

**UNASP – CENTRO UNIVERSITÁRIO ADVENTISTA DE SÃO PAULO**  
**CAMPUS ENGENHEIRO COELHO**  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL HABILITAÇÃO EM RÁDIO E TV  
E DE JORNALISMO

2º SEMESTRE DE JORNALISMO  
6º SEMESTRE DE RÁDIO E TV

**PROJETO INTEGRADO**  
**PROGRAMA GRAVADO**  
**DEBATE À MESA**  
**PRODUTORA FPS**

Ana Clara Lisboa  
Ana Flávia de Jesus Souza  
Bruno Sousa Gomes  
Fernanda Sousa  
Gabriel Bueno  
Giovanna Lais Dias  
Isabella de Sousa Campos  
Ismael Julião Samussuco  
José Ricardo  
Matheus Rogge  
Monise Almeida  
Natalia Meireles  
Rodolfo Rubens Martins Peguin  
Tarsis Camilo Lima de Oliveira  
Vanessa Vital Vilas Bôas  
Vinicius Silva Affonso

ENGENHEIRO COELHO - SP

2020

Ana Clara Lisboa  
Ana Flávia de Jesus Souza  
Bruno Sousa Gomes  
Fernanda Sousa  
Gabriel Bueno  
Giovanna Lais Dias  
Isabella de Sousa Campos  
Ismael Julião Samussuco  
José Ricardo  
Matheus Rogge  
Monise Almeida  
Natalia Meireles  
Rodolfo Rubens Martins Peguin  
Tarsis Camilo Lima de Oliveira  
Vanessa Vital Vilas Bôas  
Vinicius Silva Affonso

Projeto Integrado: Debate à Mesa

Projeto realizado pelo 2º semestre do curso de Jornalismo e do 6º semestre do curso de Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão do Centro Universitário Adventista de São Paulo campus Engenheiro Coelho. Esta Pasta Teórica é apresentada como parte do Projeto Integrado, que tem como objetivo a produção de um programa gravado, tem como tema um debate entre gerações sobre feminismo, e como Coordenadora a Me. Sâmela Lima.

## **SUMÁRIO**

### **CAPÍTULO 1**

<b>1.1. Integrantes do Grupo e Funções</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Apresentação</b>	<b>6</b>
<b>1.3. Objetivos</b>	<b>8</b>
1.3.1 Objetivo Geral	8
1.3.2 Objetivos Específicos	8
<b>1.4. Justificativa</b>	<b>9</b>

### **CAPÍTULO 2**

<b>2.1. Fundamentação Teórica</b>	<b>10</b>
2.1.1 Abordagem Temática	10
2.1.2 Categoria, Gênero e Formato	10
2.1.3 Público-Alvo	11
2.1.4 Veiculação em Crossmedia	11
2.1.5 Horário	12

### **CAPÍTULO 3**

<b>3.1. Pesquisa e Resultados</b>	<b>14</b>
3.1.1 Pesquisa de Mercado para Escolha de Emissora	14
3.1.2 Pesquisa de Mercado para Escolha do Público-Alvo	15
3.1.3 Pesquisa Qualitativa para o Programa	16
<b>3.2. Pitching do Programa</b>	<b>22</b>
3.2.1 Pesquisa de Campo	23
3.2.2 Considerações Finais da Pesquisa Qualitativa	28
3.2.3 Viabilidade Comercial	28

### **CAPÍTULO 4**

<b>4.1. Programa de Rádio</b>	<b>30</b>
4.1.1 Captação Técnica	30
4.1.2 Roteiro	
4.1.4 Espelho	43
4.1.5 Chamada de Áudio para Rádio	45
<b>4.2. Podcast</b>	<b>47</b>

### **CAPÍTULO 5**

<b>5.1 Produtos Transmidiáticos em Vídeo</b>	<b>48</b>
5.1.1 Chamadas em Vídeo	48
5.1.2 Entrevistas	48

### **CAPÍTULO 6**

<b>6.1 Identidade Visual</b>	<b>51</b>
6.1.1 Justificativa	51
6.1.2 Cores e Formas	51
6.1.3 Logotipo	52

<b>CAPÍTULO 7</b>	
7.1. Relatório de Divulgação e Interatividade	56
7.1.1 Estratégia e Uso de Redes Sociais	56
<b>CAPÍTULO 8</b>	
8.1. Produção Executiva	62
8.1.1 Cronograma de Produção	62
8.1.2 Descrição das Reuniões Gerais	62
8.1.3 Media Kit	64
8.2 Links das Produções	73
8.3 Considerações Finais	74
8.4 Anexos	75
8.4.1 Termos de Autorização de Uso de Imagem	75
Referências	78

## **CAPÍTULO 1**

### **1.1 Integrantes do Grupo e Funções**

**Direção Geral:** Vanessa Vital Vilas Bôas

**Assistente de Direção:** Isabella de Sousa Campos

**Produção Executiva:** Fernanda Sousa  
Giovanna Lais Dias

**Editor Chefe:** Vinicius Silva Affonso

**Assistente de Editor Chefe:** Monise Almeida

**Chefe de Reportagem:** Bruno Sousa Gomes

**Roteirista:** Rodolfo Rubens Martis Peguin  
Tarsis Camilo Lima de Oliveira

**Repórter:** Ana Flávia de Jesus Souza  
Ismael Julião Samussuco  
Ana Clara Lisboa

**Transmídia:** Matheus Rogge  
José Ricardo

**Design:** Gabriel Bueno  
Natalia Meireles

**Pós Produção:** Natalia Meireles

## 1.2 Apresentação

O Projeto Integrador tem como objetivo unificar os ensinamentos teóricos do semestre em um produto prático real, visando assim, que os alunos utilizem todos os conteúdos aprendidos no decorrer do curso em algo que ele levará não só para o mercado de trabalho, mas para a vida. Com isso, a proposta do Projeto Integrador desse semestre foi produzir um programa de rádio, evidenciando as características próprias de uma produção radiofônica atual.

Um dos critérios para o desenvolvimento do programa foi que o mesmo deveria ser matinal, ou seja, dialogar com o público que consome rádio pela manhã. Por isso, o programa "Debate à Mesa" tem como público-alvo ouvintes de 30 à 49 anos que buscam por entretenimento e informação, sendo veiculada assim, pela Rádio Globo, sintonia 98.1. De acordo com o site Abert (2016) a rádio ainda é um meio de comunicação muito consumido atualmente, por isso, a importância de se comunicar através dele.

O "Debate à Mesa" é um programa de rádio desenvolvido pela Produtora FPS, composta por alunos do 2º semestre do curso de Jornalismo e do 6º semestre do curso de Rádio e Tv. O produto final se constitui em um programa que visa o debate saudável entre as gerações X e Z sobre temas atuais, mas que muitas vezes são tidos como tabus na sociedade, como feminismo, racismo, homofobia, etc.

A geração X representa aqueles que nasceram entre meados de 1960 e o início da década de 1980, onde muitos deles cresceram sob ideais já estabelecidos por seus pais e sociedade. Já a geração Z, composta por aqueles que nasceram a partir do ano de 1995, cresceu com acesso à informação de forma fácil e gratuita. Tendo em vista que muitos da geração X são os pais de tantos da geração Z, o programa apresenta um espaço para conversa e muito aprendizado sobre diversos assuntos importantes e atuais visando a troca de ideias e pontos de vista sobre os temas.

O programa é composto por uma apresentadora fixa, a Ana Clara Silveira, que media todas as conversas e faz com que o debate seja interessante e saudável. Semanalmente um tema é discutido durante a programação e para compor o debate, os convidados da semana mudam, tendo sempre um representando a geração X e outro da Z. Além de um ou uma especialista no assunto para agregar conhecimentos e enriquecer ainda mais a conversa.

Com o tema do dia definido, as dúvidas dos ouvintes são coletadas através das redes sociais (@debateamesa) e adicionadas à conversa pela apresentadora durante o debate. Os convidados representantes de cada geração mudam a cada programação, tornando a conversa ainda mais interessante. Além de compartilharem suas opiniões e

experiências a respeito do tema, o ou a especialista esclarece as dúvidas dos internautas e por fim, o debate continua nas redes sociais, onde o ouvinte também pode fazer parte.

Assim, pretende-se apresentar um programa dinâmico e relevante para a sociedade. Visando a conversa saudável sobre temas importantes para a construção de uma geração mais informada, mais respeitosa e mais consciente. Informação nunca é demais, e a troca de opiniões é sempre necessária em qualquer meio de comunicação.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo Geral**

O objetivo geral do "Debate à Mesa" é gerar um debate saudável entre as gerações X e Z, visando abordar temas relevantes e atuais, muitas vezes tidos como tabus na sociedade.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Incentivar a troca de experiências e opiniões para entendimento de cada ponto de vista dos participantes;
- Apresentar ao público visões diferentes sobre o mesmo assunto em cada realidade e contexto;
- Dar voz a movimentos e grupos que muitas vezes são "abafados" na mídia;
- Tirar dúvidas do público a respeito de temas importantes na sociedade atual;
- Contribuir no desenvolvimento de uma comunidade mais ativa, informada e respeitosa.

## 1.4 Justificativa

*“O país encontra-se dividido entre as pessoas que pensam como nós (as boas, inteligentes e honestas), e as que pensam diferente de nós (os maus, burros e corruptos).” Lacyr Anderson Freitas*

O programa apresentado na presente pasta de produção é um programa de debate, que tem como objetivo abordar entre gerações diferentes temas contemporâneos, muitas vezes considerados tabus na sociedade em que vivemos, de uma maneira saudável.

Nosso país claramente está polarizado, não só politicamente, mas ideologicamente também. Essa polarização teve seu ápice nas eleições presidenciais de 2018, quando no segundo turno disputaram dois candidatos totalmente antagônicos, que, além de um posicionamento político, traziam consigo ideais e valores bem marcantes e distintos um do outro. Nosso foco é unir, agrupar e juntar em uma mesma mesa, com relevância igualitária, pessoas de gerações diferentes, que tenham tido criações diferentes, muitas vezes valores, ideologias e oportunidades diferentes, mas que tenham algo em comum: a vontade de ser ouvido, de conversar, e de trocar ideias. O grande objetivo não é mudar a opinião do outro ou contestar seus valores, mas sim, conhecer pontos de vista diferentes fora de seu círculo social e refletir sobre o tema apresentado em cada um dos programas.

Em relação ao tema escolhido para o primeiro programa, o qual gravamos, foi o feminismo. Através de uma pesquisa de campo realizada, foi nos mostrado que esse é um tema que ao mesmo tempo ambas gerações consideram relevante, e têm interesse em debater sobre. Por ser um tema bem polêmico, causa até um certo desconforto em ser conversado socialmente, justamente por terem muitos pontos de vista opostos.

Após esta constatação, decidimos abordar essa temática, trazendo mulheres para participarem do projeto como um todo: a apresentadora, as representantes da geração X e Z, uma especialista na área, além de outras mulheres que também contribuíram para as produções transmidiáticas, como advogadas, acadêmicas e pesquisadoras sobre o feminismo.

## **CAPÍTULO 2**

### **2.1. Fundamentação Teórica**

#### **2.1.1 Abordagem Temática**

A proposta do programa “Debate à Mesa”, é vinculada a uma pesquisa exploratória, onde o objetivo do programa é entender como a visão de mundo tem mudado com o passar dos anos. Por isso, o grande diferencial do programa é o debate de ideias sobre o mesmo assunto vista por gerações distintas.

Com o objetivo de compreensão sobre as ideias, foram feitas entrevistas com pessoas da geração X e Z. Na pesquisa foram discutidos assuntos relevantes como racismo e feminismo.

Como objetivo central, o programa “Debate à Mesa” vem com a proposta de unir através de ideias, gerações distintas e suas visões sobre o mesmo assunto. Os quadros e reportagens do programa garantem informação e entretenimento por meio de cada entrevista com os participantes, sendo estes muitas vezes especialistas na área.

#### **2.1.2 Categoria, Gênero e Formato**

A produtora FPS, com o programa "Debate à Mesa", pensou em uma categoria dinâmica onde teremos participações dos ouvintes, mandando perguntas de casa sobre temas como feminismo, racismo, entre outros.

Tendo em vista que a violência contra a mulher cresceu nos últimos tempos para cá, entende-se que este é um tema relevante para ser abordado em um programa radiofônico. O site Datafolha relata que 90% da população brasileira acredita que a violência contra a mulher aumentou no último ano:

*“Nove em cada dez brasileiros concordam totalmente (81%) ou em parte (9%) que a violência contra a mulher aumentou no último ano, e 8% discordam. O nível de concordância é elevado tanto entre homens (88%) quanto entre mulheres (93%), e mantém percentuais altos em todos os segmentos.”*

O gênero é de programa de debate. Focamos em trazer algo diferente com participações de convidados da geração X e outros convidados, representando a geração Z. O intuito do programa é mostrar essa troca de ideias entre eles e ver o ponto de vista de cada um.

Os formatos se intercalam entre entrevista, perguntas, trocas de ideias, dúvidas do público, fazendo com que exista interação dos convidados com os ouvintes. Este formato chama a atenção para quem está consumindo o produto, pois não é somente mais um programa de rádio, mas sim, um programa diferente e cativante, que aborda temas interessantes e atuais. Além de gerar um espaço para uma conversa saudável entre as gerações.

### **2.1.3 Público-Alvo**

O site Abert (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão) realizou uma pesquisa sobre o público alvo de ouvintes de rádio. O levantamento apontou que 89% da população brasileira consome rádio regularmente. Contando com mais de 53 milhões de pessoas nas regiões analisadas. Segundo a pesquisa, a faixa etária que mais ouve rádio está na faixa etária entre 30 e 39 anos, eles representam 28%. Em seguida, com 27%, com a faixa etária de 40 a 49 anos.

A produtora FPS realizou uma pesquisa com 110 pessoas para confirmar o público alvo. Com base na pesquisa, a equipe decidiu atender ao público de 30 a 49 anos, que tem interesse por assuntos sociais e atuais.

### **2.1.4 Veiculação em Crossmedia**

A internet tem tomado cada vez mais parte do cotidiano das pessoas. Muitos têm sido bombardeados com essa constante influência das mídias. Elas são conhecidas como extensão do ser humano, onde são postados seus pensamentos, opiniões, ideias, críticas, sentimentos e posicionamentos. A internet transformou a forma como os indivíduos enxergam o mundo, se relacionam, interagem e se comunicam. Desse modo, a busca por informações em diversas áreas da humanidade tornaram-se constantes, pois o conhecimento não tem limites a partir das ferramentas tecnológicas (BORGES, 2016, p.2).

Nesse momento de pandemia e isolamento social, o meio de contato do público com o mundo se tornou essencial via internet, destacando as redes sociais que facilitam muito essa interação. Conforme a pesquisa feita pelo grupo Kantar IBOPE Media (a divisão latino-americana da Kantar Media, líder global em inteligência de mídia) o crescimento do consumo da internet tem se acentuado comprovadamente.

O Brasil ocupa a segunda posição no ranking global de número de usuários do aplicativo Instagram, segundo a Revista Exame (2019). Embora não seja a maior rede social do mundo, o Instagram certamente é o canal mais eficiente. São 800 milhões de usuários em todo planeta e o Brasil só fica atrás dos Estados Unidos em número de Instagrammers.

Com isso, nesse Projeto Integrado, as Redes Sociais do programa "Debate à Mesa", utilizaram dessa alta interação entre os usuários e entraram na rede digital social, montando estratégias para maior engajamento do público. Ferramentas como Podcasts, Instagram, Facebook, WhatsApp, Email Marketing e Telegram foram amplamente utilizados a fim de divulgar e interagir com o público.

Com base em FINGER (2011, p.5), as plataformas digitais possibilitam uma propagação de conteúdo, de maneira que a crossmedia se envolva no processo de criação de uma metodologia, onde o mesmo conteúdo possa ser vinculado de forma idêntica, ou não, em diferentes meios de comunicação e transmissão.

Visando esse parâmetro, o programa "Debate à Mesa", traz uma grade de programação onde seu roteiro pode ser usado para o mesmo público em diferentes nichos, atendendo exigências peculiares a cada um deles, como: linguagem própria da internet, engajamento, audiência e informação, por meio de um assunto universal presente culturalmente no cotidiano dos brasileiros: feminismo, racismo, gordofobia e outros.

### **2.1.5 Horário**

A veiculação do programa será feita pela rádio, tendo em conta o alto índice de consumo por parte do público alvo. Se tratando de um programa de debate como foco principal, conseqüentemente objetiva-se levar os ouvintes a uma reflexão sobre os temas selecionados, que são de capital importante na atual situação social.

O programa terá transmissão diária no período diurno, momento em que o público alvo procura algo mais leve e reflexivo para acompanhar no trajeto do trabalho ou até mesmo em casa enquanto realiza outras tarefas. O horário exato ficou para às 8h, com duração de uma hora.

## **CAPÍTULO 3**

### **3.1 Pesquisa e Resultados**

#### **3.1.1 Pesquisa de Mercado para Escolha de Emissora**

Para definirmos a escolha da nossa emissora, aplicamos uma metodologia de pesquisa quantitativa e qualitativa, com intuito de mensurar atributos da experiência humana, uma vez que “a utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente.” (Fonseca, 2002, p. 20). Para termos um grande alcance, disponibilizamos através de nossas redes sociais tal análise, onde pudemos coletar o maior número de informações dos consumidores. Como resultado da pesquisa, observamos que a maioria dos consumidores demonstraram ter mais confiança na emissora Rádio Globo FM 98.1.

Como justificativa da escolha, alguns dos contribuintes para a pesquisa relataram que (1) por conta do tempo em que a emissora se encontra ativa, (2) pela quantidade e qualidade dos programas produzidos, são motivos que atribuem credibilidade e segurança para optarem por ela. Também foi demonstrado na pesquisa que nosso público alvo se identifica e consome os conteúdos produzidos para a emissora.

Segundo pesquisa do Kantar IBOPE (2020), a audiência da Rádio Globo ultrapassa a casa do 1.3 milhão de ouvintes que são alcançados mensalmente pelas rádios, além da emissora também ter força e abrangência em sua programação para internet, contendo suporte para podcast. Somado aos números do IBOPE, o Google Analytics da Rádio Globo demonstra quem acessa o conteúdo por plataformas digitais através de dispositivos como computadores, notebooks e smartphones que, juntos, ultrapassam a casa dos 150 mil acessos mensais.

Como consta na pesquisa sobre consumo de rádio divulgada em agosto de 2020 pelo Kantar IBOPE: 75% dos ouvintes de rádio afirmaram que ouvem o meio com mais frequência devido ao isolamento social; 17% disseram que passaram a consumir mais a mídia após as medidas tomadas por conta do momento pandêmico. A pesquisa também constatou um aumento da convergência da rádio com a internet, já que houve um

aumento expressivo de 77% na geração de conversas sobre rádio no Twitter desde março, quando começaram as medidas de distanciamento social.

Após recolhidas e analisadas essas informações, optamos pela escolha da Rádio Globo, entendendo que, devido aos números expressivos e crescentes, além de uma proximidade maior com nosso público alvo, nosso projeto se encaixa tanto em forma como em conteúdo, atendendo assim, às necessidades da programação.



### 3.1.2 Pesquisa de Mercado para Escolha do Público-Alvo

A produtora FPS realizou uma pesquisa qualitativa inicial com seis pessoas, e com a média de 30 a 49 anos, sendo três mulheres e três homens. A entrevista aconteceu de forma online, respeitando as medidas estabelecidas pela OMS.

Na parte da manhã, o público ainda está focado nas tarefas corriqueiras. O público entrevistado normalmente consome um podcast, rádio ou passam por sites de notícias enquanto estão fazendo outra tarefa ao mesmo tempo (como por exemplo arrumar a casa ouvindo um podcast). Nesse período, o uso das redes sociais está na média, acontecendo durante as pausas das atividades, tirando cinco minutos para se distrair ou se informar.

Após a pesquisa qualitativa, a produtora realizou uma pesquisa de campo, para coletar opiniões sobre os temas propostos. O questionário foi disponibilizado na

plataforma Google Forms. Tal roteiro de perguntas realizado se encontra no próximo tópico deste projeto.

A produtora obteve 110 respostas, no questionário estavam perguntas relacionadas com a pauta principal, tendo como objetivo ter conhecimento das preferências do público. Das 105 pessoas que responderam, 74,3% têm filhos.

Ainda com os dados da pesquisa, 59% dos entrevistados encaixam os temas feminismo, gordofobia e racismo como extremamente importantes, enquanto 32% classificam como muito importante. Para 73,3% do público, a chance de discutir esse assunto em uma roda de conversa é grande, enquanto para 26,7% seria pouco provável.

Com base nas pesquisas realizadas, os assuntos se encontram pautados para o atual momento, onde vemos uma sociedade rodeada por imposição e preconceitos. Por conta disso, o programa será abordado com a presença de profissionais e de maneira leve, sem imposição de pensamentos, para que as duas gerações consigam expressar suas opiniões e pontos de vista. Os participantes demonstraram interesse pelo "Debate à Mesa" e pelos objetivos do programa.

### **3.1.3 Pesquisa Qualitativa para o Programa**

Para chegar aos resultados a Produtora FPS, tomou como primeiro passo a escolha do público alvo. Através dos dados obtidos pela pesquisa, pode-se observar que a escolaridade entre cada entrevistado variava, sendo que 67% tinham o ensino superior, 17% completou o ensino médio e técnico e apenas 16% não completaram o ensino fundamental. Entre eles, apenas uma pessoa encontra-se desempregada, sendo que o restante têm uma renda que gira em torno de 1.000 e outros que chegam até acima de 3.000 reais.

As entrevistas foram realizadas através de um questionário para se conhecer as características de cada um, como escolaridade (citado acima), classe social e quais os conteúdos que buscam durante a manhã. A partir dos dados recolhidos das entrevistas e pesquisas realizadas, concluímos que seria ideal trazermos para o público alvo um programa de debate e que satisfizesse seus interesses.

Devido ao conflito cultural e ideológico que existe entre a geração do público alvo e a geração mais nova, para chegar a um resultado que agrade aos dois grupos, dividido entre geração X (muitos dos pais da atualidade), nosso público alvo, e a geração Z (os filhos) que terão um papel fundamental para alcançar o resultado esperado com o programa, foi preciso uma segunda fase para completar a pesquisa.

A segunda etapa foi feita através de um formulário no Google Forms, com a participação de 110 pessoas entre homens e mulheres, levando até eles perguntas de diferentes temas sugestivos para abordarmos em nossa pauta principal. Entre as pessoas alcançadas a maioria foram do sexo feminino, 78,1% e no sexo masculino foram 21,9% delas. As idades dessas pessoas variam entre 24 a 63 anos, sendo que a maioria (74,3%) têm filhos, e a minoria (21,7%) não possui filhos.

Selecionamos quatro tópicos, dentre eles “Racismo, Gordofobia, Machismo e Feminismo”, levamos ao conhecimento dos entrevistados do público alvo para saber da relevância de se abordar os temas, ao que 59,6% considera muito relevante, 31,7% considera relevante e apenas 8,7% das pessoas consideram pouco relevante.

Levando em consideração o tipo de programa e o conteúdo, com o intuito de levar o público alvo a uma reflexão com os debates, a proposta gerou muito interesse por parte dos entrevistados, sendo que a maioria (73,3%) tem probabilidade de participar em uma discussão sobre os temas. Também a maioria (77,1%) delas já participou de uma conversa ou discussão sobre as mesmas temáticas, o que nos levou a entender que é importante quebrar os tabus que existem por trás das mesmas.

Foi partindo desses pressupostos que se fez a escolha de uma apresentadora, dois convidados que variam por programa, sendo um da geração Z e outro da geração X, com o intuito de compartilharem suas experiências. O programa será composto também, especialistas convidados que diferem por episódio, e que terão a função de ajudar a sanar as principais dúvidas do público no tema em que for chamado a participar.

Importante ressaltar que o objetivo do programa é promover uma discussão saudável e trocas de experiências entre as gerações, mantendo as pessoas informadas e atentas aos acontecimentos da sociedade.

Abaixo está a descrição completa da Pesquisa Qualitativa:

### **Passo 1: Escolha do Público:**

Através de pesquisas, notamos que para o período matutino o público de maior alcance são os adultos, por isso definimos um público alvo entre 30 e 49 anos.

### **Passo 2: Pesquisa Qualitativa Entrevistas:**

Entrevistas:

Entrevistado 1:

<https://drive.google.com/file/d/1ixgjjdFhaBnyC3NLLdrMU72KLqeTpUnL/view?usp=sharing>

Entrevistado 2:

<https://drive.google.com/file/d/1MAP3Ax56NaQ3MIA3Sv0yOGvwFXNMgwwP/view?usp=sharing>

Entrevistado 3 e 6:

[https://drive.google.com/file/d/1FlbgQi-F\\_goY-63alxPxkwJPN8gvYrxt/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1FlbgQi-F_goY-63alxPxkwJPN8gvYrxt/view?usp=sharing)

Entrevistado 4:

[https://drive.google.com/file/d/1G0yZqwr1qyrmr1VuEnlr6nFO\\_VPaWL3Y/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1G0yZqwr1qyrmr1VuEnlr6nFO_VPaWL3Y/view?usp=sharing)

Entrevistado 5:

[https://drive.google.com/file/d/1NxzEBw7Zq13qjDhhMPLSGUq5s3cvD\\_wf/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1NxzEBw7Zq13qjDhhMPLSGUq5s3cvD_wf/view?usp=sharing)

### **Passo 3: Pesquisa Qualitativa**

## a. Parte 1 - Dados Demográficos

### Idade:

Entrevistado 1: 49 anos

Entrevistado 2: 36 anos

Entrevistado 3: 30 anos

Entrevistado 4: 44 anos

Entrevistado 5: 34 anos

Entrevistado 6: 49 anos

**Resultado:** 30 à 49 anos

### Gênero:

3 mulheres 3 homens



### Escolaridade:

Entrevistado 1: Ensino Fundamental Incompleto / Entrevistado 2: Ensino Superior /

Entrevistado 3: pós-graduado / Entrevistado 4: Ensino médio e Técnico /

Entrevistado 5: Graduada / Entrevistado 6: Pós-graduado



### Classe social

Entrevistado 1: 7.000 / Entrevistado 2: 6.000 / Entrevistado 3: 7.000 /  
Entrevistado 4: Desempregada / Entrevistado 5: 1300 / Entrevistado 6: 4.180



## b. Parte 2 - Mapa de Consumo Midiático

ENTREVISTADO	PROGRAMA X, NO VEÍCULO Y, NO MEIO Z	MANHÃ							TARDE							NOITE						
		6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
1	Podcast "Bom dia, Obvious", Spotify, Celular				X																	
1	Programas Religiosos, Instagram, Celular																		X			
1	Programas Jornalísticos, Sites Jornalísticos, Computador										X											
2	Programa "Ted Talks", Youtube, Celular				X																	
2	Programa Jornalístico, Canal Cultura, Televisão																					
2	Podcast de Meditação, Spotify, Celular				X																	
2	Programa Esportivo, Canal ESPN, Televisão																					
2	Programas Variados, Rádio Kiss FM, Rádio Automóvel																					
3	Programa "Pânico", Youtube, Celular										X											
3	Séries e Filmes, Netflix, Celular																		X			
4	Programa Jornalístico, Facebook, Celular										X											
4	Programa Religioso, Aplicativo "Meditação Cristã", Celular				X																	
5	Programas de Confeitaria, Youtube, Celular				X																	
6	Programas Religiosos, Redes Sociais, Celular				X																	
6	Programas Jornalísticos, Rádio CBN, Rádio Automóvel				X																	
6	Programa "Jornal Nacional", Rede Globo, Televisão																		X			

## c. Parte 3 - Consumo Midiático

No período vespertino, a maior parte do público continua focado nas tarefas do dia, portanto, o consumo midiático não está no seu pico. O público normalmente consome um podcast, o rádio ou passam brevemente por sites de notícias enquanto estão fazendo outra tarefa ao mesmo tempo, (como por exemplo, ouvir o rádio enquanto está dirigindo) para se manterem informados com as notícias do dia. O uso das redes sociais nesse período também se mantém na média, normalmente entre intervalos de atividades, para se distrair checando as redes ou para se manter atualizado.

## d. Parte 4 - Briefing Criativo

Com base nas entrevistas, dados e pesquisas realizadas, chegamos a conclusão que um programa de debate é o ideal para o público alvo e seus interesses. Um briefing foi realizado com o grupo e chegamos ao pitching a seguir:

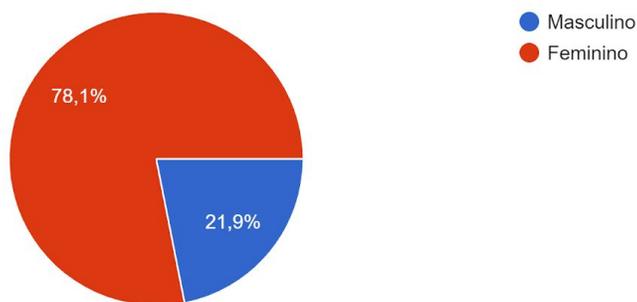
### 3.2. Pitching do Programa

- Origem da Ideia: Um programa de debates onde será incluído pessoas da geração X e da geração Z em discussões atuais como feminismo, racismo e etc. Para que possa existir uma troca de conhecimento entre gerações;
- Gancho Humano/Emocional: A geração X representa muitos dos pais da atualidade e a geração Z são os filhos. Normalmente assuntos que são nomeados como “tabus” não costumam ser os primeiros temas de discussões entre eles, ou se chegam a debater sobre, em sua maioria o desfecho não agrada algum dos lados da conversa. Por esse motivo, veio a iniciativa de criar o debate de forma passiva e educativa, na tentativa de promover uma troca de informações entre ambas as gerações;
- Personagens: Uma apresentadora/mediadora, dois convidados por episódio (sendo um da geração X e outro da Z), e um especialista sobre o assunto discutido no programa do dia;
- Desejos: A intenção do programa é criar um debate saudável entre as gerações e convidados;
- Obstáculo: A geração X (dos nascidos entre 1965 e 1981) foi um grupo que cresceu sob ideais específicos, a parcela da sociedade que fugia desses ideais era chamada de radicais e revoltados. Com a chegada da internet, a próxima geração, conhecida como geração Z (dos nascidos entre 1995 e 2010), cresceu com acesso a informação de forma fácil e gratuita, ao contrário dos boomers (geração x). Todo esse acesso à tecnologia e informação, fez com que assuntos considerados tabus pela geração passada fossem discutidos e normalizados, tornando difícil uma discussão saudável;
- Pontos Altos: Ouvir como a discussão conseguiu mudar a forma de pensar de todos os envolvidos no programa. Cada um contribuindo de acordo com a sua perspectiva e história;
- O que pode vir depois? Expandir a discussão para as redes sociais, se conectando assim, com as ideias e opinião do público sobre o assunto e o que foi dito no programa.

### 3.2.1 Pesquisa de Campo

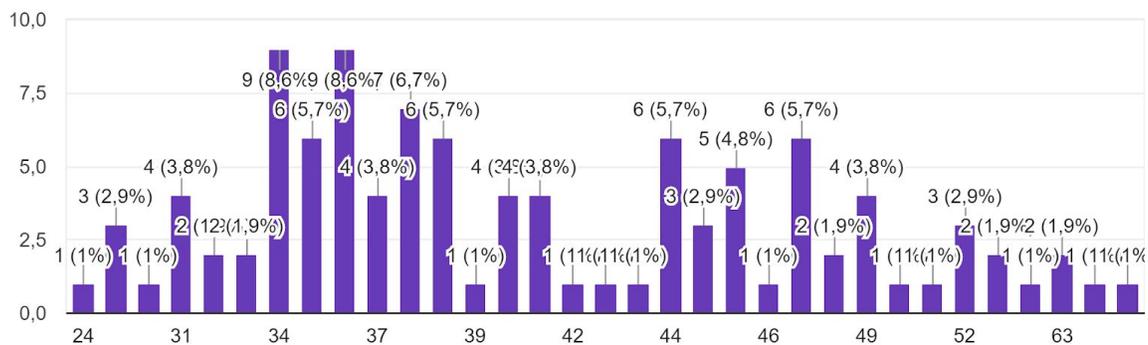
a) Sexo dos entrevistados:

Sexo  
105 respostas



b) A idade das pessoas que responderam a pesquisa varia entre 24 a 63 anos:

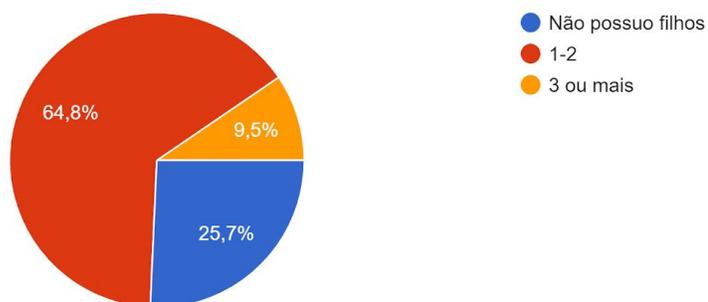
Idade  
105 respostas



c) Das 105 pessoas que responderam a pesquisa, a maioria possui filhos:

Possui quantas/os filhas/os?

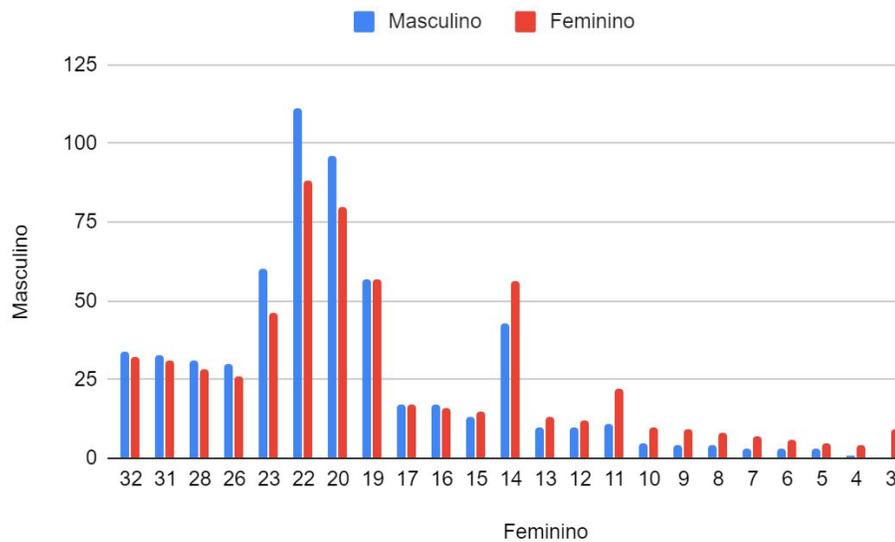
105 respostas



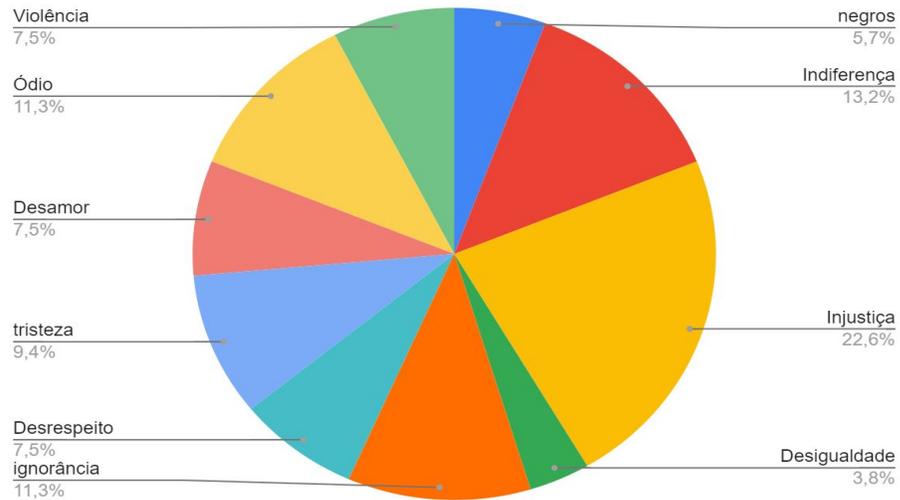
Dentre as 105 pessoas que responderam a pesquisa 79 delas possui filhos;

d) Diferenças de idade entre os sexos:

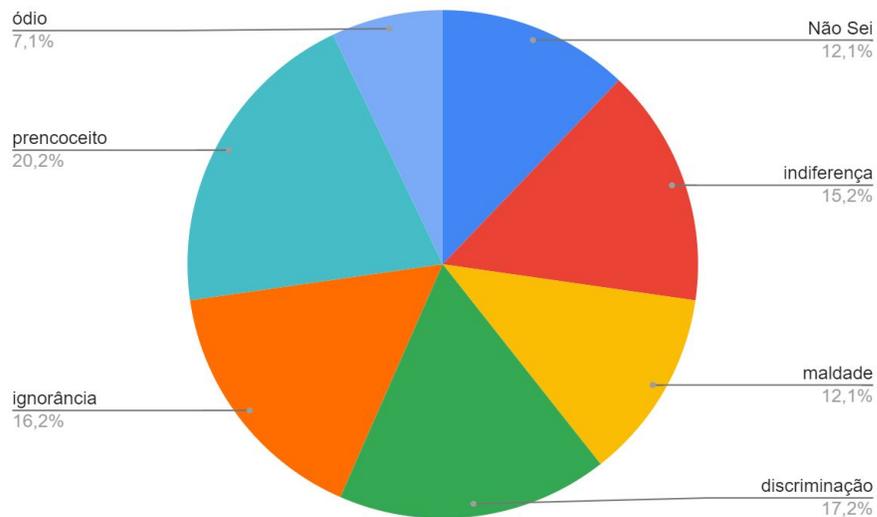
### Masculino versus Feminino



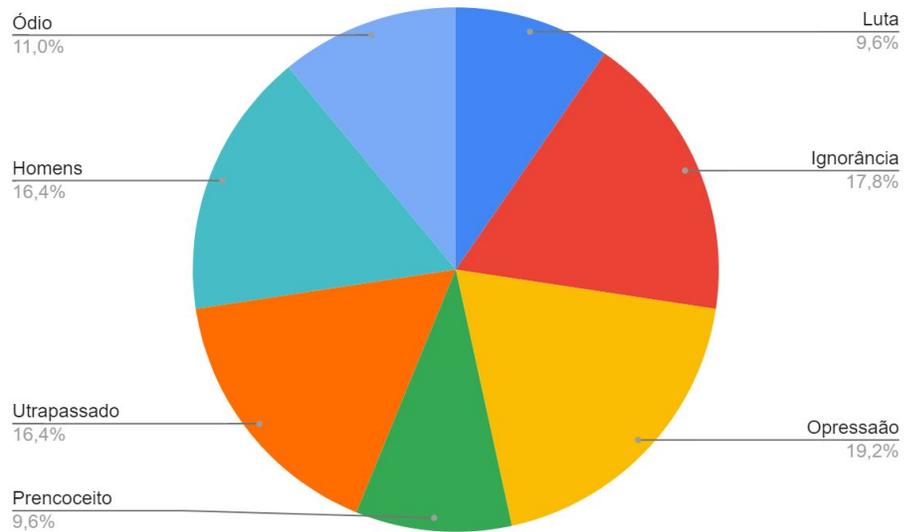
e) Pergunta: "Qual a primeira coisa que lhe vem à mente ao escutar a palavra RACISMO?"



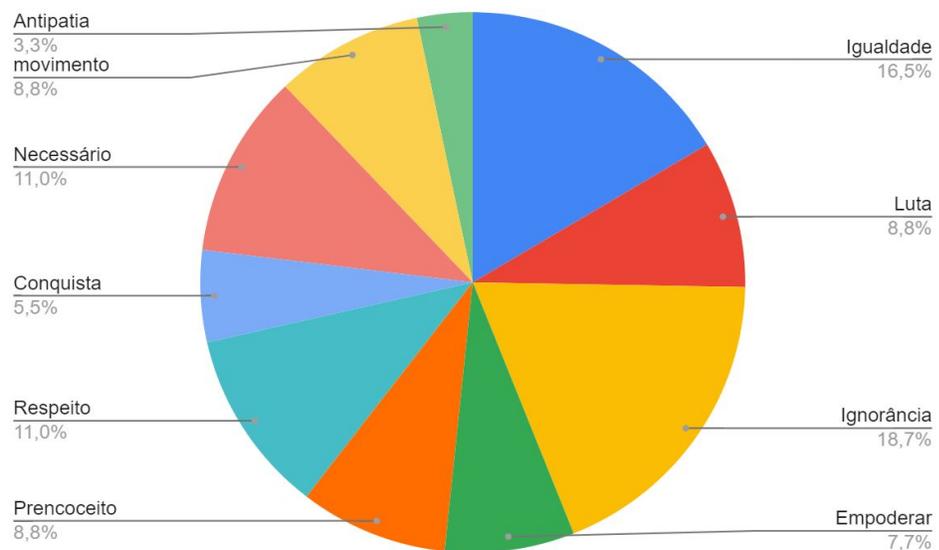
f) Pergunta: "Qual a primeira coisa que lhe vem à mente ao escutar a palavra GORDOFOBIA?"



g) Pergunta: "Qual a primeira coisa que lhe vem à mente ao escutar a palavra MACHISMO?"



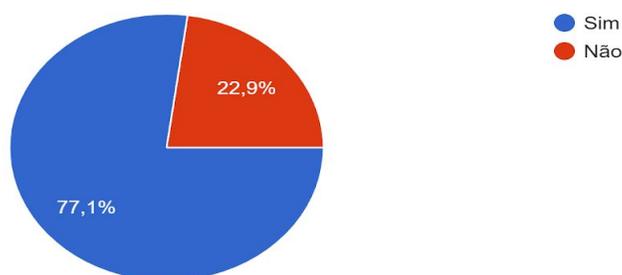
h) Pergunta: "Qual a primeira coisa que lhe vem à mente ao escutar a palavra FEMINISMO?"



i) Pergunta: "Você já participou de alguma conversa/discussão sobre algum dos assuntos abordados nas perguntas anteriores?"

Você já participou de alguma conversa/discussão sobre algum dos assuntos abordados nas perguntas anteriores?

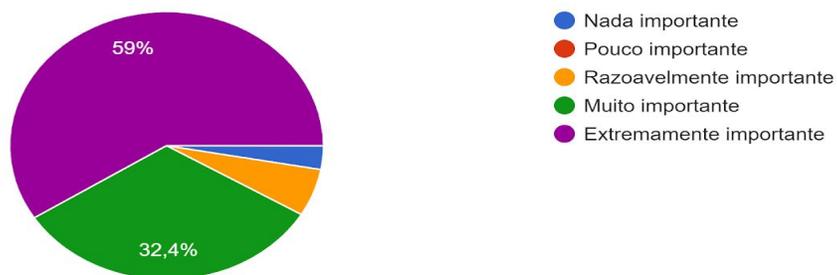
105 respostas



j) Pergunta: "Qual a importância da discussão sobre esses temas?"

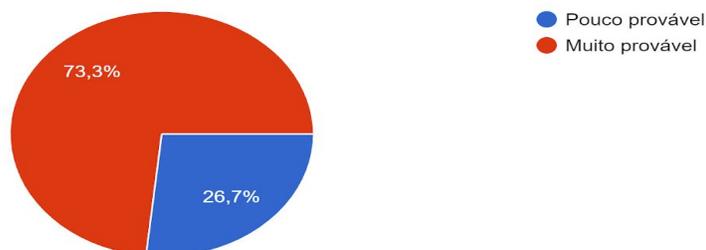
Qual a importância da discussão sobre esses temas?

105 respostas



k) Pergunta: "Qual a probabilidade de você discutir sobre esses temas?"

Qual a probabilidade de você discutir sobre esses temas?  
105 respostas



### 3.2.2 Considerações Finais da Pesquisa Qualitativa

Vivemos em uma sociedade rodeada de imposições e preconceitos, e assuntos de extrema importância são deixados de lado. Em uma era lotada de informações com pouco aprofundamento, a mídia hoje em dia é nosso maior meio de informação, e infelizmente, parte da população se recusa a abrir a mente para qualquer coisa que confronte seus ideais.

Portanto escolhemos fazer um programa onde esses temas são abordados com profissionalismo e de maneira leve, sem imposições de pensamentos, para que as pessoas se permitam ouvir e participar dessas conversas que não são comuns no dia a dia.

### 3.2.3 Viabilidade Comercial

A quarentena, que se iniciou como medida de prevenção ao novo coronavírus, não só interferiu na rotina dos brasileiros como um todo, como atingiu seus hábitos de consumo. Com o aumento do tempo passado em casa, o interesse por programas de cunho jornalístico aumentou significativamente, em razão da procura por informação transparente e de qualidade. Com o crescimento da busca por informações, o número de pessoas ligadas a programas de rádio cresceu significativamente.

Hábitos que antes poderiam ser algo corriqueiro, ou até mesmo de pouca importância na vida dos brasileiros, se tornaram algo comum e essencial, já que o momento é de informação. Não somente sobre o novo COVID-19, mas sobre assuntos relevantes que estão sendo discutidos com mais afinco, como feminismo, por exemplo.

No cenário atual que vivenciamos, assuntos relevantes que antes eram transmitidos como um debate rápido de rede social, têm ganhado visibilidade em programas de rádios e televisão.

## CAPÍTULO 4

### 4.1. Programa de Rádio

#### 4.1.1 Captação técnica

A captação do programa foi realizada de forma digital e remota através do aplicativo de celular "Anchor". O Anchor é uma plataforma gratuita de streaming para podcasts. Uma vez que, por conta do COVID-19, muitos dos integrantes e convidados se encontram em vários lugares do país, foi necessário encontrar um meio para se realizar uma captação de forma online e que pudesse gerar um áudio de qualidade.

Para isso, foi gerado um link com o intuito de, tanto a apresentadora, Ana Clara Silveira (juntamente com a produção), as convidadas representando as gerações X (Claréti Machado) e Z (Victória Martins) e a especialista no assunto (Isadora Simões), pudessem conversar e trocar ideias, simulando um programa de rádio real. E para a captação do áudio, foram utilizados fones de ouvido com microfones.

#### 4.1.2 Roteiro

<b>LOGO</b>	<b>PROGRAMA</b> Debate à mesa	<b>PRODUTOR</b> Produtora FPS	<b>APRESENTADOR</b>	<b>TEMPO</b> 1H
	<b>RETRANCA</b>	<b>DATA</b>	<b>BLOCOS</b> 6	

#### BLOCO 1 – 38'

<b>Segmento / Conteúdo</b>	<b>Descrição / Texto</b>	<b>Duração</b>
<b>VH – ABERTURA + TRILHA</b> <i>(manter BG baixo enquanto apresentadores falam)</i>		
<b>ABERTURA</b>	<b>LOC 1</b> – ALÔ / ALÔ / BOM DIA CARO OUVINTE / PARA VOCÊ QUE ESTÁ NOS ACOMPANHANDO NESTA MANHÃ CHUVOSA / SEJA DE CASA / DO TRÂNSITO / DO TRABALHO / MUITO BEM VINDO(A) AO "DEBATE	00:00:30

	<p>À MESA" // SE VOCÊ ACABOU DE SINTONIZAR E NÃO ESTÁ ENTENDENDO NADA/ EU EXPLICO //</p>	
<p><b>LAPADA DO CONTEÚDO DESTE PROGRAMA</b></p>	<p><b>LOC 2</b> –O “DEBATE À MESA” É UM PROGRAMA DE TROCA DE IDEIAS SOBRE DIVERSOS ASSUNTOS IMPORTANTES ENTRE DIFERENTES GERAÇÕES: DOS NASCIDOS ENTRE 1944 - 1964 E DOS NASCIDOS ENTRE 1995 - 2010 Y // VAMOS CONSEGUIR ENXERGAR O PONTO DE VISTA DE CADA UM E EVOLUIRMOS EM QUESTÕES RELEVANTES NA NOSSA SOCIEDADE // TUDO ISSO AQUI NA SUA RÁDIO GLOBO / SINTONIZADA NA 98.1 // EU SOU ANA CLARA // E NO PROGRAMA DESTA SEGUNDA-FEIRA / TEREMOS A PARTICIPAÇÃO DE DUAS CONVIDADAS E UMA ESPECIALISTA DEBATENDO SOBRE UM TEMA UM TANTO QUANTO POLÊMICO: O FEMINISMO // VOCÊ QUE ESTÁ NOS OUVINDO / SABE REALMENTE O QUE É O FEMINISMO? SERIA APENAS ALGUM TIPO DE MI MI MI? // ESTE É O TEMA QUE SERÁ ABORDADO NESTA EDIÇÃO DE HOJE PARA VOCÊ FICAR INTEIRADO SOBRE O ASSUNTO // E CASO VOCÊ TENHA ALGUM COMENTÁRIO / QUEREMOS OUVÍ-LO! / DIVULGAMOS PREVIAMENTE O ASSUNTO EM NOSSAS REDES SOCIAIS // PARA TERMOS A PARTICIPAÇÃO DE VOCÊS / O MEU MUITO OBRIGADA À TODOS QUE AJUDARAM PARA ENRIQUECER ESSA CONVERSA TÃO NECESSÁRIA EM NOSSOS DIAS! // LEMBRE-SE, SUA INTERAÇÃO PRÉVIA NAS REDES É MUITO IMPORTANTE PARA NÓS! // É SÓ MANDAR UMA MENSAGEM PARA 99090-9090 OU MANDAR UMA MENSAGEM NAS NOSSAS REDES SOCIAIS @DEBATEAMESA // NÃO ESQUEÇA DE DEIXAR SEU NOME E SUA CIDADE NO COMENTÁRIO! //</p>	<p>00:01:30</p>

<p><b>APRESENTADOR</b></p>	<p><b>LOC 3 - SEM MAIS DELONGAS / QUERO APRESENTAR PRA VOCÊS NOSSAS CONVIDADAS DE HOJE // TEMOS AQUI CONOSCO / ELA / QUE VAI REPRESENTAR A GERAÇÃO X: CLARÉTI / UMA MULHER QUE FEZ PARTE DA GERAÇÃO QUE ABRIU MUITAS PORTAS PARA A POSTERIOR / NOS CONTE SOBRE VOCÊ! QUEM É CLARÉTI MACHADO? / E PARA REPRESENTAR A GERAÇÃO Y RECEBEMOS A VICTÓRIA, QUE FAZ PARTE DA FAMOSA GERAÇÃO Z // ME DIZ / QUEM É VICTÓRIA MARTINS? //</b></p>	<p>00:02:20</p>
<p><b>APRESENTADOR</b></p>	<p><b>LOC 4 - E TAMBÉM A NOSSA ESPECIALISTA SOBRE O TEMA / ISADORA SIMÕES / QUE COM MUITO CONHECIMENTO VAI NOS AJUDAR A ENTENDER MELHOR A RELAÇÃO DO FEMINISMO COM NOSSOS DIAS ATUAIS! // ISADORA SIMÕES É SOCIAL MEDIA E ACADÊMICA DE ESTUDOS DE RAÇA E GÊNERO / ME CONTA / DE ONDE VOCÊ É / QUANDO VOCÊ NASCEU... NOS CONTE MAIS SOBRE QUEM É ISADORA SIMÕES! //</b></p> <p>- CONTE MAIS / COMEÇANDO POR VOCÊ / CLARETI //</p> <p><b>LOC 5- EM RELAÇÃO À INFÂNCIA DE VOCÊS / ONDE VOCÊS CRESCERAM? / COMO FOI A SUA INFÂNCIA / CRESCER COM QUEM? / SEUS PAIS TRABALHAVAM? / TINHAM FORMAÇÃO NO QUE? //</b> (aguardar resposta das 3 participantes)</p> <p><b>LOC 6- INTERESSANTE, E SOBRE A SUA ESCOLHA PROFISSIONAL? / COMO E PORQUE VOCÊ SEGUIU ESSE CAMINHO? / TEVE ALGUMA RELAÇÃO COM SUA FAMÍLIA, ALGUM EXEMPLO / INSPIRAÇÃO FAMILIAR / OU ALGO DO TIPO? //</b> (aguardar resposta das 3 participantes)</p>	<p>00:01:15</p>

	<b>LOC 7- MUITO LEGAL TER CONHECIDO UM POUCO MAIS SOBRE VOCÊS! //</b>	
<b>APRESENTADOR FECHAMENTO BLOCO</b>	<b>LOC 8 - AGRADECEMOS A TODAS PELA PRESENÇA E DISPONIBILIDADE PARA CONVERSAR EM NOSSA MESA SOBRE FEMINISMO / O NOSSO TEMA DE HOJE // ANTES DE INICIARMOS NOSSA CONVERSA, VAMOS PRA UM BREVE INTERVALO E JÁ JÁ VOLTAMOS / NÃO SAIA DAÍ! //</b>	00:01:00
<b>VH – FECHAMENTO BLOCO</b>		
		<b>Duração Total</b>
<b>INTERVALO 3 MINUTOS</b>		
		00:06:45

**INTERVALO – 3 MINUTOS**

**BLOCO 2–7’40”**

<b>Segmento / Conteúdo</b>	<b>Descrição / Texto</b>	<b>Duração</b>
<b>VH – ABERTURA</b>		
<b>ABERTURA DE BLOCO</b>	<b>LOC 9 –ESTAMOS DE VOLTA COM NOSSO DEBATE À MESA // NO BLOCO ANTERIOR VOCÊS CONHECERAM NOSSAS CONVIDADAS CLARÉTI MACHADO / QUE É DA GERAÇÃO X / E A VICTÓRIA MARTINS QUE É DA GERAÇÃO Z // ELAS IRÃO FALAR UM POUCO PRA GENTE COMO ELAS SENTIAM O PAPEL DA MULHER NA SOCIEDADE E TAMBÉM DE COMO ERA FEMINISMO ANTES E COMO ELE É AGORA // AS DUAS ESTÃO AQUI DISPOSTAS A OUVIREM E TAMBÉM A MOSTRAREM SEUS PONTOS DE VISTA // VOCÊS TAMBÉM CONHECERAM NOSSA ESPECIALISTA ISADORA SIMÕES / QUE IRÁ NOS</b>	00:02:00

	<p>GUIAR E AJUDAR A ESCLARECER NOSSAS DÚVIDAS // NESSE BLOCO VAMOS DESMISTIFICAR ALGUMAS IDEIAS E ESTEREÓTIPOS QUE ESTÃO ALINHADOS QUANDO OUVIMOS FALAR SOBRE FEMINISMO / É UM ASSUNTO QUE VEM GANHANDO BASTANTE ESPAÇO // ENTRETANTO / MUITAS PESSOAS IMAGINAM O FEMINISMO COMO ELE NÃO É // VALE RESSALTAR QUE O INTUITO DO PROGRAMA É GERAR UM DEBATE PARA QUE DUAS GERAÇÕES DIFERENTES POSSAM COLOCAR SUAS OPINIÕES À MESA E DEBATEREM OS PORQUÊS DELAS / PARA ISSO VAMOS LOGO INICIANDO NOSSA CONVERSA! // MUITAS MULHERES AO LONGO DA VIDA TIVERAM GRANDE INFLUÊNCIA DE OUTRAS QUE FORAM INSPIRAÇÃO E CONTRIBUÍRAM PARA A CONSTRUÇÃO DO QUE SÃO HOJE, ACREDITO SER O CASO DE VOCÊS... //</p>	
<b>RODA DE CONVERSA</b>		
<p><b>INTERAÇÃO</b></p>	<p>QUAIS FORAM AS MULHERES QUE DESDE CEDO MARCARAM SUAS VIDAS E AJUDARAM A SER QUEM SÃO ATUALMENTE? (aguardar resposta das 3 participantes)</p> <p>E NAS MÍDIAS, REDES SOCIAIS, RÁDIO, TELEVISÃO, INTERNET... TEM ALGUMA MULHER EM QUE VOCÊS SE INSPIRAM E ADMIRAM? O QUE NELA TE CHAMA A ATENÇÃO? (aguardar resposta das 3 participantes)</p>	00:05:00
<b>FECHAMENTO DO BLOCO</b>		
<p><b>ENCERRAMENTO</b></p>	<p><b>LOC 10</b> – ESSA CONVERSA ESTÁ FICANDO CADA VEZ MAIS INTERESSANTE // E PRA FICAR AINDA MELHOR / SIGA NOSSO PERFIL NAS REDES</p>	00:00:30

	SOCIAIS! @DEBATEAMESA! VAMOS INTERAGIR POR LÁ! // O DEBATE VOLTA JÁ //	
<b>VH – FECHAMENTO BLOCO</b>		
	<b>Duração Total</b>	00:07:40
<b>INTERVALO 3 MINUTOS</b>		

**BLOCO 3–7'40"**

Segmento / Conteúdo	Descrição / Texto	Duração
<b>APRESENTADOR</b>  <b>ABERTURA DO BLOCO</b>	<b>LOC 11</b> – VOLTAMOS COM O NOSSO DEBATE À MESA / E EU NEM QUERO DEMORAR MUITO / ESTAMOS RECEBENDO MUITAS MENSAGENS DO PESSOAL DE CASA / QUE TÁ INTERAGINDO COM A GENTE E ISSO É MUITO IMPORTANTE PRA NÓS / ENTÃO SE VOCÊ TEM ALGUMA DÚVIDA / OU OPINIÃO SOBRE O TEMA MANDA PRA GENTE NAS REDES SOCIAIS DO PROGRAMA / OU LIGUE AQUI PRA GENTE OK? / 99090-9090 / NÃO SE ESQUEÇAM / @DEBATEAMESA NAS REDES SOCIAIS! / O DEBATE À MESA DE HOJE É ENTRE A GERAÇÃO X DE 1944 – 1964 E A GERAÇÃO Z DE 1994 - 2010 / VAMOS CONTINUAR OUVINDO NOSSAS CONVIDADAS //	00:01:00
<b>RODA DE CONVERSA</b>		
<b>INTERAÇÃO</b>	JÁ HOUVE UMA ÉPOCA EM QUE A MULHER ERA APENAS A DONA DO LAR / VOCÊS ACREDITAM QUE ESSA IMAGEM TENHA MUDADO? // (aguardar resposta das 3 participantes)  VICTÓRIA / O QUE VOCÊ ACREDITA QUE TENHA MUDADO EM SER MULHER NA SUA GERAÇÃO / EM RELAÇÃO ÀS ANTERIORES? // (aguardar resposta da participante)	00:05:00

	<p>E VOCÊ / CLARÉTI / O QUE VOCÊ PERCEBEU QUE MUDOU EM SER MULHER NA SUA GERAÇÃO E EM RELAÇÃO ÀS POSTERIORES? //</p> <p>(aguardar resposta da participante)</p> <p>E EM RELAÇÃO A REPRESENTATIVIDADE / CLARÉTI / COMO AS MULHERES ERAM REPRESENTADAS NO RÁDIO / NA TELEVISÃO E NAS PROPAGANDAS EM SUA ADOLESCÊNCIA? //</p> <p>(aguardar resposta da participante)</p> <p>ISADORA / COMO ESPECIALISTA NA ÁREA / HOVE REALMENTE UMA MUDANÇA ENTRE ESSAS GERAÇÕES / DO PAPEL DA MULHER NA MÍDIA E NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMO UM TODO? //</p> <p>(aguardar resposta da especialista)</p>	
<b>FECHAMENTO DO BLOCO</b>		
<b>FECHAMENTO BLOCO</b>	<p><b>LOC 12 - MAIS UM BLOCO CHEGANDO AO FIM / MAS AINDA TEMOS MUITA COISA LEGAL PRA DISCUTIR / CONVERSAR E DEBATER / TUDO COM MUITO RESPEITO E EDUCAÇÃO / POIS É ASSIM QUE EVOLUÍMOS! // ALÉM É CLARO DA SUA PARTICIPAÇÃO QUE É MUITO IMPORTANTE AQUI NA NOSSA MESA / O DEBATE VOLTA JÁ! //</b></p>	00:00:30
<b>VH – FECHAMENTO BLOCO</b>		
		<b>Duração Total</b> 00:07:40
<b>INTERVALO 3 MINUTOS</b>		

**INTERVALO – 3 MINUTOS**

**BLOCO 4 – 9’10”**

<b>Segmento / Conteúdo</b>	<b>Descrição / Texto</b>	<b>Duração</b>
<b>VH – ABERTURA</b>		
<b>ABERTURA DE BLOCO</b>	<b>LOC 10 – MUITO BEM / DEBATE À MESA DE VOLTA / E JÁ VAMOS OUVIR A OPINIÃO DE VOCÊS / NOSSOS QUERIDOS OUVINTES // NÃO SE ESQUEÇA DE NOS SEGUIR NAS REDES SOCIAIS / @DEBATEAMESA, OU ENTRAR EM CONTATO PELO NÚMERO 99090-9090! // AGORA NESTE BLOCO / VAMOS APROFUNDAR UM POUCO MAIS NO TEMA DE NOSSO PROGRAMA / O FEMINISMO //</b>	00:01:30
<b>RODA DE CONVERSA</b>		
<b>INTERAÇÃO</b>	<p>O QUE O TERMO ‘FEMINISMO’ REMETE E SIGNIFICA PARA VOCÊ / CLARÉTI? //</p> <p>(aguardar resposta da convidada)</p> <p>E PARA VOCÊ / VICTÓRIA? //</p> <p>(aguardar resposta da convidada)</p> <p>É ALGO PRESENTE NO SEU DIA A DIA / VICTÓRIA? //</p> <p>(aguardar resposta da convidada)</p> <p>E EM SUA ROTINA, CLARÉTI, O FEMINISMO É PRESENTE? //</p> <p>(aguardar resposta da convidada)</p> <p>CLARÉTI / VOCÊ LEMBRA DA PRIMEIRA VEZ QUE OUVIU FALAR SOBRE O TEMA / TEVE UMA CERTA ESTRANHEZA OU ALGO PARECIDO? //</p> <p>(aguardar resposta da convidada)</p> <p>E VOCÊ, VICTÓRIA? //</p> <p>(aguardar resposta da convidada)</p>	00:07:00

	<p>VOCÊ SE IDENTIFICA COM O MOVIMENTO FEMINISTA / VICTÓRIA? //</p> <p>(aguardar resposta da convidada)</p> <p>E VOCÊ / CLARÉTI? //</p> <p>(aguardar resposta da convidada)</p> <p>VOCÊS ACREDITAM QUE O FEMINISMO AINDA TÊM UTILIDADE ATUALMENTE OU SE TRANSFORMOU EM ALGO BANAL? //</p> <p>(aguardar resposta das 3 participantes)</p> <p>UMA DAS PRINCIPAIS BASES DO FEMINISMO É A LIBERDADE DE ESCOLHA DAS MULHERES // E EXISTEM VÁRIAS VERTENTES FEMINISTAS / NA QUAL VOCÊ PODE SE IDENTIFICAR / PORÉM / POR MEIO DE PESQUISAS QUE FIZEMOS / NOTAMOS QUE É UMA PEQUENA PARCELA DA POPULAÇÃO QUE TEM CONHECIMENTO SOBRE O ASSUNTO // SE TODO O MOVIMENTO E ESSAS VERTENTES FOSSEM MAIS COMUNICADAS / VOCÊS ACHAM QUE AS MULHERES EM GERAL / E A SOCIEDADE COMO UM TODO / SE SENTIRAM MAIS CONFORTÁVEIS E TERIAM UMA REJEIÇÃO MENOR AO FEMINISMO?</p> <p>(aguardar resposta das 3 participantes)</p>	
<b>FECHAMENTO DO BLOCO</b>		
<b>ENCERRAMENTO</b>	<p><b>LOC 11</b> – MUITO OBRIGADA POR ESSA TROCA / VICTORIA / CLARÉTI / ISADORA // E VOCÊ OUVINTE QUERIDO / QUE ESTÁ SINTONIZADO AQUI NA SUA RÁDIO GLOBO 98.1 // NÃO É BOM OUVIR GENTE ESCLARECIDA E QUE NOS ENSINA TANTO? // VOCÊ TÁ A FIM DE MAIS? / ENTÃO NÃO PERCA A PRÓXIMA RODADA DO SEU DEBATE À MESA / VOLTAMOS JÁ //</p>	00:00:30
<b>VH – FECHAMENTO BLOCO</b>		
		<b>Duração Total</b>
		00:09:10
<b>INTERVALO 3 MINUTOS</b>		

**BLOCO 5 – 14'15"**

<b>Segmento / Conteúdo</b>	<b>Descrição / Texto</b>	<b>Duração</b>
<b>APRESENTADOR</b>  <b>ABERTURA DO BLOCO</b>	<b>LOC 12 – BEM VINDO DE VOLTA À NOSSA MESA // / ESSE PROGRAMA É FEITO PRA VOCÊ // PRA ESPALHAR INFORMAÇÃO DE QUALIDADE / E OUVIR EXPERIÊNCIAS DE PESSOAS QUE VIVERAM / E AINDA VIVEM PROBLEMAS RELACIONADOS A ASSUNTOS PERTINENTES DA NOSSA SOCIEDADE / HOJE NOSSO TEMA É O FEMINISMO // ESTAMOS MUITO CONTENTES COM A SUA PARTICIPAÇÃO AÍ DE CASA / ENTÃO VAMOS SEGUIR COM ALGUMAS DÚVIDAS DO PÚBLICO / ENVIADAS PREVIAMENTE POR NOSSAS REDES SOCIAIS! // LEMBRANDO / ENTRE EM CONTATO CONOSCO POR MEIO DO TELEFONE 99090-9090 / @DEBATEAMESA // PARA RESPONDER OS COMENTÁRIOS DAS REDES SOCIAIS, VAMOS CONTAR COM A AJUDA DE NOSSA ESPECIALISTA PRESENTE / ISADORA SIMÕES / E VOCÊS / NOSSAS CONVIDADAS GERACIONAIS / TAMBÉM SE SINTAM À VONTADE PARA COMENTAR SOBRE AS DÚVIDAS QUE FOREM LEVANTADAS! //</b>	00:01:00
<b>PARTICIPAÇÃO DOS OUVINTES</b>		
<b>INTERAÇÃO</b>	A MARTA PERGUNTOU: PARA MIM / FEMINISMO SÃO MULHERES QUE QUEREM SER SUPERIORES AOS HOMENS / NÃO DÁ NO MESMO QUE O MACHISMO? // (aguardar resposta da especialista, e possíveis comentários das convidadas).  AGORA UMA DÚVIDA DO CARLOS! // O HOMEM / PODE SER FEMINISTA? // (aguardar resposta da especialista, e possíveis comentários das convidadas).  EU ACHO QUE NÃO FAZ SENTIDO SER UM MOVIMENTO DE MINORIA / SE EXISTEM MAIS	00:13:15

	MULHERES DO QUE HOMENS... // COMO FUNCIONA ISSO? / A BÁRBARA PERGUNTOU // (aguardar resposta da especialista, e possíveis comentários das convidadas).	
<b>FECHAMENTO DO BLOCO</b>		
<b>ENCERRAMENTO</b>	<b>LOC 14</b> –ENTÃO É ISSO / GOSTARIA DE AGRADECER A ESSAS CONTRIBUIÇÕES QUE AQUECERAM NOSSO DEBATE / E LEMBRAR QUE É MUITO IMPORTANTE PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA SOCIEDADE MAIS IGUALITÁRIA A PARTICIPAÇÃO DE TODOS // PARA ENTRAR EM CONTATO É FÁCIL: NOS SIGA NAS REDES SOCIAIS, @DEBATEAMESA, E NOS CONTATE PELO NÚMERO 99090-9090! // INFELIZMENTE O PROGRAMA ESTÁ SE ENCAMINHANDO PARA O FIM / MAS AINDA TEM MUITO ASSUNTO NO NOSSO PRÓXIMO BLOCO / ENTÃO NÃO SAIA DAÍ / PORQUE O SEU DEBATE À MESA AQUI NA RÁDIO GLOBO VOLTA JÁ.	00:00:45
<b>VH – FECHAMENTO BLOCO</b>		
		<b>Duração Total</b>
		00:14:15
<b>INTERVALO 3 MINUTOS</b>		

**INTERVALO – 3 MINUTOS**

**BLOCO 6 – 11'30”**

<b>Segmento / Conteúdo</b>	<b>Descrição / Texto</b>	<b>Duração</b>
<b>VH – ABERTURA</b>		
<b>ABERTURA DE BLOCO</b>	<b>LOC 15 – ESTAMOS DE VOLTA COM NOSSO DEBATE / E INFELIZMENTE ESTAMOS CHEGANDO AO FIM // FALO INFELIZMENTE POIS O ASSUNTO É VASTO E IMPORTANTE / NÓS PRECISARÍAMOS DE MAIS ALGUMAS HORAS DE PROGRAMAÇÃO PARA CONSEGUIR SANAR TODAS AS DÚVIDAS E EXPOR TODAS AS OPINIÕES // MAS LEMBRE-SE / NAS REDES SOCIAIS O PROGRAMA NÃO ACABA NUNCA // LÁ VOCÊ SEMPRE TERÁ ESPAÇO PARA OPINAR / E ASSIM QUE ACABARMOS O PROGRAMA NO ESTÚDIO / NOSSA ESPECIALISTA VAI RESPONDER ALGUMAS DÚVIDAS QUE AINDA FICARAM // ENTÃO FIQUE LIGADINHO NA GENTE POR LÁ TAMBÉM // VAMOS OUVIR AS CONSIDERAÇÕES FINAIS DAS NOSSAS CONVIDADAS DE HOJE / CLARÉTI E VICTÓRIA / QUE BRILHANTEMENTE ENRIQUECERAM NOSSO PROGRAMA // AFINAL É SEMPRE BOM QUANDO CONSEGUIMOS ENXERGAR O PONTO DE VISTA DO OUTRO E DEBATER DE FORMA SAUDÁVEL / ALÉM É CLARO / DE AGRADECER IMENSAMENTE A PRESENÇA DA ISADORA SIMÕES QUE COM TODO SEU CONHECIMENTO TROUXE MUITA LUZ E NOS FEZ ENTENDER UM POUCO MELHOR ESSE ASSUNTO TÃO COMPLEXO / RELEVANTE E NECESSÁRIO DE SE DEBATER //</b>	00:01:30
<b>INTERAÇÃO</b>	<b>PARA FINALIZAR, ALGUMAS PERGUNTINHAS:  ANALISANDO TODA A NOSSA CONVERSA E OBSERVANDO A VIVÊNCIA DAS DUAS GERAÇÕES / VOCÊS ACHAM QUE A VIDA MELHOROU PARA NÓS MULHERES? AS COISAS FICARAM MAIS FÁCEIS E</b>	00:08:00

	<p>JUSTAS PRA GENTE? // (aguardar resposta das 3 participantes)</p> <p>É POSSÍVEL UNIR ESSAS DUAS GERAÇÕES EM PROL DA GERAÇÃO FUTURA? // (aguardar resposta das 3 participantes)</p> <p>O QUE É POSSÍVEL E NECESSÁRIO FAZERMOS PARA ACABAR DE VEZ COM O MACHISMO / SE NÃO AGORA / DAQUI HÁ 20 ANOS / POR EXEMPLO? // (aguardar resposta das 3 participantes)</p>	
<b>FECHAMENTO DO PROGRAMA</b>		
<b>ENCERRAMENTO</b>	<p><b>LOC 16</b> –POIS BEM / CHEGAMOS AO FIM DE MAIS UM DEBATE À MESA / EU GOSTARIA MUITO DE AGRADECER ÀS NOSSAS CONVIDADAS E ESPECIALISTA DE HOJE // FOI MUITO IMPORTANTE ESTARMOS JUNTAS // TENHO CERTEZA QUE ASSIM COMO EU / QUEM NOS ACOMPANHA TAMBÉM APRENDEU MUITO COM TUDO O QUE VOCÊS FALARAM AQUI NO PROGRAMA // OBRIGADA // QUERO AGRADECER TAMBÉM A SUA AUDIÊNCIA CARO OUVINTE / E DIZER QUE A SUA PARTICIPAÇÃO FAZ DESSE PROGRAMA UM SUCESSO // AMANHÃ EU TE ESPERO NOVAMENTE AQUI NA SUA RÁDIO GLOBO, SINTONIA 98.1 / COM UM NOVO TEMA / NOVOS CONVIDADOS / MAS COM A SUA COMPANHIA DE SEMPRE / ÀS OITO HORAS DA MANHÃ // ATÉ LÁ // UM FORTE ABRAÇO / E TENHAM TODOS UM EXCELENTE DIA //</p>	00:00:30
<b>VH – ENCERRAMENTO DO PROGRAMA</b>		00:00:30
<b>Duração Total</b>		00:11:30

## 4.1.4 Espelho

### Modelo de Roteiro para Programa ao vivo ou gravado

modelo elaborado pelo Prof Willians Cerozzi Balan

Título do Programa: **DEBATE À MESA**

#### Espelho

	hh:mm:ss		mm:ss
<b>NO AR</b>	<b>8:00:00 AM</b>	<b>Início da transmissão</b>	
<b>Bloco 1</b>	<b>8:02:00 AM</b>	<b>Bloco 1</b>	<b>06:45</b>
		Intervalo 1	03:00
<b>Bloco 2</b>	<b>8:12:45 AM</b>	<b>Bloco 2</b>	<b>07:40</b>
		Intervalo 2	03:00
<b>Bloco 3</b>	<b>8:23:25 AM</b>	<b>Bloco 3</b>	<b>07:40</b>
		Intervalo 3	03:00
<b>Bloco 4</b>	<b>8:34:35 AM</b>	<b>Bloco 4</b>	<b>09:10</b>
		Intervalo 4	03:00
<b>Bloco 5</b>	<b>8:46:45 AM</b>	<b>Bloco 5</b>	<b>14:15</b>
		Intervalo 5	03:00
<b>Bloco 6</b>	<b>9:04:00 AM</b>	<b>Bloco 6</b>	<b>11:30</b>
	<b>9:12:00 AM</b>	<b>Horário de saída do programa (final - entrega)</b>	
			<b>hh:mm:ss</b>
		<b>Tempo total do programa:</b>	<b>1:12:00</b>
		<b>Tempo total de conteúdo:</b>	<b>0:57:00</b>
		<b>Tempo total de patrocinadores:</b>	<b>0:15:00</b>

<b>START</b>		<b>Entre com a hora do início de transmissão:</b>	<b>formato: hh:mm:ss</b>	
			<b>8:00:00</b>	
hora	origem	conteúdo	mm:ss	<b>02:00</b>
8:00:00 AM	GC	Logo padrão do programa	01:00	
8:01:00 AM	VT	Vinheta de Abertura	01:00	
8:02:00 AM			00:00	
8:02:00 AM			00:00	
<b>Bloco 1</b>		<b>Bloco 1</b>	<b>06:45</b>	
hora	origem	conteúdo	mm:ss	<b>06:45</b>
8:02:00 AM	VIVO	LOC 1 - Introdução ao programa	00:30	
8:02:30 AM	VT	LOC 2 - Lapada do conteúdo deste programa	01:40	
8:04:10 AM	VIVO	LOC 3 + Intro - Convidado Geração X	01:10	
8:05:20 AM		Intro - Convidado Geração Y	01:10	
8:06:30 AM		LOC 4 + Intro - Especialista	01:15	
8:07:45 AM	VIVO/VT	LOC 5 / Vinheta - Estamos apresentando	01:00	
hora	origem	<b>Intervalo 1</b>		<b>03:00</b>
8:08:45 AM	MASTER	Intervalo comercial completo	02:50	
8:11:35 AM	VT	Vinheta - Voltamos a apresentar	00:10	

<b>Bloco 2</b>		<b>Bloco 2</b>	<b>07:40</b>	
----------------	--	----------------	--------------	--

hora	origem	conteúdo	mm:ss	07:40
8:11:45 AM	VIVO	LOC 6 - Apresentação do tema	01:00	
8:12:45 AM	VIVO	LOC 6 - Pergunta ao convidado Geração X	01:00	
8:13:45 AM	VT	Vinheta - Convidados especiais	00:10	
8:13:55 AM	VIVO	Resposta entrevistado Geração X	02:30	
8:16:25 AM	VIVO	Resposta entrevistado Geração X	02:30	
8:18:55 AM	VIVO	LOC 7 - Encerra bloco; Chama vinheta - Estamos apresentando	00:30	

hora	origem	Intervalo 2		03:00
8:19:25 AM	MASTER	Intervalo comercial completo	02:50	
8:22:15 AM	VT	Vinheta - Voltamos a apresentar	00:10	

<b>Bloco 3</b>		<b>Bloco 3</b>	<b>07:40</b>	
----------------	--	----------------	--------------	--

hora	origem	conteúdo	mm:ss	07:40
8:22:25 AM	VIVO	LOC 8 - Introdução ao bloco	01:00	
8:23:25 AM	VIVO	LOC 8 - Pergunta ao convidado Geração Y	01:00	
8:24:25 AM	VT	Vinheta - Convidados especiais	00:10	

8:24:35 AM	VIVO	Resposta entrevistado - Geração Y	02:30	
8:27:05 AM	VIVO	Resposta entrevistado - Geração Y	02:30	
8:29:35 AM	VIVO	LOC 9 - Encerra bloco; Chama vinheta - Estamos apresentando	00:30	

hora	origem	Intervalo 3		03:00
8:30:05 AM	MASTER	intervalo comercial completo	02:50	
8:32:55 AM	VT	Vinheta - Voltamos a apresentar	00:10	

<b>Bloco 4</b>		<b>Bloco 4</b>	<b>09:10</b>	
----------------	--	----------------	--------------	--

hora	origem	conteúdo	mm:ss	09:10
8:33:05 AM	VIVO	LOC 10 - Introdução ao bloco; C	01:30	
8:34:35 AM	VT	Vinheta - Especialista do tema	00:10	
8:34:45 AM	VIVO	Especialista do tema	04:00	
8:38:45 AM	VIVO	Convidado Geração X	01:30	
8:40:15 AM	VIVO	Convidado Geração Y	01:30	
8:41:45 AM	VIVO	LOC 11 - Encerra bloco; Chama vinheta - Estamos apresentando	00:30	

hora	origem	Intervalo 4		03:00
8:42:15 AM	MASTER	Intervalo comercial completo	02:50	
8:45:05 AM	VT	Vinheta - Voltamos a apresentar	00:10	

Bloco 5		Bloco 5		14:15	
hora	origem	conteúdo	mm:ss	14:15	
8:45:15 AM	VIVO	LOC 12 - Introdução ao bloco - Chama perguntas e opiniões dos ouvintes	01:30		
8:46:45 AM	VIVO	<u>Especialista responde</u>	02:30		
8:49:15 AM	VIVO	<u>Entrevistado - Geração X - Responde</u>	01:30		
8:50:45 AM	VIVO	<u>Entrevistado - Geração Y - Responde</u>	01:30		
8:52:15 AM	VIVO	LOC 13 - Segunda rodada de pergunta dos ouvintes (repete sequência a cima)	06:30		
8:58:45 AM	VIVO	LOC 14 - Encerra bloco; Chama vinheta - Estamos apresentando	00:45		
hora	origem	Intervalo 5	03:00		
8:59:30 AM	MASTER	Intervalo comercial completo	03:00		
9:02:30 AM			00:00		

Bloco 6		Bloco 6		11:30	
hora	origem	conteúdo	mm:ss	11:30	
9:02:30 AM	VIVO	LOC 15 - Introdução ao bloco; Chama considerações finais dos entrevistados	01:30		
9:04:00 AM	VIVO	Consideração final convidado Geração X	02:30		
9:06:30 AM	VIVO	<u>Consideração final convidado Geração Y</u>	02:30		
9:09:00 AM	VIVO	Consideração final especialista do tema	03:00		
9:12:00 AM	VIVO	LOC 16 - Agradecimento aos convidados; Chamada para o próximo PGM	01:30		
9:13:30 AM	VT	Vinheta de encerramento	00:30		
9:14:00 AM	HORA DE SAÍDA	Entrega do horário para a Programação			

#### 4.1.5 Chamadas de Áudio para Rádio

Desenvolvemos duas chamadas de áudio para a rádio, em ambas nos atentamos em começar nos conectando com o ouvinte e trazermos as principais informações do programa, como o horário de transmissão, por exemplo.

A primeira delas foi criada pensando nos ouvintes que ainda não conhecem o programa, e tem o seguinte roteiro:

“Sabe aquela conversa gostosa ao redor da mesa enquanto toma um café com a família de manhã? Eu sei, nem sempre dá pra acontecer por causa da correria do dia a dia... trabalho, escola, faculdade... cada um com seus afazeres na sua hora. Mas... e se a gente trouxesse você pra nossa roda de conversa de café da manhã? De onde você estiver, seja no carro, no trabalho ou em casa, para debater um pouco dos assuntos mais relevantes e atuais. Às vezes, até aquele assunto que seu filho ou sua filha sempre falam, mas você fica meio perdido, sabe?! Para participar, é só ficar com a gente na Rádio Globo de segunda a sexta, das 8 às 9 da manhã!”

A segunda foi destinada a convidar as pessoas que já conhecem o programa a acompanhar o conteúdo nas redes sociais, e tem o roteiro descrito abaixo:

“Perdeu o "Debate à Mesa" de hoje!? Fica tranquilo, que separamos todos os nossos programas pra você ouvir quando e onde quiser! É só acessar qualquer uma de nossas redes sociais pelo @debateamesa. Além dos programas, temos entrevistas com convidados especiais, podcasts imperdíveis e muitos outros conteúdos exclusivos pra você! E claro, pra ouvir em primeira mão é só sintonizar de segunda a sexta, de 8h às 9h, só na Rádio Globo!”

A primeira chamada pode ser veiculada livremente na rádio e também ser usada para divulgação em plataformas de streaming, já a segunda, é exclusiva para veiculação na Rádio Globo nos dias de semana.

## **4.2 Podcast**

A proposta do podcast no programa "Debate à Mesa" é expandir e destrinchar as discussões feitas diariamente no programa que vai ao ar na rádio. E como base de tempo, o podcast deve ter de 8 a 10 minutos de duração.

No produto de podcast gravado, o tema abordado é sobre o "Feminismo Negro". A convidada é Isadora Simões, formada em Comunicação Social, que dedicou seus estudos direccionados à intersecção de raça e género. Durante o programa ela introduz o assunto e conversa sobre as dúvidas mais comuns sobre o tema.

## **CAPÍTULO 5**

### **5.1 Produtos Transmídiaáticos em Vídeo**

#### **5.1.1 Chamadas em vídeo**

Na chamada de vídeo optamos por mostrar de forma objetiva e direta a dinâmica e os valores do programa. Já na chamada em vídeo, que tem por duração 1:32, foi utilizado o texto narrado acompanhando a narrativa, tornando o produto dinâmico na tela, em formato de 1920 x 1080. As principais referências foram os vídeos de divulgação do programa "Triangulando", apresentado por Thelma Assis.

#### **5.1.2 Entrevistas**

##### **- Entrevista com a Advogada e Profa<sup>a</sup> Fernanda Covolan:**

Na elaboração da entrevista, foram pautados os avanços na questão da igualdade de gênero e na distância que ainda existe em alcançar o ideal. Para isso, foi escolhida a prof<sup>a</sup> Fernanda Covolan, que é doutora em Direito Político e Econômico, pesquisadora em História do Direito e professora universitária há quinze anos.

A entrevistada trouxe uma visão jurídica, mostrando que não há retrocessos nos últimos anos, apenas avanços desde a Constituição de 1988 - Artigo 5º: "todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no país a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes." - mas falta um salto jurídico no sentido de garantir nos pormenores jurídicos que essa igualdade se torne real. Ela segue discorrendo que a lei tem impacto mas não muda as influências sociais, e ainda, traz um exemplo da disparidade de salário, apontando como as mulheres continuam ganhando menos. Além disso, a advogada aborda os avanços que viu nos ambientes de trabalho pelo qual já passou e faz uma reflexão sobre as exigências e demandas da nova geração.

**Formato:** Zoom

**Editoria:** O feminismo em contexto jurídico

**Tema:** A igualdade de gênero por uma visão judicial

Histórico: Com o avanço da discussão e conquista de pautas de igualdade de gênero, muitas leis foram criadas para diminuir a desigualdade entre os gêneros, mas essa igualdade ainda não foi alcançada

Enfoque: Ver como está a igualdade de gênero com um olhar jurídico e conversar sobre o que ainda precisa ser feito para alcançar a mesma

**Pautas:**

- Quais os principais avanços e retrocessos dos direitos da mulher no Brasil nos últimos anos?
- Perante a lei, o homem e a mulher são vistos igualmente? (Trabalhista, Civil, Criminal etc.)
- E pela sua experiência, a prática funciona da mesma forma?
- De acordo com seu contato com o direito, você acredita que estamos no caminho certo para atingirmos a igualdade entre homem e mulher?

**Pontos a serem alcançados:**

- Informar o público que a igualdade de gênero ainda não foi alcançada;
- Expor a visão de uma pessoa na área jurídica sobre o tema;
- Ouvir opiniões e experiências da prof<sup>a</sup> que tem muita vivência e lugar de fala sobre o tema.

Relatório: A entrevista foi feita através do Zoom, o entrevistador foi o aluno Matheus Rogge, a pauta e perguntas foram criadas pelo mesmo em conjunto com os alunos: Natalia Meireles e José Ricardo, e supervisionada por Vanessa Vital. Todo processo foi realizado com êxito e sem dificuldades.

**- Entrevista com as fundadoras do grupo “Leituras Feministas”**

As entrevistadas foram as advogadas Julia Moretto de Melo e Thaila Castro Maluf Oliveira, onde compartilharam suas experiências em começar o grupo "Leituras Feministas". O grupo se encontra semanalmente para discutir acontecimentos e obras que falam sobre a igualdade de gênero e em como esse tema é necessário e tem feito a diferença na vida delas.

A conversa começou pegando um pouco sobre a visão das fundadoras do grupo, sobre o feminismo e como o assunto tem ganhado espaço nos últimos anos. Elas compartilharam a história de como o grupo começou e como o mesmo funciona hoje em dia. Também foi falado sobre as opiniões divergentes dentro do grupo, e o quanto isso é

tratado, e como a intolerância é grande nos últimos dias. Outro assunto foi sobre o “Feminismo de Internet”, e como o mesmo funciona na visão das entrevistadas.

**Nomes:** Julia Moretto de Melo e Thaila Castro Maluf Oliveira

**Formato:** Zoom

**Editoria:** Femininos

**Tema:** Discussões sobre feminismo na atualidade

**Histórico:** As advogadas Julia Moretto de Melo e Thaila Castro Maluf Oliveira fundaram o grupo "Leituras Feministas". O feminismo é um tema necessário e tem feito a diferença na vida delas

**Enfoque:** Ouvir a experiência de movimentar um grupo que tem como foco discutir o feminismo

**Pautas:**

- Como vocês definem o movimento feminista?
- O que é o grupo “Leituras Feministas”?
- Como começou o grupo?
- Existem muitas opiniões divergentes dentro do grupo?

**Pontos a serem alcançados:**

- Informar o público que existem grupos deste formato;
- Mostrar a importância de discussões como esta;
- Compartilhar as experiências das entrevistadas;

**Relatório:** A entrevista foi feita através do Zoom, o entrevistador foi o aluno Vinícius, responsável também pelas pautas voltadas às convidadas. Na captação houve dificuldade com a conexão, o que gerou perda de alguns trechos da entrevista.

## CAPÍTULO 6

### 6.1 Identidade Visual

#### 6.1.1 Justificativa

O programa "Debate à Mesa" utiliza de uma identidade visual com cores vivas e chamativas que transmitem o *mood* do programa. Gerando uma conexão nostálgica ao público-alvo.

Na logo, foi usado o estilo Wordmark, onde o nome do programa recebe fonte única para facilitar a conexão com o público e gerar uma fixação do mesmo com o nome. Os principais objetivos dessa identidade visual são:

- Se conectar com público alvo;
- Ter *mood* amigável, divertido e confiável;
- Comunicar ao consumidor de forma rápida e clara o nome do programa e o que ele representa.

#### 6.1.2 Cores e Formas

A identidade foi criada pensando em deixar o mais compatível possível com o nosso público alvo, por isso optamos por usar cores e texturas que remetem aos anos 70/80 e que transmitam a mesma mensagem que o programa.



Paleta de cor e significados

Com essa combinação de cores e texturas conseguimos montar um design divertido e amigável, que traduz bem a mensagem que queremos transmitir e trazer no programa. Na escolha da fonte com largura fixa, o objetivo é transmitir modernidade e seriedade.



### 6.1.3 Logotipo

Na criação da logo optamos por usar o próprio nome do programa, pois em programas de rádio não existe nenhuma identificação visual, apenas de áudio. Assim, a logo tem o poder de automaticamente remeter ao programa.



A logo foi explorada em diversas situações, a primeira delas foi nas fotos de perfil das redes sociais para sermos encontrados pelos ouvintes com mais facilidade.



VIVO 20:35 68%

debateamesa

DEBATE À MESA

21 Posts 6 Followers 6 Following

Debate á Mesa  
 Segunda à Sexta  
 Às 8 horas da manhã  
 Rádio globo  
 Acesse o site  
 bit.ly/33ei9BD  
 Followed by natalia\_meireles, zezericardoo and 3 others  
 See Translation

Following Message

DEBATE À MESA INFO GRÁFICO

ANA CLARA COMANDARÁ UM DEBATE COM CONVIDADOS DA GERAÇÃO X E Z EM DISCUSSÕES

DEBATE À MESA

# Debate à Mesa

Produtora FPS

FOLLOW

E aí, bora conversar!? Um papo saudável entre gerações, sobre assuntos diversos, guiado pela profª Karla Zemberg...see more

Society Culture

All Episodes Sort

#1 - Feminismo, pra que!? Pra quem!?

As convidadas Juliana e Patrícia vão discutir junto com a psicóloga Maria o feminismo e como cada geração reage...

TUE • 45MIN

#2 - Gordofobia, pressão estética e social!

A Psicóloga Maria e o nutricionista Paulo trazem o debate

#1 - Feminismo, pra que!? Pra quem!? Debate à Mesa

Home Search Your Library

Também usamos algumas variações da logo inicial na capa do programa de rádio e de podcast quando disponibilizado no site.



1.  **Feminismo** ÚLTIMO EPISÓDIO  
Ana Clara Silveira  
25/11/2020 | 1:00:38min

▶ 

## CAPÍTULO 7

### 7.1 Relatório de Divulgação e Interatividade

#### 7.1.1 Estratégia e Uso de Redes Sociais

No processo de se comunicar e conectar com o público-alvo, tivemos dois grandes obstáculos, o primeiro deles sendo o de inserir o público no debate e fazer com que suas dúvidas e opiniões fossem ouvidas. Já o segundo deles foi o de usar as ferramentas e redes sociais certas para nos conectar com um público de 30 a 50 anos.

Com o objetivo de melhorar essa conexão com o público, projetamos o programa de uma forma que sempre tenha um convidado nessa faixa de idade e que tenha voz ativa durante todo o programa podendo fazer comentários e tirar dúvidas a qualquer momento. Para potencializar essa conexão e trabalhar com uma comunicação direta e diária, o contato através de redes sociais e aplicativos de mensagens, uma vez que os mesmos são usados por grande parte do nosso público-alvo. E foi da seguinte forma usamos cada uma dessas ferramentas:

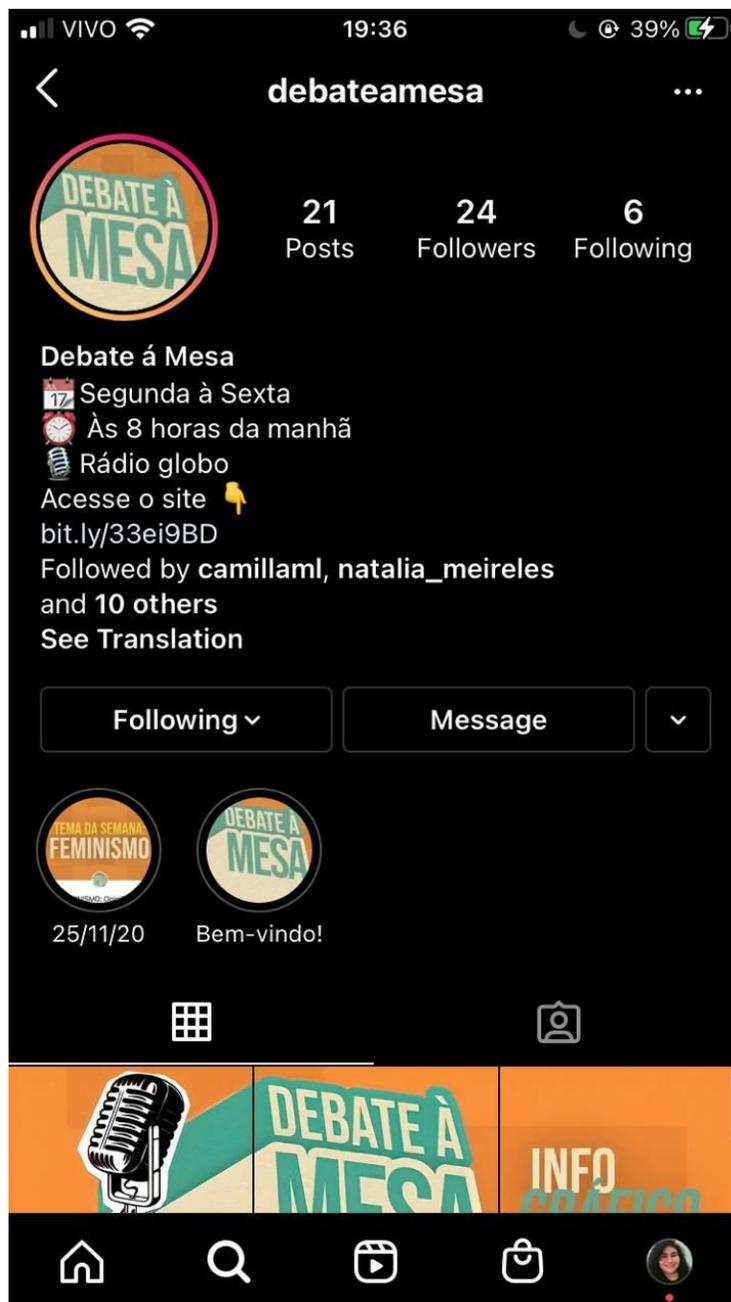
**Site:** No site está reunido todos os conteúdos produzidos, organizados e separados por tema. Ou seja, cada tema tem a sua playlist com o programa na íntegra, entrevistas de vídeo que mostram diferentes experiências e opiniões sobre o assunto e um podcast que apresenta o mesmo tema do programa, mas de uma forma mais específica ou em uma vertente diferente. Dessa forma, o mesmo assunto pode ser expandido e trabalhado ao máximo.



**Instagram:** O Instagram do programa foi usado majoritariamente para conversar com o público através dos stories. Optamos por ter um feed fixo, com um infográfico explicando como funciona toda nossa programação na rádio e online na outra rede social (Facebook). As postagem dos stories começam com o anúncio do tema do dia já com uma caixa de perguntas e um convite para opiniões e dúvidas sobre o assunto. Em seguida, os convidados são apresentados (cada um representando uma das gerações, X

e Z) e o especialista do dia. O mesmo, em seguida, responde algumas perguntas, fazendo depois, um convite para visitar o nosso site e consultar todo o material na íntegra.

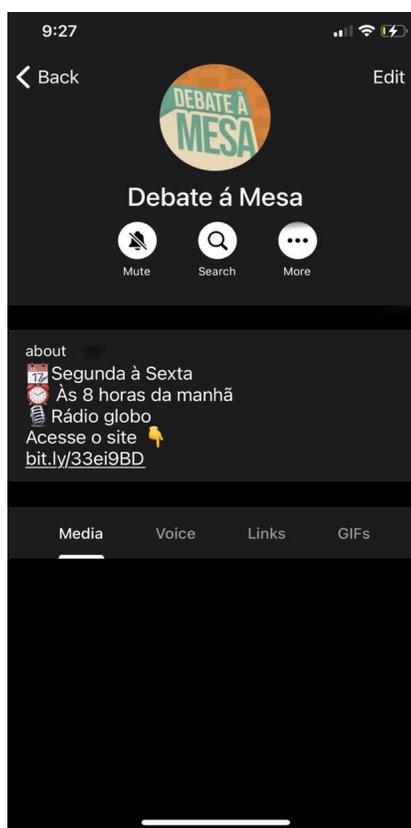
*\*Observação: Ocorreu um erro de digitação/grafia do acento em “à” no título do programa na plataforma, o qual tentamos resolver, mas o aplicativo permitiu a alteração somente depois de um período de 14 dias. Assim que passar as duas semanas, faremos a alteração devida;*



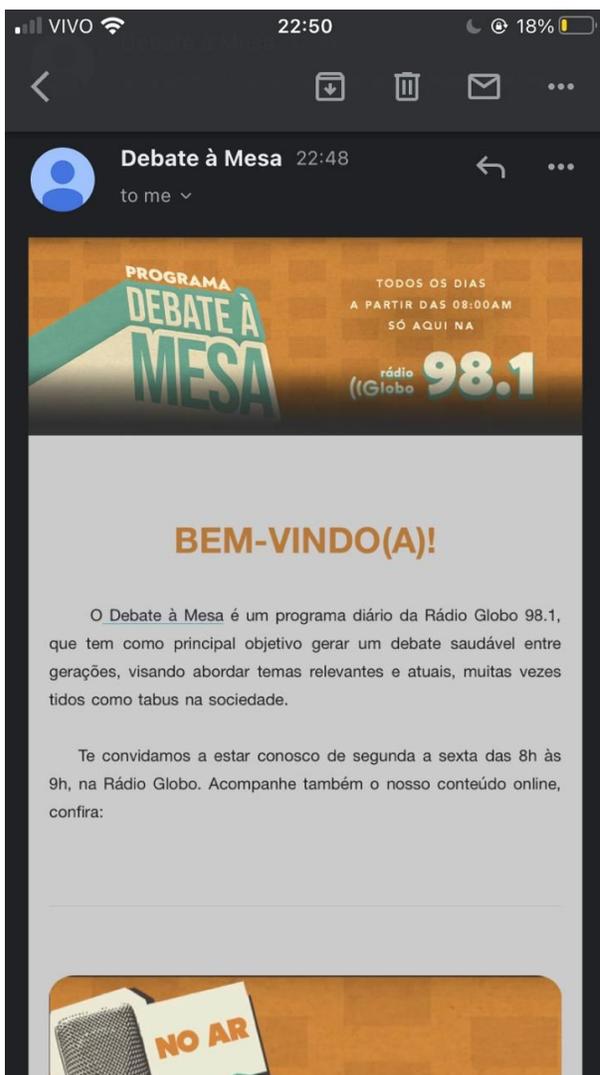
**Facebook:** No Facebook será usado o mesmo conteúdo do instagram, convidando o público a que interaja através dos comentários realizados por meio das postagens.

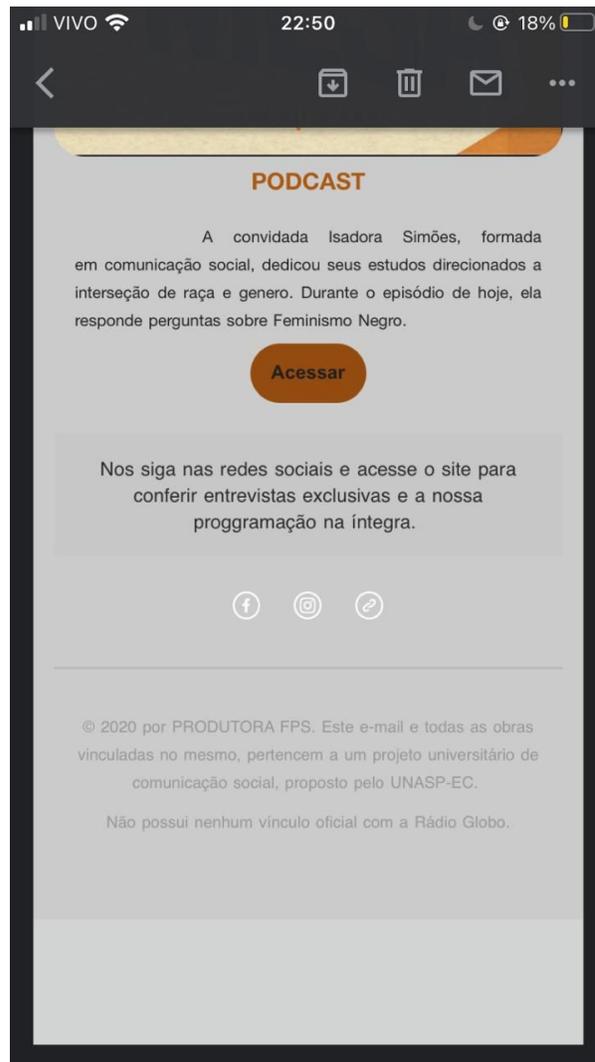


**WhatsApp / Telegram:** Utilizamos de um perfil nos dois apps de mensagens mais usados atualmente, onde o contato será realizado através de mensagens anunciando o início de cada programa, e após a exibição na rádio, será enviado o link do nosso site, com conteúdo na íntegra. Os espectadores também podem mandar opiniões, dúvidas e sugestões pelo app de mensagem.



**E-mail:** No email será encaminhado diariamente, no formato de email marketing, um resumo de todo conteúdo do dia e um link para que o assinante possa conferir o conteúdo na íntegra através do site.





**Soundcloud e Youtube:** Ambas as plataformas foram trabalhadas com a nossa identidade visual para fácil navegação dos telespectadores. O Youtube e o Soundcloud estão sendo usados para hospedar os conteúdos de áudio e vídeo. Essa decisão foi tomada pois o site infelizmente não suportou alguns dos conteúdos produzidos devido ao tamanho dos arquivos.

SOUNDCLOUD Início Stream Biblioteca Pesquisar artistas, bandas, faixas, podcasts Entrar Criar conta Upload

## Programa Debate à Mesa

DE SEGUNDA A SEXTA  
A PARTIR DAS 08:00AM  
SÓ AQUI NA

rádio **Globo 98.1**

Todas Faixas populares Faixas Álbuns Playlists Republicações Estação Seguir Compartilhar

Recente

Programa Debate à Mesa  
DEBATE À MESA, O PODCAST - NOVEMBRO há 19 horas

1 FEMINISMO NEGRO - DEBATE À MESA, O PODCAST

Seguidores 1 Seguindo 0 Faixas 2

Baixe o app

Baixe na App Store DISPONÍVEL NO Google play

Aviso Legal - Privacidade - Cookies - SoundCloud Ltd - Recursos do Criador - Blog - Paradas

Programa Debate à Mesa  
DEBATE À MESA - PROGRAMA 25/11/2020

YouTube BR Pesquisar

## PROGRAMA DEBATE À MESA

DE SEGUNDA A SEXTA  
A PARTIR DAS 08:00AM  
SÓ AQUI NA

rádio **Globo 98.1**

Website Instagram Facebook

**Debate à Mesa**  
1 inscrito

INSCREVER-SE

INÍCIO VÍDEOS PLAYLISTS CANAIS DISCUSSÃO SOBRE

DEBATE À MESA (Programação 25/11/20...)

**Debate à mesa**  
Episódio 1 - FEMINISMO

DEBATE À MESA (Programação 25/11/2020)  
3 visualizações · há 23 horas

Nesse episódio vamos bater um papo sobre Feminismo, seus valores e como é o impacto do tema sobre as diferentes gerações.

Nos siga nas nossas redes sociais

## CAPÍTULO 8

### 8.1 Produção Executiva

#### 8.1.1 Cronograma de Produção



Calendar for August 2020. The calendar grid is yellow with a dark blue header. The days of the week are labeled: SÁB, DOM, SEG, TER, QUA, QUI, SEX. The dates are numbered 1 through 31. Specific tasks are listed for the 25th, 26th, and 27th. To the right of the calendar, there are illustrations of three colored pencils (yellow, blue, and red) and the text 'AGO 2020' in a large, bold, dark blue font.

SÁB	DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25 FORMAÇÃO DO GRUPO	26 FICHA DA PRODUTORA	27 LEITURA DO MANUAL	28
29	30 DIVISÃO DE FUNÇÕES	31 PESQUISA E ELABORAR IDEIAS				



Calendar for September 2020. The calendar grid is red with a dark blue header. The days of the week are labeled: SÁB, DOM, SEG, TER, QUA, QUI, SEX. The dates are numbered 1 through 30. Specific tasks are listed for each day from the 1st to the 30th. To the left of the calendar, there are illustrations of three colored pencils (red, blue, and yellow) and the text 'SET 2020' in a large, bold, dark blue font.

SÁB	DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX
			1 PESQUISA E ELABORAR IDEIAS	2 PESQUISA E ELABORAR IDEIAS	3 PESQUISA E ELABORAR IDEIAS	4
5	6 REUNIÃO GERAL 1	7 PESQUISA DE CAMPO	8 PESQUISA DE CAMPO	9 PESQUISA DE CAMPO	10 PESQUISA DE CAMPO	11 MONTAR PITCHING
12	13 REUNIÃO GERAL 2	14 PESQUISA DE CAMPO	15 REUNIÃO GERAL 3	16 REUNIÃO GERAL 4	17 ENTREGA PITCHING	18 MONTAR ROTEIRO
19	20 MONTAR ROTEIRO	21 REUNIÃO GERAL 5	22 ENSAIO PITCHING	23 APRESENTAR PITCHING	24 MONTAR ROTEIRO	25
26	27 REUNIÃO GERAL 6	28 ENTREGA ROTEIRO E ESPELHO	29 ANÁLISE DE POSSÍVEIS FONTES	30 CONTATAR FONTES		

# OUT 2020

SÁB	DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX
					1 CONTATAR FONTES	2
3	4 REVISÃO ROTEIRO	5 MONTAR ROTEIRO E DESIGN	6 MONTAR ROTEIRO E DESIGN	7 MONTAR ROTEIRO E DESIGN	8 MONTAR ROTEIRO E DESIGN	9 ENTREGA ROTEIRO E DESIGN
10	11 AULA ESPECIAL ROTEIRO	12 REUNIÃO GERAL 7	13 ELABORAR TRANSMÍDIA	14 ELABORAR TRANSMÍDIA	15 ELABORAR TRANSMÍDIA	16
17	18 ELABORAR TRANSMÍDIA	19 ELABORAR TRANSMÍDIA	20 ELABORAR TRANSMÍDIA	21 ELABORAR TRANSMÍDIA	22 ELABORAR TRANSMÍDIA	23
24	25 ELABORAR TRANSMÍDIA	26 ELABORAR TRANSMÍDIA	27 ELABORAR TRANSMÍDIA	28 ELABORAR TRANSMÍDIA	29 GRAVAÇÃO PROGRAMA	30
31						

# NOV 2020

SÁB	DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX
	1 PRODUÇÃO TRANSMÍDIA	2 PRODUÇÃO TRANSMÍDIA	3 PRODUÇÃO TRANSMÍDIA	4 PRODUÇÃO TRANSMÍDIA	5 PRODUÇÃO TRANSMÍDIA	6
7	8 PÓS PRODUÇÃO	9 PÓS PRODUÇÃO	10 PÓS PRODUÇÃO	11 DIVISÃO PASTA DE PRODUÇÃO	12 PASTA E PÓS PRODUÇÃO	13
14	15 PASTA E PÓS PRODUÇÃO	16 PASTA E PÓS PRODUÇÃO	17 PASTA E PÓS PRODUÇÃO	18 PASTA E PÓS PRODUÇÃO	19 PASTA E PÓS PRODUÇÃO	20 ENTREGA TEXTOS PASTA
21	22 ENTREGA MATERIAIS	23 REVISÃO DO PROJETO	24 FINALIZAR O PROJETO	25 ENTREGA DO PROJETO	26 ELABORAR APRESENTAÇÃO	27 ELABORAR APRESENTAÇÃO
28	29 ELABORAR APRESENTAÇÃO	30 ENTREGAR APRESENTAÇÃO				



### 8.1.2 Descrição das Reuniões Gerais

#### Reunião Geral 1:

##### PROGRAMA:

- Público-Alvo: Adultos de 30-49 anos;
- Possível Programa de Rádio: Um programa voltado ao público adulto com o intuito de conversar sobre assuntos que são vistos hoje em dia como tabus, de uma forma descontraída e interessante.
- Possíveis personagens: Um(a) apresentador(a), um(a) profissional/psicólogo(a) da área, alguém que entenda medianamente do assunto e alguém que entenda pouco do assunto;
- Possíveis temas: Feminismo, racismo, etc;
- Ideia do Programa: A cada episódio será apresentado um tema para debate;

##### TRABALHO:

- Cada aluno de jornalismo ficará responsável por entrevistar uma pessoa (interessante que esteja voltada ao nosso público-alvo - adultos de 30-49 anos) e coletar os dados da pesquisa;
- Após a coleta dos dados, cada aluno de rtv ficará responsável por analisar os dados e criar um Mapa de Consumo Midiático;
- Tal mapa nos auxiliará a entender os interesses e necessidades do nosso público. Com esse entendimento, teremos uma base para trabalharmos com o nosso programa;

**DEADLINE:**

- Entrega dos dados coletados na entrevista: 08/09;
- Entrega do mapa de consumo midiático: 10/09;

**PARA A PRÓXIMA REUNIÃO:**

- Pesquisar programas de rádio e podcasts que se relacionem com o nosso possível programa;
- Anotar todas as pesquisas e referências em um documento para a nossa pasta de produção;
- Sugestões de temas para o programa que iremos produzir;

**Reunião Geral 2:**

**PITCHING (16/09):**

- Pitching apresentado para as professoras Sâmela, Jenifer e Lizbeth na quarta;
- Apresentadoras: Isabella (RTV) e Monise (JOR) ;
- Designers do Slide: Matheus (RTV) e Natália (RTV)

**SOBRE O PROGRAMA :**

- A pessoa responsável por apresentar o programa será uma mulher de 30-49 anos (idade do nosso público-alvo - sugestão: Andréia Moura);
- Tema do episódio que produziremos: Feminismo;
- Possíveis participantes do episódio: (EPISÓDIO SÓ COM MULHERES, ÓBVIO) Uma mulher de 30-49 anos (conservadora ao tema), uma jovem da geração z (18-29 anos) feminista, uma psicóloga (sugestão: jéssica - contato do José Ricardo Rtv) e uma profissional voltada ao lado histórico/social (sugestão: christie - formada em arqueologia nos eua, feminista, professora de teologia no unasp - contato Isabella);

**DEADLINE:**

- Criação do formulário (para conseguirmos mais algumas respostas para a nossa pesquisa) sobre o interesse do nosso público-alvo: 13/09;
- Divulgação do formulário nos nossos grupos de famílias, contatos do whatsapp, story do instagram e outros meios (principalmente para pessoas de 30-49 anos): 13/09 - 15/09;
- Análise dos dados e fechamento do pitching: 15/09 (horário da reunião a definir!);
- Apresentação do Pitching: 16/09;

**ROTEIRO DO/S EPISÓDIO/S: responsáveis - Tarsis e Rodolfo**

- Depois da apresentação do pitching, começaremos a desenvolver os roteiros para o/s episódio/s do programa;
- O Tarsis e o Rodolfo são os responsáveis pela direção de roteiro, mas podem criar uma equipe para os ajudá-los;
- Deadline para a entrega dos roteiros: 27/09 (em duas semanas);

**Reunião Geral 3:** Análise no andamento do Pitching.

**Reunião Geral 4:** Coleta de respostas da pesquisa de campo e votação para escolha do nome do programa.

**Reunião Geral 5:** Análise no andamento do roteiro.

**Reunião Geral 6:** Entrega de possíveis contatos para fontes, convidados, apresentadores, especialistas, etc.

#### LISTA DE CONTATOS - PROGRAMA:

##### APRESENTADORA:

- Lanny Soares
- Ana Clara
- Karla Enhemberg

##### FONTES X:

- Fernanda Covolan (professora)
- Larissa Nunes
- Valéria Short
- Claréti Machado

##### FONTES Z:

- Lia Castro
- Isadora Gabriela
- Ana Carreira
- Victória Martins
- Filha da Valéria

##### FONTES ESPECIALISTA

- Fernanda Covolan
- Lia Castro
- Isadora Simões
- Andréia Moura

- Data para entrega dos nomes/contatos para o episódio "Debate à Mesa: Feminismo" até amanhã 28/09! Lembrando de (se possível) enviar o contato ou como fazer contato com a pessoa;
- A partir de terça (29/09) passaremos os nomes e contatos para as produtoras (Fernanda e Giovanna) com um texto padrão para comunicação com os possíveis convidados;

#### ROTEIRO:

- Responsável: Tarsis
- Espelho do episódio e os três primeiros blocos;
- Receberemos o documento do que temos com as atualizações e coesões finalizadas;

#### TRANSMÍDIA:

- Responsável: Matheus Rogge
- A partir das confirmações dos contatos, começaremos a trabalhar com a transmídia também. Para isso, precisamos que seja fechada uma equipe para auxiliar nessa parte, e assim, já começarmos também as produções;

**Reunião Geral 7:** Análise da Identidade Visual e do Roteiro final.

#### 8.1.3 Media Kit



PRODUTORA **FPS** APRESENTA

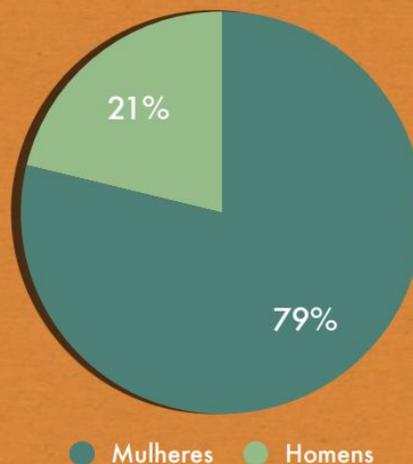


DEBATE À  
MESA

 <p>(PAIS)</p>	 <p>(FILHOS)</p>
---	---

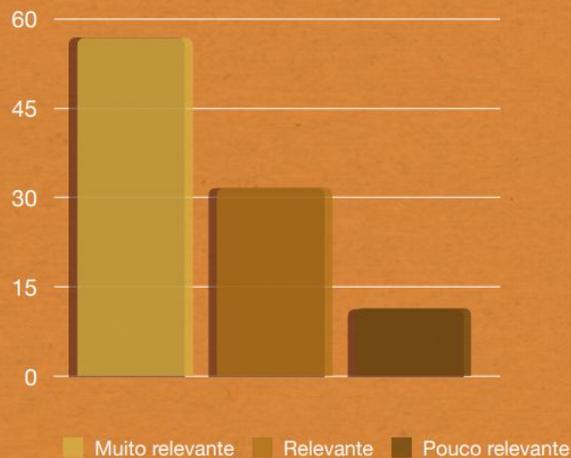
# 110 PESSOAS

- **30 - 50 anos**
- **75% possuem filhos**
- **Classe média**



# 110 PESSOAS

- **Racismo**
- **Machismo**
- **Gordofobia**



# PERSONAGENS



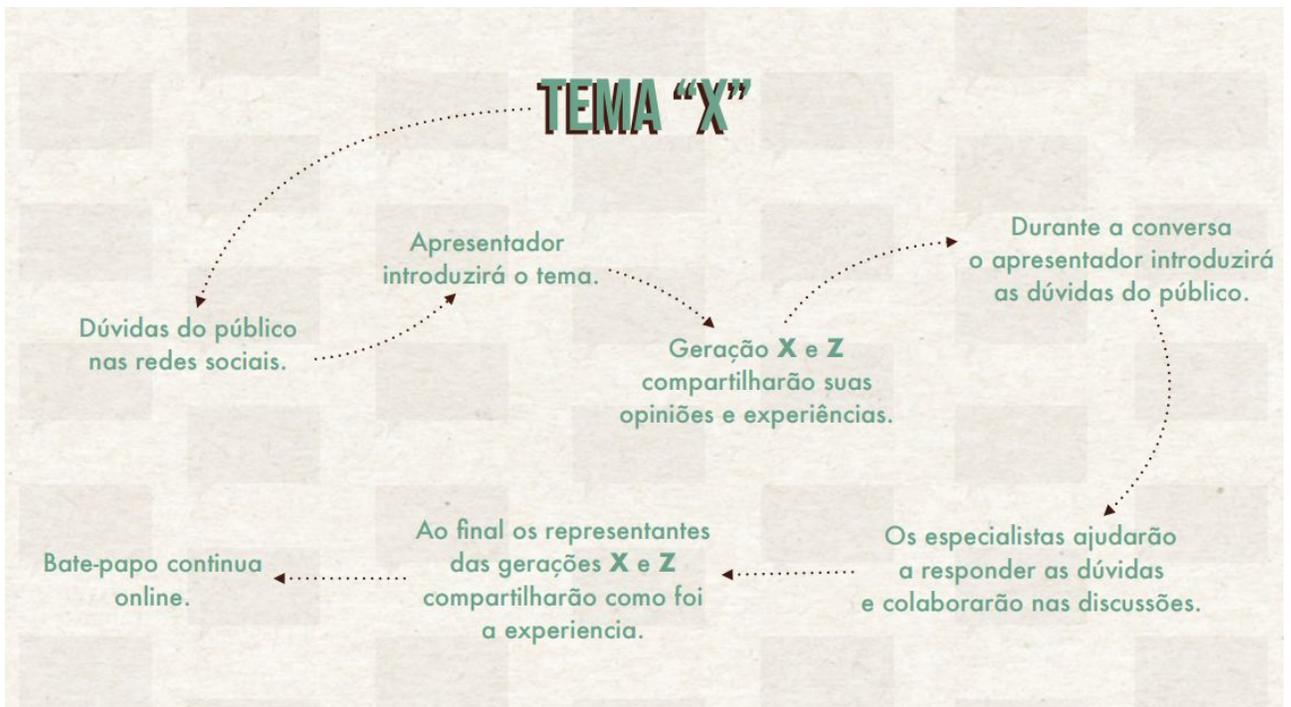
APRESENTADOR

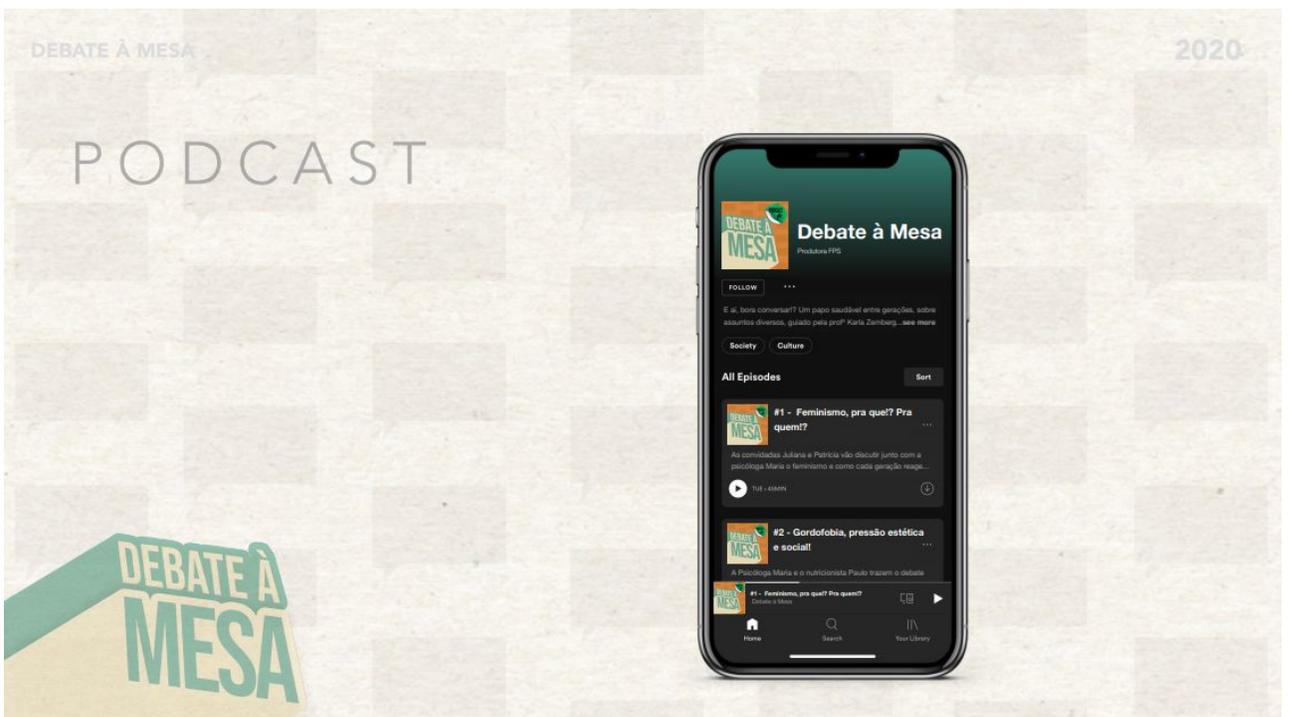


ESPECIALISTAS CONVIDADOS  
(por episódio)



CONVIDADOS FIXOS  
(por temporada)





DEBATE À MESA

2020

# FACEBOOK



DEBATE À  
MESA

DEBATE À MESA

2020

# INSTAGRAM



DEBATE À  
MESA



## 8.2 Links das Produções

**Site do projeto:** <https://produtorafps.wixsite.com/debateamesa>

**Instagram:** <https://www.instagram.com/debateamesa/>

**Facebook:** <https://www.facebook.com/debateamesa>

**Programa de rádio:** <https://produtorafps.wixsite.com/debateamesa/episódio-do-dia>

**Entrevista I (vídeo):**

[https://www.youtube.com/watch?v=wbEb16xoUtc&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=wbEb16xoUtc&feature=emb_title)

**Entrevista II (vídeo):**

[https://www.youtube.com/watch?v=VFW02Viu4tg&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=VFW02Viu4tg&feature=emb_title)

**Podcast:** <https://produtorafps.wixsite.com/debateamesa/episódio-do-dia>

**Chamada I (áudio):** <https://produtorafps.wixsite.com/debateamesa/quem-somos>

**Chamada II (áudio):** <https://produtorafps.wixsite.com/debateamesa/quem-somos>

**Chamada III (vídeo):** <https://produtorafps.wixsite.com/debateamesa/>

### **8.3 Considerações Finais**

O Programa Gravado “Debate à Mesa” atendeu a todos os requisitos e orientações dos Projetos Integrado de ambos os cursos (Jornalismo e Rádio e Tv) e semestres (segundo e sexto) dos alunos que contribuíram para o mesmo. O projeto foi desenvolvido pelos docentes de Comunicação Social e Jornalismo no Centro Universitário Adventista de São Paulo, Campus Engenheiro Coelho, para o ano letivo de 2020.

Propendemos elaborar, além de um Programa de Rádio, um universo para o mesmo, trazendo conteúdos como: podcast, reportagens/entrevistas em vídeo, conteúdos para redes sociais, perfis de contato entre os ouvintes/consumidores, chamadas de áudio, chamadas de vídeo e um site reunindo todos os materiais do projeto.

Chegamos à conclusão que as gerações têm muito o que acrescentar uma para com as outras, e que mesmo em um país polarizado ideologicamente como o Brasil, é possível criar um ambiente saudável de troca, respeito e reflexão: o "Debate à Mesa".

## 8.4 Anexos

### 8.4.1 Termos de Autorização de Uso de Imagem

Pelo Presente instrumento, autorizo aos alunos do curso de Comunicação Social - Rádio e TV do Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP), a divulgar, utilizar e dispor, na íntegra ou em partes, para fins institucionais, educativos, informativos, técnicos e culturais, o meu nome, minha imagem e som de voz concedida por meio de uma entrevista no aplicativo zoom sem que isto implique em ônus para os mesmos, *Requisito projeto integrador em 2020*

Nome: Fernanda Cristina Coufar

CPF ou RG.: 25151182-5

Telefone: 11 7977 1049

Assinatura: 

AUTORIZAÇÃO DE CESSÃO DE IMAGEM E VOZ

Pelo Presente instrumento, autorizo aos alunos do curso de Comunicação Social - Rádio e TV do Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP), a divulgar, utilizar e dispor, na íntegra ou em partes, para fins institucionais, educativos, informativos, técnicos e culturais, o meu nome, minha imagem e som de voz sem que isto implique em ônus para os mesmos.

Nome: Isadora Gabriela dos Santos Simão

CPF ou RG.: [REDACTED]

Telefone: [REDACTED]

Assinatura: Isadora

AUTORIZAÇÃO DE CESSÃO DE IMAGEM E VOZ

Pelo Presente instrumento, autorizo aos alunos do curso de Comunicação Social - Rádio e TV do Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP), a divulgar, utilizar e dispor, na íntegra ou em partes, para fins institucionais, educativos, informativos, técnicos e culturais, o meu nome, minha imagem e som de voz sem que isto implique em ônus para os mesmos.

Nome: Ana Carolina Silvana de Souza

CPF ou RG.: [REDACTED]

Telefone: [REDACTED]

Assinatura: [Signature]

## AUTORIZAÇÃO DE CESSÃO DE IMAGEM E VOZ

Pelo Presente instrumento, autorizo aos alunos do curso de Comunicação Social - Rádio e TV do Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP), a divulgar, utilizar e dispor, na íntegra ou em partes, para fins institucionais, educativos, informativos, técnicos e culturais, o meu nome, minha imagem e som de voz sem que isto implique em ônus para os mesmos.

Nome: Victoria Martins Colamego

CPF ou RG.: [REDACTED]

Telefone: [REDACTED]

Assinatura: 

## REFERÊNCIAS

ABERT. *In*: Pesquisa aponta perfil do ouvinte de rádio. [S. l.], 15 fev. 2016. Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/notmenu/item/24802-pesquisa-aponta-perfil-do-ouvinte-de-ra-dio.html>. Acesso em: 22 out. 2020.

FREITAS, Lacyr Anderson. Poesia e composição: diálogos (im)possíveis. [S. l.: s. n.], 2013. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/333787880\\_Poesia\\_e\\_composicao\\_-\\_dialogos\\_impossiveis\\_com\\_lacyr\\_Anderson\\_Freitas](https://www.researchgate.net/publication/333787880_Poesia_e_composicao_-_dialogos_impossiveis_com_lacyr_Anderson_Freitas). Acesso em: 10 nov. 2020.

DATAFOLHA. *In*: Feminismo e violência contra a mulher. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/dados-e-fontes/pesquisa/feminismo-e-violencia-contra-a-mulher-datafolha-2019/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

KANTAR Ibope Media. *In*: Assinante-Bumerangue, social e-commerce e dados abundantes: as tendências que moldarão o cenário de mídia de 2021. [S. l.], 18 nov. 2020. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/assinante-bumerangue-social-e-commerce-e-dados-abundantes-as-tendencias-que-moldarao-o-cenario-de-midia-de-2021/>. Acesso em: 19 nov. 2020.

AGRELA, Lucas. Estes são os dez países que mais usam o Instagram: O aplicativo de fotos é popular no Brasil, mas ainda está longe de alcançar os Estados Unidos. Exame, [s. l.], 12 maio 2019. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/estes-sao-os-dez-paises-que-mais-usam-o-instagram/>. Acesso em: 3 nov. 2020.

FINGER, Cristiane. Artigo Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital. *In*: FINGER, Cristiane. Artigo Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital. 2011. Artigo Científico (Ciências da Comunicação) - XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, [S. l.], 2012. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/download/23731/23671>. Acesso em: 15 nov. 2020.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

KANTAR Ibope Media. *In: Inside Rádio 2020: No ritmo da transformação.* [S. l.], 2020. Disponível em: [https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2020/09/INSIDE-RADIO-2020\\_Kantar-IBOPE-Media.pdf](https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2020/09/INSIDE-RADIO-2020_Kantar-IBOPE-Media.pdf). Acesso em: 16 nov. 2020.

GOOGLE ANALYTICS. Media Kit Globo. *In: Media Kit Globo.* [S. l.], 2019. Disponível em: <https://anunciesgr.globo.com/radio-globo/documentos/midia-kit.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2020.

RUFFATO, Luiz. O maniqueísmo é o ópio dos tolos. *El País*, [s. l.], 30 mar. 2016. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/30/opinion/1459339584\\_372231.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/30/opinion/1459339584_372231.html). Acesso em: 23 nov. 2020.

ASSIS, Thelma. Triangulando. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CGi80HSAawT/>. Acesso em: 16 set. 2020.