**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS**

**ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO**

**GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

JOÃO VITOR SIMÕES MARQUES

**MULTIVERSO - CINEMA E CIÊNCIA LIGADOS PELA COMUNICAÇÃO**

GOIÂNIA

2024

JOÃO VITOR SIMÕES MARQUES

**MULTIVERSO - CINEMA E CIÊNCIA LIGADOS PELA COMUNICAÇÃO**

Trabalho de Conclusão apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da Professora Doutora Déborah Rodrigues Borges.

GOIÂNIA

2024

JOÃO VITOR SIMÕES MARQUES

**MULTIVERSO - CINEMA E CIÊNCIA LIGADOS PELA COMUNICAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, orientado pela Prof.ª Dra. Déborah Rodrigues Borges.

Goiânia, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 2024

COMISSÃO JULGADORA:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Prof.ª Dra. Déborah Rodrigues Borges

(Presidente da Banca)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Prof.ª Dra. Bernadete Coelho de Sousa

(Avaliadora)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Prof.ª Msc. Sabrina Moreira de Morais Oliveira

(Avaliadora)

GOIÂNIA

2024

**DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho a meus avós, Altamir Raimundo Simões e Mariana Issi Simões, que, infelizmente, não puderam estar presentes em vida para que pudesse orgulhá-los com minha graduação.

**AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha família por possibilitar e garantir sempre um ensino de qualidade para a minha formação pessoal e profissional de excelência. Agradeço, de forma mais específica, a minha mãe Elisa Issi Simões Becker que se sacrificou e dedicou boa parte de sua vida a minha criação e educação, mesmo com percalços enfrentados. Agradeço também meus professores, na pessoa da professora Déborah Borges, minha orientadora, amiga e confidente, por me instruir da melhor maneira e guiar ao longo de todo o trajeto acadêmico, sobretudo na realização do presente trabalho. Agradeço a todos amigos e colegas aos quais compartilhei e trilhei um caminho próspero, cercado de experiências proveitosas para nossas carreiras, assim como risadas e parcerias construídas para além do ambiente da faculdade. Agradeço aos colegas de profissão que, nos ambientes de estágio, pude aprender na prática o dia a dia jornalístico, desde a redação de jornal até a assessoria de imprensa.

**"Todos os seus sonhos podem se tornar realidade se você tiver a coragem de persegui-los".**

**Walt Disney**

**RESUMO**

Para além de mais um videocast em meio ao cenário de produção audiovisual e de entretenimento atual, o MultiVerso é uma imersão ao mundo do cinema e da ciência, tratando de temas de suma importância histórica e social, com técnicas de entrevista e construção jornalística. Este produto experimental aproxima a academia do público mais jovem e traz para a produção de conhecimento um bate-papo leve, mas com conteúdo. O episódio piloto trata da obra cinematográfica de Christopher Nolan, Oppenheimer (2024), abordando os aspectos históricos e científicos acerca da personalidade em foco no filme e os acontecimentos da Segunda Guerra Mundial. Para a discussão, foram convidados dois professores (de História e de Física) com a finalidade de debater de maneira mais técnica, porém, com linguagem coloquial os temas que rondam o filme.

**Palavras-chave**: videocast; comunicação; jornalismo; cinema.

**SUMÁRIO**

**INTRODUÇÃO ....................................................................................................... 6**

**1 - VIDEOCAST: UM PRODUTO DE WEBJORNALISMO …............................... 7**

**1.1 - Videocast ...................................................................................................... 7**

**1.2 - *Streaming* ................................................................................................... 9**

**2 - IDENTIDADE VISUAL…................................................................................. 11**

**2.1 - Cores…….................................................................................................... 11**

**2.2 - Fontes, Simbologia e nomenclatura......................................................... 12**

**3 - MEMORIAL .................................................................................................... 13**

**3.1 - Ficha Técnica ............................................................................................ 13**

**3.2 - Origem ........................................................................................................ 13**

**3.3 - Início…......................................................................................................... 14**

**3.4 - Fontes ......................................................................................................... 14**

**3.5 - Gravação .................................................................................................... 15**

**3.6 - Edição e finalização ................................................................................... 16**

**CONSIDERAÇÕES FINAIS ................................................................................ 17**

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.................................................................... 18**

**ANEXOS............................................................................................................... 20**

**INTRODUÇÃO**

O videocast MultiVerso é um produto audiovisual que busca, por meio de linguagem simples e a partir de obras cinematográficas, debater temas relevantes e relacionados a diversos ramos de estudo científico. O trabalho visa o alcance plural de públicos distintos, universalizando o conhecimento científico e relacionando com conteúdos mais próximos das pessoas fora da academia, utilizando-se, por exemplo, do cinema.

O produto ainda busca a discussão de temas relevantes para a sociedade, como acontecimentos históricos, descobertas e invenções humanas que transformaram a humanidade e projeções futuras de desenvolvimento tecnológico e seus impactos no mundo. Além de servir como ponte direta entre o universo acadêmico e o “cidadão comum”, ao considerar que há um afastamento devido a posição de superioridade intelectual à qual aquele se apresenta.

Ademais, destaca-se a possibilidade de dar voz à pesquisadores e estudiosos, fazendo com que estes (assim como seus trabalhos) possam ter maior reconhecimento e atinjam o maior número de pessoas.

Desta forma, este trabalho irá discutir a modalidade do videocast e sua relevância no cenário do entretenimento brasileiro e estadunidense a partir da década de 2010 e de que forma a comunicação e o jornalismo, por meio dos princípios do webjornalismo, podem desfrutar desse formato para a divulgação científica.

Serão abordadas também as estratégias visuais utilizadas para atrelar o imaginário do público consumidor com cores e elementos que remetem à viagem no tempo, espaço e ciência. Assim, o produto alcançará maiores audiências de maneira orgânica, por meio da curiosidade e vontade de compreensão de assuntos relacionados à temáticas científicas.

**CAPÍTULO 1 - VIDEOCAST: UM PRODUTO DE WEBJORNALISMO**

Ao tratar do videocast como produto jornalístico, é necessário ressaltar o webjornalismo como modalidade precursora da migração do Jornalismo para o meio digital. Com características únicas e condizentes com a adaptação ao ambiente on-line, para Canavilhas (2014) ele representa uma evolução significativa no campo do jornalismo, impulsionada pelas possibilidades oferecidas pela internet    .

Dentre os pontos-chave, destacam-se como aspectos inerentes ao webjornalismo a hipertextualidade, permitindo a criação de uma rede de informações interligadas, oferecendo ao leitor uma experiência de navegação não linear e mais aprofundada; A multimidialidade, enriquecendo o conteúdo ao integrar texto, imagens, áudio e vídeo em uma única plataforma, proporcionando uma narrativa mais dinâmica e envolvente; A interatividade, transformando o leitor em um participante ativo, promovendo um diálogo por meio de comentários, enquetes e redes sociais; E a personalização, viabilizada por algoritmos que analisam preferências e comportamentos dos usuários, garante que o conteúdo oferecido seja relevante e adaptado às necessidades individuais.

Além disso, webjornalismo disfruta da instantaneidade, tanto de publicação quanto de consumo, possibilitada pelos tempos contemporâneos, aos quais a internet está presente em quase todos - senão todos - os processos e relações humanas; Da ubiquidade, entendida como a capacidade de acesso e possibilidade de consumo a qualquer momento e em lugar; e, por fim, da memória, à qual o armazenamento de conteúdo e informações é tido como infinito, possibilitando a preservação destas.

Essas características combinadas fazem do webjornalismo uma prática inovadora, que não só amplia as possibilidades de comunicação e informação, mas também redefine a relação entre jornalistas e seu público.

**1.1 - Videocast**

O *videocast* trata-se de um conceito/ formato disseminado intensamente, no meio virtual, no final dos anos 2010 e início da década de 2020. Para além de um novo produto audiovisual, ele possui sua origem e características intimamente ligadas a um produto radiofônico: o *podcast*.

                Apesar das diferenças em formatos, as semelhanças se sobressaem. Segundo Sofia Brás Baptista Sérgio apud Araújo, Errobidart e Affonseca Jardim (2020), p.41, o videocast é semelhante ao podcast, visto que ambos representam a emissão radiofónica ou parte dela, sendo que existem diferenças entre estas ferramentas. O podcast apenas utiliza o som, enquanto o videocast utiliza para além do som a imagem e o vídeo                .

A idealização deste surge a partir de uma tentativa do rádio de adaptação a uma ‘segunda era’ da internet, a Web 2.0, conceituada como o período de mudança para uma internet como plataforma e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante consiste no desenvolvimento de aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, segundo O’Reilly (2005)    .

Com isso, observa-se uma adaptação do meio secular de comunicação através da tentativa de inclusão de imagens para ampliar públicos, tornando-se assim, um conteúdo sob demanda (popularizado como *on demand*). Nesse sentido, somada a uma inclusão ao meio virtual, as mudanças no rádio permitiram que o conteúdo se perpetue online, acumulando visualizações e se dissolvendo em outras ‘bolhas sociais’.

O produto passou a se disseminar pela internet brasileira mais intensamente a partir de 2018, se concretizando de vez na rotina das pessoas ao longo da pandemia da covid-19. Um dos precursores do formato no Brasil foi o Flow Podcast, criado pelos *youtubers* Bruno Monteiro Aiub (Monark) e Igor Rodrigues Coelho (Igor 3K).

Ao passar do tempo, observa-se nos videocasts uma padronização (intencional ou não) de cenários, formatos e identidade. Seja no cenário brasileiro ou internacional, os produtos colecionam similaridades, como grandes mesas; no máximo 2 apresentadores/ condutores; ou mesmo no que diz respeito a parte técnica, com equipamentos semelhantes nos *videocasts* de maior relevância (geralmente são utilizados o microfone Shure SM7B, por exemplo).

**1.2 - *Streaming***

Seja no *YouTube[[1]](#footnote-2),* Spotify[[2]](#footnote-3)ou *Twitch[[3]](#footnote-4)*, os videocasts frequentemente investem na transmissão de conteúdo ao vivo. Dessa maneira, a relação com o público é aproximada, possibilitando maior interação e dinamicidade no programa.

Por diversas vezes, têm-se momentos dedicados à participação (com perguntas feitas no chat ao vivo ou em plataformas dedicadas ao envio de mensagem), onde o público se vê presente na entrevista através de perguntas direcionadas aos convidados em questão. Além disso, as plataformas de *streaming* ainda possibilitam que o consumidor do conteúdo apoie o produtor, havendo um crescimento e patrocínio orgânico, tendo em vista que muitos dos projetos figuram de maneira independente, sem um financiador originário.

Dentre os veículos, o YouTube é, tratando-se de videocasts, o mais utilizado pelos *videocasters* devido a sua característica de disseminação de vídeos de qualquer natureza e duração, pautado apenas em seu algoritmo. Para Pellegrini, a plataforma, criada em 2005, fez com que essas pessoas tivessem um espaço para esse intercâmbio de informações. "A facilidade e a simplicidade da interface do site fazem com que mesmo as pessoas que não têm muita familiaridade com a Internet possam colocar suas produções para serem vistas” (2010)        .

O videocast (Multi)Verso é um produto de webjornalismo, tendo em vista que apresenta como características centrais a instantaneidade, ao ser pensado como um produto a ser transmitido ao vivo, seja em televisão ou plataformas digitais; e a interatividade, com a possibilidade de participação simultânea por meio de mensagens enviadas pela audiência. A modalidade de streaming, permite ainda o armazenamento dos episódios anteriormente exibidos, ampliando públicos e alcance, além da ubiquidade, característica do webjornalismo que é possibilitada a partir dessa opção de transmissão.

**CAPÍTULO 2 - IDENTIDADE VISUAL**

Para a criação e desenvolvimento da identidade visual do produto em questão, assim como a vinhetagem e logo, foram levados em consideração aspectos da percepção humana e suas associações para cada cor e elemento visual. Além da utilização de fontes e referências da cultura pop, a fim de trazer um conforto e associações positivas ao consumidor do videocast.

**2.1 - Cores**

As cores desempenham um papel crucial na construção de identidades visuais, influenciando percepções e emoções de maneira profunda e muitas vezes inconsciente. No produto em questão, o uso estratégico de cores busca reforçar associações temáticas e transmitir mensagens específicas ao público.

A cor verde é frequentemente associada à natureza, saúde e crescimento, mas também possui uma forte conexão com a ciência, especialmente em áreas como biologia, medicina e sustentabilidade. No campo científico, o verde pode simbolizar inovação, pesquisa ecológica e a busca por soluções sustentáveis. Segundo     Stamato, Staffa e Von Zeilder (2013    ), a cor verde transmite sensações de equilíbrio e harmonia, atributos desejáveis em comunicações científicas que buscam transmitir confiança e estabilidade. Desta forma, na construção da logo do videocast MultiVerso, o verde contribui para uma recepção positiva da mensagem científica.

Além disso, foram explorados tons de roxo e azul na busca por remeter o produto audiovisual à infinidade do espaço, assim como as possibilidades na abrangência temática.

O azul é uma cor responsável por transmitir profundidade e imensidão, ao ser associado ao oceano e ao céu vistos à distância. Isso se dá devido a camadas de ar que se sobrepõem, removendo a intensidade de todas as cores e as deixando mais azuladas. “O azul é gerado pela reprodução infinita de qualquer material transparente. Por isso o azul é a cor das dimensões ilimitadas” (HELLER, Eva. 2022).

O roxo, por sua vez, é uma cor ligada ao mistério, à criatividade e à imaginação. No âmbito espacial, o roxo pode representar a fascinante e enigmática natureza do cosmos. A combinação de azul e roxo cria uma paleta visual que sugere tanto a vastidão quanto o mistério do espaço, capturando a imaginação do público e transmitindo uma sensação de maravilha e curiosidade.

**2.2 - Fontes, Simbologia e nomenclatura**

Visando uma combinação de significados e sentidos de modernidade, tecnologia e educação, transmitidas pela essência do produto em questão, a busca por fontes que correspondam a estes conceitos é fundamental. Dessa forma, a união de uma fonte manuscrita - representando a informalidade do bate-papo e coloquialidade da linguagem - para o prefixo "Multi", com as curvas e retas presentes na fonte moderna do sufixo "Verso", transmite a mensagem esperada.

O uso de elementos relacionados ao espaço auxilia na contextualização do produto como a possibilidade de diferentes abordagens temáticas, associando com a pluralidade do conceito de "multiverso" para a cultura *geek* e pop. Para além de áreas como física, química, história e geopolítica, o MultiVerso busca tratar de temas ligados a todos os campos científicos.

 O conceito popular de "multiverso" surge em 1961, em HQ do super-herói Flash, da DC Comics, segundo Antonio Davi Delfino Ferreira apud Kukkonen (2010, p. 49). Na ocasião, duas versões do personagem se encontraram na história Flash de Dois Mundos, na qual Barry Allen corre tão rápido que rompe a barreira do tempo e cai no universo do Flash original.

Desde então, a cultura pop se utiliza da possibilidade de existência simultânea de mais de um universo em todos os âmbitos. De quadrinhos ao cinema, a possibilidade de comunicação, interferência e visita a diferentes versões do nosso planeta é concebida e compreendida como um "senso comum" para quem os consome.

**3 – MEMORIAL**

**3.1 – Ficha Técnica**

Título: MultiVerso

Duração: 44:21

Produção: João Vitor Simões

Apresentação: João Vitor Simões

Sonoplastia: Francisco Bernardoni

Captação de Imagens: Ana Carolina Alves e João Vitor Simões

Edição: João Vitor Simões

**3.2 - Origem**

A ideia do videocast “MultiVerso” surgiu no início de 2023, um momento de mudanças para mim enquanto estudante e profissional. Academicamente, surge a pretensão de concluir o curso de jornalismo em três anos e meio, o que significaria uma rotina mais desafiadora - e muito - pelo próximo ano.

Profissionalmente, estava prestes a concluir meu primeiro ano de estágio no Sistema Sagres de Comunicação, onde possuía demandas que me instigavam a melhorar, porém eu me sentia acomodado, então talvez fosse o momento para dar um novo passo. A instituição passava por transformações e visavam mudanças de grade de programação para o segundo semestre, o que possibilitaria, no contexto, que apresentasse ideias de programas.

A partir daí surge em mim a vontade de apresentar um programa, trazendo a ciência e a educação - elementos chave no viés da emissora, alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização (ODS) das Nações Unidas (ONU) - com a comunicação e o cinema - duas paixões que nunca soube como relacioná-las de maneira eficiente.

Por volta do mesmo período, me deparei com um episódio do podcast Inteligência Ltda, número 895, com o responsável pelo canal do YouTube Sala de Guerra. No vídeo, o historiador traz mais detalhes sobre o decorrer da Segunda Guerra Mundial, de maneira didática e interativa, o que viria a me inspirar para meu trabalho de conclusão.

O “MultiVerso” surge então com a ideia de aproveitar da estrutura e da oportunidade que o Sistema Sagres estaria disposto a ceder. Contudo, o projeto não teve prosseguimento devido a outras prioridades internas, mas o que era pra ser um programa ao vivo na grade de programação de uma TV educacional, viria a se tornar o meu Trabalho de Conclusão de Curso.

**3.3 - Início**

Ao iniciar a disciplina de TCC 1, apresentei o produto para a professora Déborah, que topou instantaneamente. Acreditei que seria de execução mais simples, por tratar-se de um produto experimental, mas não contava com o que viria pela frente.

Roteirização e início de produção do trabalho fluíram de maneira tranquila, sem muitos problemas. Porém, ao passar para as gravações, problemas de agenda e imprevistos de convidados fizeram com que o trabalho fosse atrasado em - pelo menos - três meses.
**3.4 – Fontes**

A obtenção de fontes adequadas ao perfil estabelecido foi um processo difícil e minucioso. A ideia era encontrar professores a nível médio – principalmente, por conta da linguagem e abordagem de conteúdo, de maneira convincente e atrativa para públicos mais jovens - de colégios goianos, com formação e conhecimentos aprofundados na temática.

Pedi recomendações para colegas e tentei me apoiar em experiências como profissionais que já tive aula, o que facilitaria também na interação durante o bate-papo. Contudo, me deparei com diversas recusas e faltas de agenda por parte dos professores, o que atrasou meus planos de concluir as gravações em janeiro de 2024.

Após muita busca, o resultado me satisfez imensamente. A gravação, realizada com os professores Thiago Valeriano Callefi e Leonardo Santiago Lima Marengão estava marcada – que viria a ocorrer somente em maio – me trouxe muita tranquilidade e segurança, por se tratar de professores que tinha muito apreço em meu ensino médio no Colégio Simbios.

**3.5 - Gravação**

Na gravação ainda houve mais sustos, ao me deparar com um estúdio da Universidade – selecionado para a gravação do videocast devido à disponibilização gratuita por parte da PUC - com falta de equipamentos cruciais para a transmissão e captura.

Tive de correr atrás de câmeras próprias – utilizei para a gravação uma Canon EOS Rebel T3i, emprestada pelo meu tio, e um iPhone 13, da minha namorada - e, por um golpe de sorte, havia levado o meu computador no dia. Isso porque não fui alertado pelo Departamento de Comunicação da PUC - responsável pelo estúdio - que seria necessário um HD externo ou um software de captura para a captação do áudio.

O problema de captura viria a ser resolvido pelo técnico de áudio Francisco Bernardoni, disponibilizado pela própria Universidade para auxiliar os alunos em gravações, que caiu como um anjo da guarda. Com as fontes já no estúdio, Francisco ficou cerca de 40 minutos tentando resolver o problema de captura do áudio, tendo em vista que não possuía um programa de captura no meu dispositivo e a PUC não o disponibilizava. Problema esse que foi resolvido após o download do aplicativo OBS Studio.

No início do videocast havia uma insegurança quando a dinamicidade do bate-papo, para que não tivesse um tom monótono. O objetivo era que os entrevistados pudessem interagir entre si, sem que ficassem presos à necessidade de uma pergunta vinda da minha parte. Dessa forma, acabei por pular algumas perguntas previstas, na tentativa de trazer a interação de maneira mais natural.

Ao final, a gravação fluiu com facilidade após os imprevistos resolvidos. Utilizei de um iPad para acompanhar o roteiro e anotar as perguntas que surgiriam no decorrer da entrevista, para não me perder ou acabar esquecendo de algo de abordagem crucial.

**3.6 – Edição e finalização**

Com tudo gravado, a edição foi bem tranquila. Com a experiência adquirida com a prática tanto pessoal, quanto nos campos de estágio, conclui o processo de finalização do produto em cerca de 2 dias, com um arquivo bruto de 1h de gravação, que, posteriormente, se tornaram 44 minutos.

A edição foi realizada utilizando como base 4 programas centrais. Os três principais do pacote Adobe (Premiere Pro, Photoshop e After Effects – para, respectivamente, edição, criação de identidade visual e vinhetagem) e o CapCut – programa que, por mais que mais simples e, visto por muitos como amador, foi um facilitador na aplicação de efeitos, por possuir um pacote completo e mais leve de efeitos.

Parte prática finalizada, faltava apenas o referencial teórico. Etapa essa que foi atrasada devido a imprevistos pessoais da professora orientadora e pessoais minhas – com crises de ansiedade e bloqueios criativos -, contudo, sem muitas dificuldades quanto a escrita, o processo se deram, mesmo que de forma mais lenta, finalizando no produto em questão.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir de uma proposta de promoção da educação e dar maior visibilidade para a ciência, de maneira democrática e com linguagem coloquial, o produto MultiVerso objetiva um alcance amplificado de temáticas complexas. Aproveitando-se do crescimento do cenário de podcasts no Brasil e conhecimento por mim adquirido em minha trajetória universitária, vejo como um formato bem-sucedido, apesar dos percalços.

A linguagem estabelecida, assim como o decorrer da conversa no bate-papo, fluiu de maneira natural, possibilitando um entendimento amplo de públicos distintos. A maneira didática a qual foi abordada a temática escolhida, também foi favorável para que o produto possa ser consumido por pessoas de diferentes faixas etárias e classes sociais.

Além disso, o conjunto de técnicas utilizadas na captura, edição e finalização do produto, possibilitaram uma ampliação dos meus conhecimentos obtidos dentro e fora da universidade. Desde a dinamicidade de cortes de câmera e efeitos visuais, até a construção de um produto de alta qualidade de captura de áudio e vídeo, somaram bastante as minhas noções de gravação e edição de produtos com um grau de complexidade mediano.

Por fim, vale destacar o desafio de produzir um material com um viés científico e com características jornalísticas e de entretenimento, ao unir apuração, produção e relação com fontes, a uma apresentação dinâmica e atrativa de um produto vendável.

**REFERÊNCIAS**

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. [*S. l.*: *s. n.*], 2014. Disponível em: http://200-98-146-54.clouduol.com.br/bitstream/123456789/1691/1/Livro%20Webjornalismo%20EDITORAÇÃO.pdf. Acesso em: 22 maio 2024.

SÉRGIO, Sofia Brás Baptista. **O videocast na rádio : o caso do programa Wi-Fi da RFM**. 2021. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade Católica Portuguesa, [*S. l.*], 2021. Disponível em: https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/34259/1/Sofia%20Baptista%20Sérgio.pdf. Acesso em: 10 out. 2023.

PELLEGRINI, Dayse Pereira et al. **YouTube: uma nova fonte de discursos.** Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 1, 2010.

GOMES, Carolina, et al. **Spotify: streaming e as novas formas de consumo na era digital**. Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Natal. 2015.

BURGESS, J., E GREEN, J. **YouTube: Online Video and Participatory Culture**. Polity, 2009.

RAES, Tom Clement Maria. **Twitch TV: motives and interaction, a consumer perspective**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aalborg: Aalborg University Faculty of Humanities Master in CCG, 2015.

MUSSER, John. **Web 2.0: Principles and best practices**. O'Reilly radar, 2007.

STAMATO, Ana Beatriz Taube; STAFFA, Gabriela; VON ZEIDLER, Júlia Piccolo. **A influência das cores na construção audiovisual**. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. 2013.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. Editora Olhares, 2022.

FERREIRA, Antonio Davi Delfino. Uma nova linha no multiverso: a transcriação do universo Marvel dos quadrinhos para o cinema. **Anais Eletrônicos das Jornadas Internacionais de Histórias em Quadrinhos. São Paulo**, 2018.

**ANEXOS**

**Roteiro Prévio**

(Possível intro) - Analisar possibilidade de vinheta + id visual

Abertura - Apresentação + Breve explicação do videocast

\*Tema + Filme (Oppenheimer)

Apresentação Convidados (Historiador + Físico

Trailer

------------

Média de 7/8 perguntas (25 a 30 min) - Cobrir ocasionalmente com trechos do trailer e com trechos de documentários que seja possível o uso de imagens

Temas a abordar (Pensei em seguir a ordem cronológica):

* Quem foi Oppenheimer?
* O que foi e qual a importância do Projeto Manhattan?
* Por que Oppenheimer?
* \* Quais eram os principais nomes no projeto? Cientistas
* \* Quem foi Leó Szilárd? Sua importância para a teoria da bomba?
* Composição Bomba: como funciona uma bomba atômica?
* O quanto os nazistas estavam perto do modelo americano de bomba?
* Por que Hiroshima e Nagasaki? (Impactos e importância geopolítica)
* Havia necessidade da segunda bomba?
* Interesse soviético? Eles desenvolviam uma bomba também? Haviam espiões em Los Alamos?
* Impactos pós bomba: quais foram? Politicamente, cientificamente…
* \*Pós de Oppenheimer: O que acontece com ele? Processo, boicotes…

Filme: Fidelidade à ciência e à história?

Encerramento + Vinheta

\*Edição: possibilidade de trilhas sonoras e músicas de background + Name Tags + Imagens de cobertura + Cortes secos (3 ou 4 câmeras) +

Possíveis entrevistados

* Greg - Cristiano Grigorio Barbosa (físico - Ensino Médio)
* Thiago Caleffi - (Mestrando em História)
* Adriano Medeiros - (Física)
* Leo Marengão (Física)
* Elton Pita - (Física)

1. O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos criada por três ex-funcionários do PayPal — Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim — e lançada em fevereiro de 2005. Desde então, tornou-se um dos principais sites da internet, permitindo que usuários ao redor do mundo façam upload, compartilhem e visualizem vídeos. (BURGESS, J., E GREEN, J., 2009). [↑](#footnote-ref-2)
2. O Spotify é um aplicativo e web player que funciona como uma memória musical na nuvem, disponibilizando faixas para o consumo online. O serviço de streaming, cujo país de origem é a Suécia, foi lançado em outubro de 2008 (GOMES, Carolina. 2015). [↑](#footnote-ref-3)
3. Twitch TV é uma plataforma de transmissão de vídeo que ganhou uma enorme popularidade, atraindo milhões de membros desde seu lançamento em 2012. Com conteúdo majoritariamente ao vivo, a grande parte dos *streamers* são do meio de videogames (TOM, Raes. 2015) [↑](#footnote-ref-4)