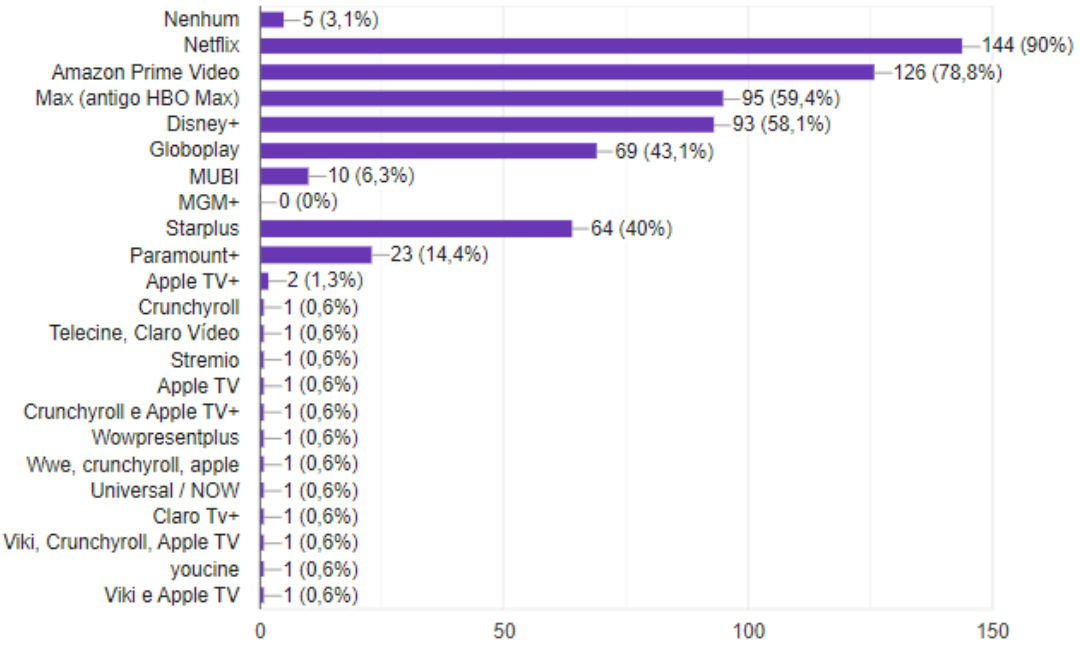
160 respostas



Quais streamings de audiovisual você assina ou tem acesso? Se assinar algum outro que não estiver na lista, favor incluir na opção "Outro"

Copiar

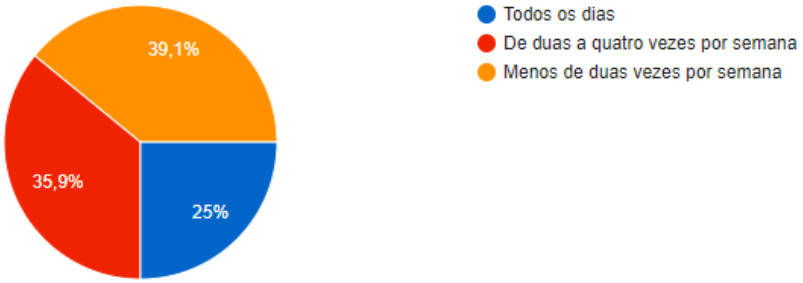
160 respostas



Com que frequência você assiste algum conteúdo (séries ou filmes) nos streamings assinalados?

Copiar

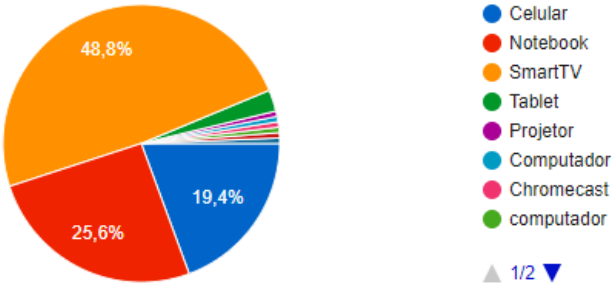
156 respostas



Qual o principal dispositivo que você usa para assistir streamings em casa?

Copiar

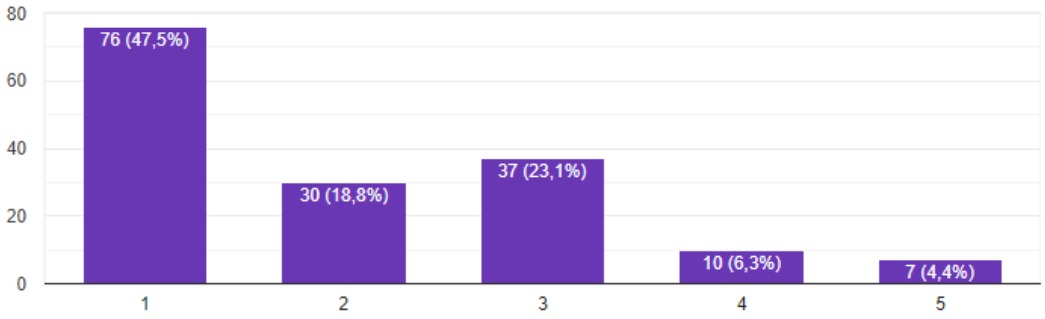
160 respostas



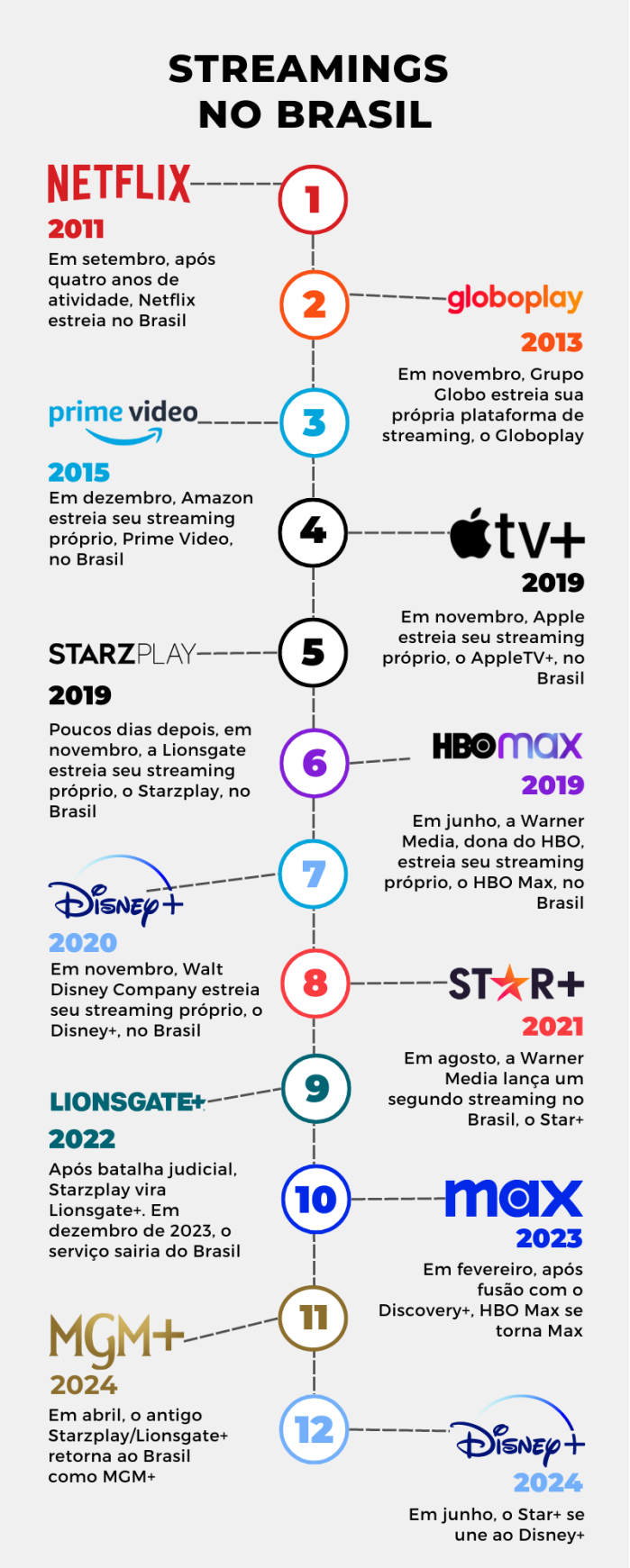
Quanto você se incomoda com cenas de sexo quando está assistindo alguma obra em casa?

Copiar

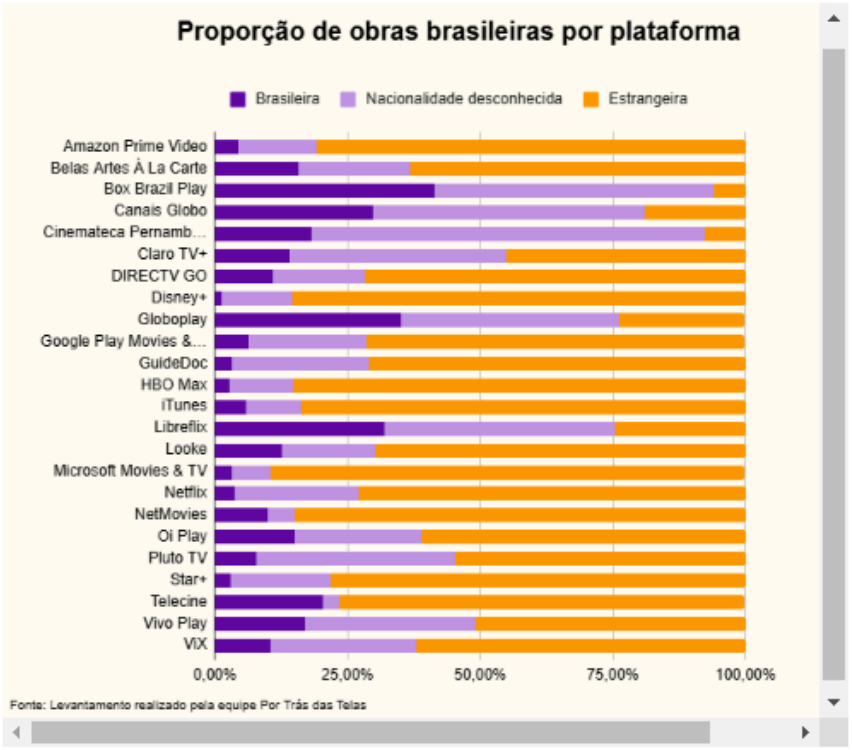
160 respostas



Apêndice III - Linha do tempo: Streamings no Brasil

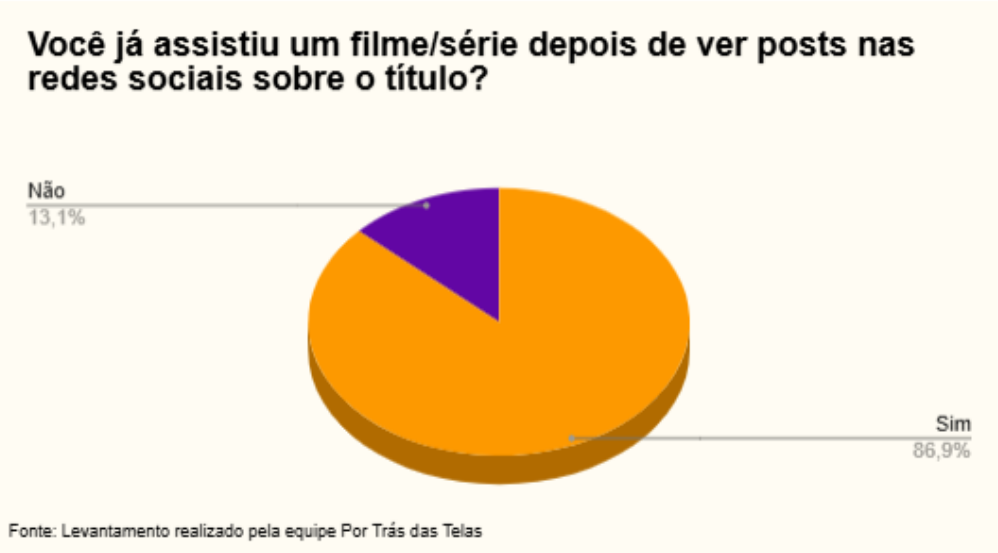


Apêndice IV - Gráfico: Obras brasileiras por plataforma

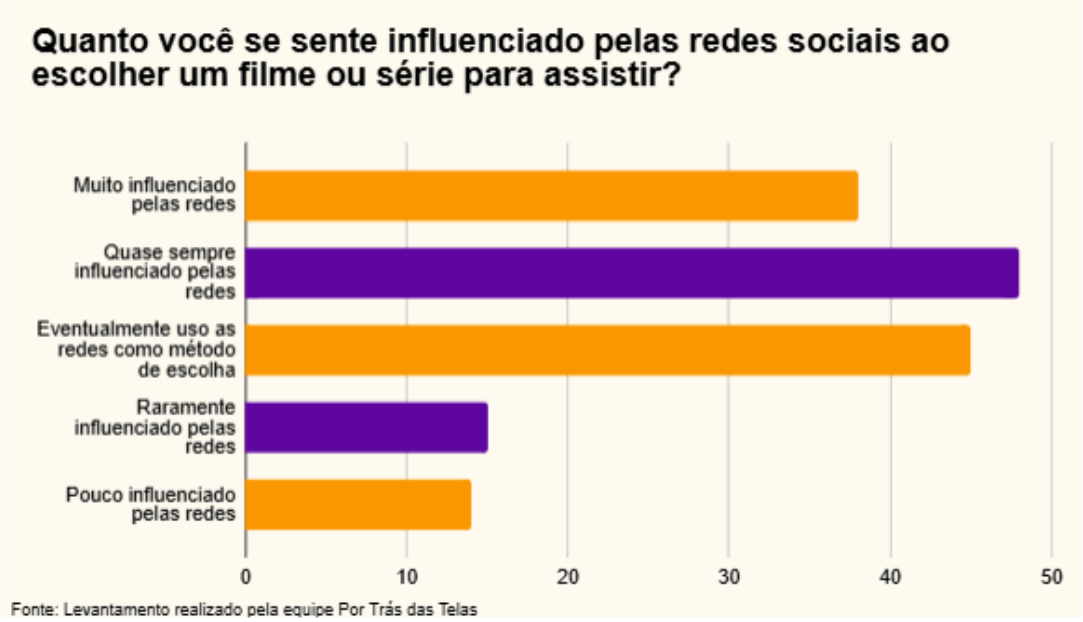


Apêndice V - Gráfico: Motivo da lealdade de um consumidor a uma plataforma de streaming

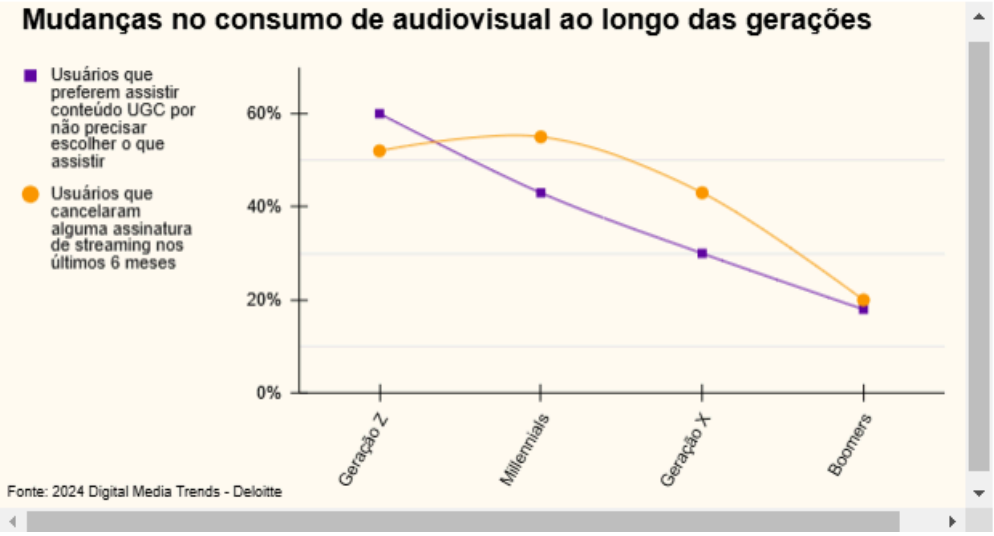
Apêndice VI - Gráfico: Influência das redes sociais no consumo de obras



Apêndice VII - Gráfico: Influência das redes sociais na escolha de obras a serem assistidas



Apêndice VIII - Gráfico: Mudanças no consumo de audiovisual ao longo das gerações



Apêndice IX - Gráfico: Empregos interrompidos por IA até 2026

Apêndice X - Gráfico: Empresas que pretendem usar IA em processos de áudio nos próximos 3 anos

Apêndice XI: Cronograma do projeto Por Trás das Telas

CRONOGRAMA - POR TRÁS DAS TELAS					
ETAPA	ATIVIDADE	TEMA	RESPONSÁVEL	DATA DE INÍCIO	DATA DE FINALIZAÇÃO
2024					
Pré	Orientação	Alinhamento do tema e orientação	Todas	04/04/2024	04/04/2024
Pré	Revisão bib...	Revisão bibliográfica	Todas	04/04/2024	25/10/2024
Pré	Pauta	Elaboração da Pauta 1 - Reportagem "Os streamings vieram para ficar"	Vitória	04/04/2024	18/04/2024
Pré	Pauta	Elaboração da Pauta 2 - Reportagem "Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual"	Renata	04/04/2024	18/04/2024
Pré	Site	Desenvolvimento do site e da identidade visual do Por Trás das Telas	Todas	14/04/2024	14/08/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Henrique Parizi - Reportagem "Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual"	Renata	25/04/2024	25/04/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Vitor Evangelista - Reportagem "Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual"	Renata	25/04/2024	25/04/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Bernardo Fontaniello - Reportagem "Os streamings vieram para ficar"	Vitória	26/04/2024	26/04/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Karina Bousso - Reportagem "Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual"	Renata	29/04/2024	29/04/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Ingrid Veronesi - Reportagem "Os streamings vieram para ficar"	Vitória	30/04/2024	30/04/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Luiza Gomez - Reportagem "Os streamings vieram para ficar"	Vitória	01/05/2024	01/05/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Marina Rodrigues - Reportagem "Os streamings vieram para ficar"	Vitória	02/05/2024	02/05/2024
Produção	Redação	Redação Reportagem "Os streamings vieram para ficar"	Vitória	02/05/2024	09/05/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Kenedy Telles - Reportagem "Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual"	Renata	02/05/2024	02/05/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Lucas (preferiu não identificar sobrenome) - Reportagem "Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual"	Renata	03/05/2024	03/05/2024
Produção	Redação	Redação Reportagem "Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual"	Renata	03/05/2024	09/05/2024
Pré	Orientação	Reunião de orientação	Todas	09/05/2024	09/05/2024
Pós	Edição do t...	Edição da Reportagem "Os streamings vieram para ficar"	Vitória	09/05/2024	23/05/2024
Pós	Edição do t...	Edição da Reportagem "Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual"	Renata	09/05/2024	06/06/2024
Pós	Site	Publicação da Reportagem "Os streamings vieram para ficar"	Vitória	23/05/2024	23/05/2024
Pré	Pauta	Elaboração da Pauta 3 - "Influencer ou crítico?"	Vitória	24/05/2024	04/06/2024

Produção	Entrevista	Entrevista Márcio Sallem - Reportagem "Influencer ou crítico?"	Renata	05/06/2024	05/06/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Paula Ferraz - Reportagem "Influencer ou crítico?"	Vitória	05/06/2024	05/06/2024
Pós	Site	Publicação da Reportagem "Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual"	Renata	06/06/2024	06/06/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Fabiana Lima - Reportagem "Influencer ou crítico?"	Vitória	11/06/2024	11/06/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Diego Quaglia - Reportagem "Influencer ou crítico?"	Vitória	11/06/2024	11/06/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Bernardo Klaus - Reportagem "Influencer ou crítico?"	Renata	18/06/2024	18/06/2024
Produção	Redação	Redação Reportagem "Influencer ou crítico?"	Vitória	19/06/2024	10/07/2024
Pré	Orientação	Reunião de orientação	Todas	03/07/2024	03/07/2024
Pós	Redação	Edição dos vídeos e áudios das entrevistas	Vitória	10/07/2024	20/07/2024
Pré	Documentário	Elaboração da pauta - Documentário	Todas	21/07/2024	05/08/2024
Pré	Documentário	Reunião com Paulo Sérgio, proprietário da Video Connection - Documentário	Vitória	06/08/2024	06/08/2024
Pré	Documentário	Pesquisa - Documentário	Renata	07/08/2024	15/08/2024
Pós	Edição do t...	Edição da Reportagem "Influencer ou crítico?"	Vitória	07/08/2024	08/08/2024
Pré	Documentário	Roteiro - Documentário	Vitória	16/08/2024	26/08/2024
Pré	Pauta	Elaboração da Pauta 4 - Reportagem "Inteligência Artificial"	Renata	16/08/2024	26/08/2024
Pré	Documentário	Revisão do roteiro - Documentário	Todas	27/08/2024	30/08/2024
Pós	Site	Publicação da Reportagem "Influencer ou crítico?" no site	Vitória	05/09/2024	05/09/2024
Pré	Orientação	Reunião de orientação	Todas	10/09/2024	10/09/2024
Pós	Redes sociais	Elaboração da identidade visual do Instagram	Todas	10/09/2024	10/09/2024
Produção	Entrevista	Entrevista Jefferson Dantas - Reportagem "Inteligência Artificial"	Renata	13/09/2024	13/09/2024
Produção	Documentário	Entrevista Paulo Sérgio, na Video Connection - Documentário	Todas	14/09/2024	14/09/2024
Produção	Documentário	Gravação documentário em São Paulo	Todas	14/09/2024	15/09/2024
Produção	Entrevista	Thiago Ladeira - Reportagem "Inteligência Artificial"	Renata	17/09/2024	17/09/2024
Produção	Entrevista	Thomas Frenk - Reportagem "Inteligência Artificial"	Renata	17/09/2024	17/09/2024
Pós	Documentário	Montagem do documentário	Todas	17/09/2024	23/10/2024
Pós	Redes sociais	Publicação no Instagram do projeto	Todas	20/09/2024	01/11/2024
Produção	Entrevista	Lígia Fragano - Reportagem "Inteligência Artificial"	Renata	25/09/2024	25/09/2024
Produção	Relatório	Redação do relatório	Vitória	25/09/2024	25/10/2024
Produção	Redação	Redação da Reportagem "Inteligência Artificial"	Renata	25/09/2024	30/09/2024
Pós	Edição do t...	Edição da Reportagem "Inteligência Artificial"	Renata	30/09/2024	30/09/2024
Pós	Site	Publicação da Reportagem "Inteligência Artificial"	Renata	04/10/2024	04/10/2024
Pós	Edição do t...	Revisão e atualização da Reportagem "Os streamings vieram para ficar"	Todas	30/09/2024	03/10/2024
Pós	Edição do t...	Revisão e atualização da Reportagem "Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual"	Todas	07/10/2024	10/10/2024
Pós	Edição do t...	Revisão e atualização da Reportagem "Influencer ou crítico?"	Todas	14/10/2024	17/10/2024
Pós	Edição do t...	Revisão e atualização da Reportagem "Inteligência Artificial"	Todas	21/10/2024	24/10/2024
Pós	Site	Publicação do documentário no YouTube e no site	Todas	23/10/2024	23/10/2024
Pós	Relatório	Formatação do relatório	Vitória	24/10/2024	24/10/2024
Pós	Relatório	Revisão do relatório	Todas	24/10/2024	25/10/2024
Pós	Orientação	Entrega do relatório para orientadora	Todas	25/10/2024	25/10/2024

Apêndice XII: Cronograma das redes sociais do Por Trás das Telas

CRONOGRAMA - REDES SOCIAIS		
DESCRIÇÃO DA PUBLICAÇÃO	RESPONSÁVEL	DATA
Sobre o projeto	Vitória	20/09/2024
Equipe	Vitória	27/09/2024
Reportagem "Os streamings vieram para ficar"	Vitória	04/10/2024
Reportagem "Como as redes sociais tomaram as rédeas da produção audiovisual"	Renata	11/10/2024
Reportagem "Influencer ou crítico?"	Vitória	18/10/2024
Reportagem "Inteligência Artificial"	Renata	25/10/2024
Documentário	Todas	01/11/2024